

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

| | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ | Третій (освітньо-науковий) |
| СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ | Доктор філософії |
| ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ | 07 Управління та адміністрування |
| СПЕЦІАЛЬНІСТЬ | 075 Маркетинг |

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Протокол № 10 від 20.02. 2023 р.

Голова вченої ради

Ректор В. Б. Толубко

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2023 р.

Наказ № 21 від 20.02. 2023 р.

Київ 2023

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

галузь знань 07 *Управління та адміністрування*
спеціальність 075 *«Маркетинг»*
рівень вищої освіти *третій (освітньо-науковий)*
ступінь вищої освіти *доктор філософії*

Проректор з навчально-виховної та наукової роботи

 Л.Н. Беркман

Директор Навчально-методичного центру, в.о. проректора з навчально-виховної роботи

 І.В. Замрій

Вчена рада Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва

Протокол № 2 від «17» лютого 2023 р.

Голова Вченої Ради ННІМІП

 С.А. Федюнін

Кафедра маркетингу

Протокол № 7 від «31» січня 2023 р.

Завідувач кафедри маркетингу

 О.В. Виноградова

Рецензії стейкхолдерів додаються:

- Князева Т.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету;
- Лищенко М.О., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету;
- Басій Н.Ф., к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету;
- Слободенюк О.О., директор ТОВ «ПартнерЕД».

I ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього (освітньо- наукового) рівня, ступінь доктора філософії галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг». Освітньо-наукова програма вводиться в дію з 01 вересня 2023 р. наказом № 21 від 20.02.2023 р.

РОЗРОБЛЕНО робочою групою:

- Гарант освітньої програми - Виноградова Олена Володимирівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу;
- Дрокіна Ніна Іванівна - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу;
- Писар Надія Богданівна - доктор економічних наук, професор; професор кафедри маркетингу;
- Гудзь Олена Євгеніївна - доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту;
- Гусєва Ольга Юріївна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки;
- Сьомкіна Тетяна Віталіївна - доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності;
- Ткаченко Наталія Борисівна - кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;
- Дарчук Вероніка Геннадіївна - кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;
- Совершенна Ірина Олексіївна - кандидат технічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;
- Ромащенко Ольга Сергіївна - кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу;
- Недопако Наталя Миколаївна, старший викладач кафедри маркетингу, аспірант 3 року навчання;
- Снітко Артем Сергійович, аспірант першого року навчання.

Освітньо-наукова програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття освітньо-наукового рівня доктора філософії, перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, нормативний і варіативний зміст підготовки, сформульований у термінах результатів навчання, та вимоги до контролю якості вищої освіти.

В обговоренні освітньо-наукової програми брали участь зовнішні стейкхолдери:

- Лищенко М.О. - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету;
- Басій Н.Ф. - кандидат економічних наук, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету;
- Дайновський Ю.А. - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету;
- Князева Т.В. - доктор економічних наук, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету;
- Іртлач М.О. - кандидат економічних наук, директор з маркетингу ТОВ «ГЛОБАЛДІДЖІТАЛ»;
- Слободенюк О.О., директор ТОВ «ПартнерЕД».
- Яблонський Г.О. - директор ВЕБ-студії «UPWAY».

**II ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ» ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ ДЛЯ ТРЕТЬОГО
(ОСВІТНЬО-НАУКОВОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

| 1 – Загальна характеристика | |
|---|--|
| Повна назва закладу вищої освіти | Державний університет телекомунікацій |
| Рівень вищої освіти | Третій (освітньо-науковий) рівень |
| Ступінь вищої освіти | Доктор філософії |
| Галузь знань | 07 Управління та адміністрування |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Офіційна назва освітньої програми | Маркетинг |
| Форма здобуття освіти | Очна (денна) |
| Освітня кваліфікація | Доктор філософії з маркетингу |
| Кваліфікація в дипломі | Ступінь вищої освіти: доктор філософії Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг |
| Нормативний строк підготовки доктора філософії в аспірантурі | Чотири роки |
| Опис предметної області | <p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> |

| | |
|--|---|
| Орієнтація освітньої програми | Освітньо-наукова |
| Академічні права випускників | Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих. |
| Придатність до працевлаштування | Працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників в наукових установах і закладах вищої освіти, інших посадах, що потребують кваліфікації доктора філософії з маркетингу, зокрема на посадах наукових консультантів, експертів, аналітиків у дослідницьких установах і підрозділах підприємств, установ, організацій. |
| Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітніми програмами та їх результатів навчання | Для здобуття ступеня доктора філософії можуть вступати особи, що здобули освітній ступінь магістра (ОКР спеціаліста). Програма фахових вступних випробувань для осіб, що здобули попередній рівень вищої освіти за іншими спеціальностями передбачає перевірку набуття особою компетентностей та результатів навчання, що визначені стандартом вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти. |
| Мета освітньо-наукової програми | |
| Підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних наукових, науково-педагогічних працівників у сфері маркетингу, що передбачає оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору; набуття універсальних навичок дослідника, зокрема усної та письмової презентації результатів власного наукового дослідження, застосування сучасних інформаційних технологій у науковій діяльності, організації та проведення навчальних занять, управління науковими проектами та/або складення пропозицій щодо фінансування наукових досліджень, реєстрації прав інтелектуальної власності; здобуття глибинних знань із спеціальності, за якою аспірант проводить дослідження, зокрема засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань за обраною спеціальністю, оволодіння термінологією з досліджуваного наукового напрямку; здобуття мовних компетентностей для представлення й обговорення результатів науково-педагогічної роботи державною мовою, англійською мовою, іншими офіційними мовами Європейського Союзу в усній та письмовій формі, а також для повного розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом дослідження. | |
| Перелік компетентностей випускника | |
| Інтегральна компетентність (ІК) | Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу, а також проводити власне наукове дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. |
| Загальні компетентності (ЗК) | ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності. |

| | |
|---|--|
| | <p>ЗК05. Здатність взаємодіяти з іншими людьми та працювати в команді у науковому середовищі.</p> <p>ЗК06. Здатність брати на себе відповідальність, саморозвиватися і самовдосконалюватися.</p> |
| <p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</p> | <p>СК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.</p> <p>СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p> <p>СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p> <p>СК08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.</p> <p>СК09. Здатність до креативного мислення, генерування нових складних ідей у сфері маркетингу.</p> |
| <p>Зміст підготовки доктора філософії, сформульований у термінах результатів навчання</p> | |
| <p>РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.</p> <p>РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.</p> <p>РН03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.</p> <p>РН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.</p> <p>РН05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням</p> | |

| | |
|---|---|
| <p>належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.</p> <p>РН06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.</p> <p>РН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>РН08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.</p> <p>РН09. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення, дотримуватися норм академічної етики та доброчесності.</p> <p>РН10. Вільно спілкуватися з питань, що стосуються маркетингу, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством у цілому.</p> <p>РН11. Професійно розвиватися, самовдосконалюватися, надихати і організовувати розвиток інших людей.</p> <p>РН12. Креативно мислити, генерувати нові складні ідеї у сфері маркетингу.</p> | |
| <p>Форми атестації здобувачів вищої освіти</p> | <p>Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.</p> |
| <p>Вимоги до дисертації на здобуття ступеня доктора філософії</p> | <p>Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання конкретної наукової задачі в сфері сучасного маркетингу або на межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення, становлять оригінальний внесок у розвиток відповідної спеціальності та оприлюднені у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях.</p> <p>Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації.</p> <p>Дисертація розміщується на сайті Державного університету телекомунікацій.</p> |
| <p>Обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми</p> | <p>Обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії становить 60 кредитів ЄКТС, зокрема: 45 кредитів (75%) для вивчення обов'язкових освітніх компонент та практичної підготовки (науково-педагогічна практика); 15 кредитів (25%) передбачено на вивчення вибірових освітніх компонентів.</p> <p>Обов'язкові освітні компоненти освітньо-наукової програми передбачають набуття аспірантом таких компетентностей відповідно до Національної рамки кваліфікацій:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору - в обсязі 3 кредита ЄКТС; - набуття універсальних навичок дослідника, зокрема усної та |

| | |
|--------------------------------------|---|
| | <p>письмової презентації результатів власного наукового дослідження українською мовою, застосування сучасних інформаційних технологій у науковій діяльності, організації та проведення навчальних занять, управління науковими проектами та/або складення пропозицій щодо фінансування наукових досліджень, реєстрації прав інтелектуальної власності - в обсязі 12 кредитів ЄКТС (у тому числі 6 кредитів науково-педагогічної практики);</p> <p>- здобуття глибинних знань із спеціальності, за якою аспірант проводить дослідження, зокрема засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань за обраною спеціальністю, оволодіння термінологією з досліджуваного наукового напрямку - в обсязі 14 кредитів ЄКТС;</p> <p>- здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною (англійською) мовою в усній та письмовій формі, а також для повного розуміння іншомовних наукових текстів з відповідної спеціальності - в обсязі 16 кредитів ЄКТС.</p> |
| <p>Викладання та навчання</p> | <p>Основними підходами до викладання та навчання за освітньо-науковою програмою, що сприяють досягненню програмних результатів навчання, є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - студентоцентроване навчання; - проблемно-орієнтоване навчання; - навчання з використанням освітніх інноваційних технологій; - залучення провідних фахівців у сфері маркетингу до гостьових лекцій. <p>Мова викладання - українська. Окремі вибіркові освітні компоненти можуть пропонуватися з мовою викладання - англійською.</p> <p>Навчання здійснюється відповідно до навчального плану, в якому міститься інформація про перелік та обсяг навчальних дисциплін, послідовність їх вивчення, форми проведення навчальних занять та їх обсяг, графік навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю.</p> |
| <p>Оцінювання</p> | <p>Формами оцінювання результатів навчання аспіранта є: поточна успішність; письмовий екзамен; диференційований залік; захист звіту з науково-педагогічної практики. З навчальних дисциплін, що завершуються екзаменом, підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти враховує результати поточного контролю знань та екзамену. З навчальних дисциплін, що завершуються диференційованим заліком - за результатами поточного контролю за 100-бальною шкалою. Диференційований залік з науково-педагогічної практики передбачає захист звіту і оцінюється за 100-бальною шкалою.</p> <p>Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в національну та шкалу за системою ЄКТС у такому порядку:</p> <ul style="list-style-type: none"> 90 – 100 відмінно А; 82 – 89 добре В; 75 – 81 добре С; 64 – 74 задовільно D; 60 – 63 задовільно E; |

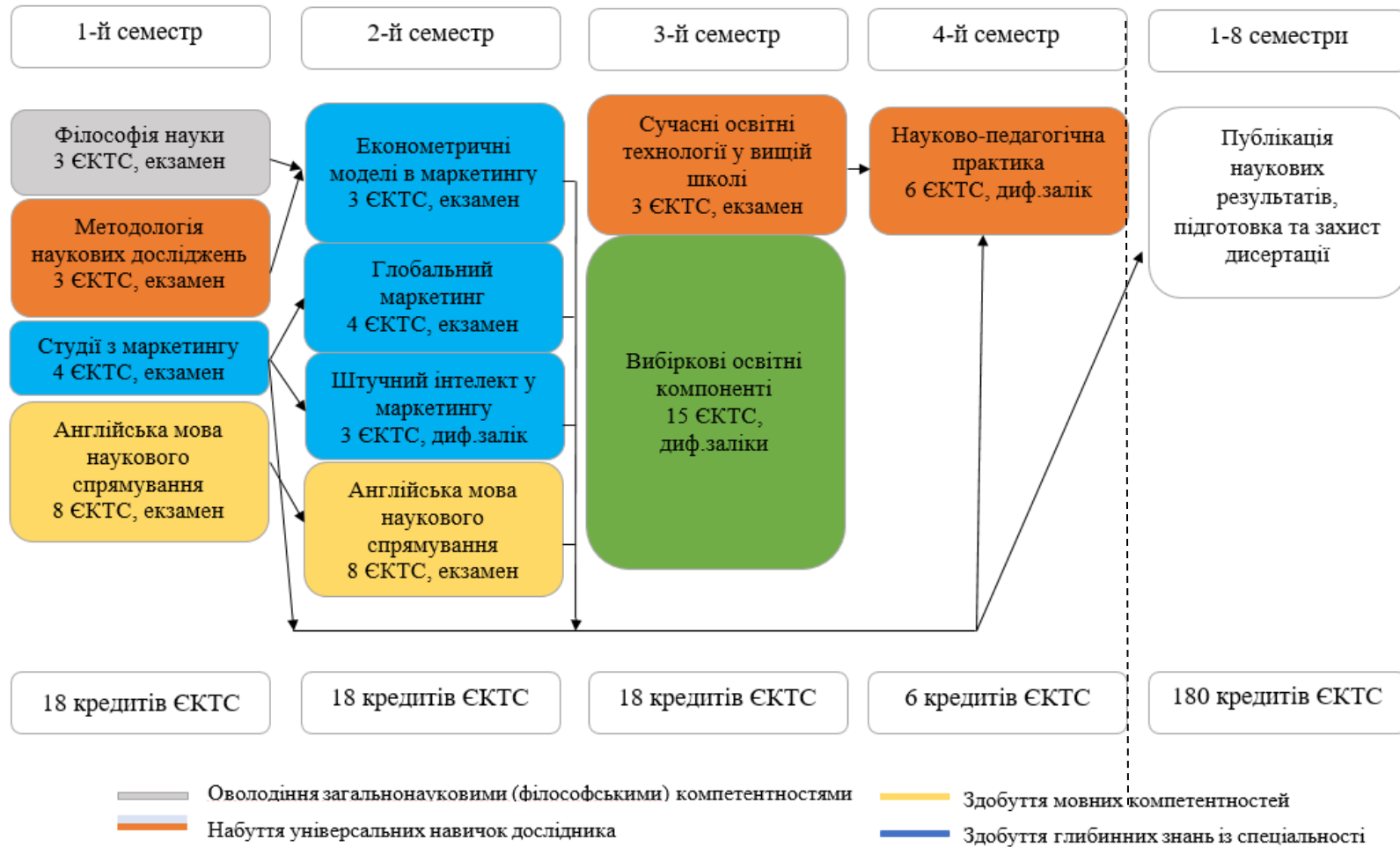
| | |
|---|--|
| | <p>35 – 59 незадовільно з можливістю перескладання FX; 0 – 34 незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни F.</p> <p>Університет визнає результати навчання, отримані у неформальній/інформальній освіті. Наявність свідоцтв і сертифікатів про успішне завершення таких онлайн курсів розглядається на предмет їх відповідності кредитам ЄКТС, компетентностям та програмним результатам навчання.</p> <p>Атестація здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в Академії проводиться систематично - двічі на рік (проміжна, річна) у форматі звітування про виконання освітньо-наукової програми згідно з індивідуальним планом.</p> |
| Ресурсне забезпечення реалізації програми | |
| Кадрове забезпечення | <p>Реалізацію ОНП забезпечують науково-педагогічні працівники, які мають науковий ступінь, наукова та професійна активність яких відповідає Ліцензійним умовам, затвердженим Постановою Кабінету міністрів України № 1187 від 30.12.15 р. (у редакції від 20.06.2021) «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти». Проводяться гостьові лекції запрошених представників бізнесу у сфері маркетингу.</p> |
| Матеріально-технічне забезпечення | <p>Матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу (навчальні приміщення, комп'ютерний клас, мультимедійне обладнання тощо) відповідає вимогам та потребам до проведення лекційних, практичних, семінарських, у тому числі в дистанційному режимі.</p> |
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | <p>Навчально-методичне забезпечення включає робочі навчальні програми; презентацію лекцій, завдання на практичні заняття, навчальні та контрольні тестові завдання, актуальний список рекомендованої наукової літератури, зокрема, і англomовної; пакет екзаменаційних білетів.</p> <p>Інформаційне забезпечення:</p> <ul style="list-style-type: none"> • доступ до мережі Інтернет; • платформа дистанційного навчання MOODLE; • електронна бібліотека університету; • наукова бібліотека, читальні зали; • віртуальне навчальне середовище Zoom, Meet; • пакет MS Office; • програмний продукт «Strike Plagiarism»; • сайт університету. <p>Для проведення занять використовується «Навчальна лабораторія Digital-маркетингу та Google – аналітики», яка оснащена сучасними комп'ютерами та програмно-апаратними комплексами, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Borstch, Pokuro, Webflow, Landingi – сервіси створення продуктових лендінгів; - CleverTarget – дослідження аудиторії для таргетованої реклами; - Databox, Dasheroo – сервіси слідкування основних показників ефективності, аналітики, маркетингу; |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - FeedSpy, Соціалітик, SORGE – сервіси моніторингу активності конкурентів у соціальних мережах та сайтів; - Getinline – сервіс онлайн запису та автоматизації бізнесу у сфері послуг; - Googleanalytics, Googleforms, Googledocs, GoogleTrends – для проведення маркетингових досліджень; - HohliBuilder, Creately, Piktochart, GoogleCharts, Vizualize - онлайн сервіси для створення інфографіки; - MindMap, Mindomo - інструменти для створення карт проєктів та генерування інноваційних ідей; - Microsoft Excel, NextDoc, Airtable, GoogleТаблиці – сервіси систематизації маркетингових даних; - Microsoft Power BI - візуалізація маркетингових даних; - Priceva, Competera, Metacommerce – сервіс моніторингу цін конкурентів для Інтернет-магазинів; - Quantcast, SharkUP – сервіси дослідження даних рекламних компаній; - Testograf, Survio, Surveymonkey, GoogleForms, Anketolog, Simpoll - сервіси онлайн-опитувань; - Jira, Trello, Slack, Skype - організація власної роботи та роботи команди; - Asana, Wonderlist - для планування робочого часу та виконання планів маркетингового відділу підприємства; - HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки. |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми | https://dut.edu.ua/ua/621-osvitno-profesiyni-programi-kafedra-marketingu |
| Академічна мобільність | |
| Національна кредитна мобільність | Національна кредитна мобільність може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства та за наявності відповідних укладених договорів. |
| Міжнародна кредитна мобільність | Міжнародна кредитна мобільність може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства та за наявності відповідних укладених договорів. |
| Навчання іноземних здобувачів вищої освіти | Іноземним здобувачам вищої освіти гарантуються всі права та свободи, у відповідності до чинного законодавства України. |

**III ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТ ТА СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА
ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075
МАРКЕТИНГ ДЛЯ ТРЕТЬОГО (ОСВІТНЬО-НАУКОВОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

| № за кодом | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики) | Кількість кредитів/ годин | Форма підсумкового контролю |
|---|--|---------------------------|-----------------------------|
| Обов'язкові освітні компоненти | | | |
| <i>Оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору</i> | | | |
| ОК.15.1.01 | Філософія науки | 3/90 | екзамен |
| <i>Набуття універсальних навичок дослідника</i> | | | |
| ОК.15.2.01 | Методологія наукових досліджень | 3/90 | екзамен |
| ОК.15.2.02 | Сучасні освітні технології у вищій школі | 3/90 | екзамен |
| <i>Здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою</i> | | | |
| ОК.15.3.01 | Англійська мова наукового спрямування | 16/480 | екзамен |
| <i>Здобуття глибинних знань із спеціальності</i> | | | |
| ОК.15.4.01 | Студії з маркетингу | 4/120 | екзамен |
| ОК.15.4.02 | Економетричні моделі в маркетингу | 3/90 | екзамен |
| ОК.15.4.03 | Глобальний маркетинг | 4/120 | екзамен |
| ОК.15.4.04 | Штучний інтелект у маркетингу | 3/90 | диф.залік |
| Загальний обсяг освітніх обов'язкових компонент | | 39/1170 | - |
| Вибіркові освітні компоненти | | | |
| - | На вибір здобувача вищої освіти | 15/540 | диф.залік |
| Загальний обсяг вибірових освітніх компонент | | 15/450 | - |
| Практична підготовка | | | |
| ОК.15.2.03 | Науково-педагогічна практика | 6/180 | диф.залік |
| Загальний обсяг практичної підготовки | | 6/180 | - |
| Освітня складова, всього | | 60/1800 | - |
| Публікація наукових результатів, підготовка та захист дисертації | | 180/5400 | атестація |
| Загальний обсяг освітньо-наукової програми | | 240/7200 | - |

**СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ ДЛЯ ТРЕТЬОГО (ОСВІТНЬО-НАУКОВОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ**



ОСВІТНЯ СКЛАДОВА (60 КРЕДИТІВ ЄКТС, академічна довідка)

IV ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня за освітньо - науковою програмою 075 «Маркетинг» здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації.

Дисертація здобувача ступеня доктора філософії — кваліфікаційна наукова робота, яка виконана здобувачем ступеня доктора філософії особисто, містить наукові результати проведених ним досліджень та подана з метою присудження йому ступеня доктора філософії.

Дисертація виконується державною або англійською мовою.

Обсяг основного тексту дисертації повинен мати не менше як сім та не більше як дев'ять авторських аркушів, оформлених відповідно до вимог, установлених Міністерством освіти і науки України.

Виконання здобувачем вищої освіти індивідуального плану (навчальної та наукової роботи) є обов'язковою умовою допуску до захисту.

Присудження ступеня доктора філософії здійснюється згідно Постанови Кабінету Міністрів України “Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії” № 44 від 12 січня 2022 р.

Наукові результати дисертації повинні бути висвітлені не менше ніж у трьох наукових публікаціях здобувача, до яких зараховуються:

1) статті у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України. Якщо число співавторів у такій статті (разом із здобувачем) становить більше двох осіб, така стаття прирівнюється до 0,5 публікації (крім публікацій, визначених підпунктом 2 цього пункту);

2) статті у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus (крім видань держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором);

3) не більше одного патенту на винахід, що пройшов кваліфікаційну експертизу та безпосередньо стосується наукових результатів дисертації, що прирівнюється до однієї наукової публікації;

4) одноосібні монографії, що рекомендовані до друку вченими радами закладів та пройшли рецензування, крім одноосібних монографій, виданих у державі, визнаній Верховною Радою України державою-агресором. До одноосібних монографій прирівнюються одноосібні розділи у колективних монографіях за тих же умов.

Стаття у виданні, віднесеному до першого - третього квартилів (Q1-Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports, чи одноосібна монографія, що відповідає зазначеним вимогам, прирівнюється до двох наукових публікацій. Належність наукового видання до першого - третього квартилів (Q1-Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports визначається згідно з рейтингом у році, в якому опублікована відповідна публікація здобувача або у разі, коли рейтинг за відповідний рік не опублікований на дату утворення разової ради, згідно з останнім опублікованим рейтингом.

Статті зараховуються за темою дисертації за умови обґрунтування отриманих наукових результатів відповідно до мети статті (поставленого завдання) та висновків, а також опублікування не більше ніж однієї статті в одному випуску (номері) наукового видання.

Виявлення разовою спеціалізованою вченою радою порушень академічної доброчесності у дисертації та/або наукових публікаціях здобувача є підставою для відмови у присудженні ступеня доктора філософії на будь-якому етапі розгляду дисертації без права її повторного захисту.

V МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

| | ОК. 15.1.01 | ОК. 15.2.01 | ОК. 15.2.02 | ОК. 15.2.03 | ОК. 15.3.01 | ОК. 15.4.01 | ОК. 15.4.02 | ОК. 15.4.03 | ОК. 15.4.04 |
|------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ІК | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК01 | + | + | | | + | | | | |
| ЗК02 | | + | | | + | + | | + | |
| ЗК03 | | | | | | + | | | + |
| ЗК04 | + | + | | | | | + | | |
| ЗК05 | | | + | + | | + | | | |
| ЗК06 | + | + | + | + | | | | | |
| СК01 | | + | | | | | + | + | + |
| СК02 | | | + | + | | + | | | |
| СК03 | | | | + | + | | + | + | |
| СК04 | | | + | + | | | | | |
| СК05 | | + | | | | + | | | |
| СК06 | | | + | + | | | + | | + |
| СК07 | | | | | + | | + | + | + |
| СК08 | | + | | | | | + | | + |
| СК09 | | | | | + | | + | | |

VI. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (РН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

| | ОК. 15.1.01 | ОК. 15.2.01 | ОК. 15.2.02 | ОК. 15.2.03 | ОК. 15.3.01 | ОК. 15.4.01 | ОК. 15.4.02 | ОК. 15.4.03 | ОК. 15.4.04 |
|------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| РН01 | + | + | | | | | + | | |
| РН02 | | + | | | | | | + | + |
| РН03 | + | + | | | | | | + | + |
| РН04 | | + | + | + | | | + | | + |
| РН05 | | + | + | + | | | | | |
| РН06 | + | + | | | + | | + | + | + |
| РН07 | | + | | | | + | + | | + |
| РН08 | + | + | | | + | | | + | |
| РН09 | | | + | + | | | | | |
| РН10 | | | | + | | + | + | | + |
| РН11 | | | + | + | | | | | |
| РН12 | | | | | + | | + | | + |

Гарант освітньої програми
 завідувач кафедри маркетингу
 Навчально-наукового інституту
 менеджменту та підприємництва
 доктор економічних наук, професор

О.В. Виногорова

V МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

| | ОК. 15.1.01 | ОК. 15.2.01 | ОК. 15.2.02 | ОК. 15.2.03 | ОК. 15.3.01 | ОК. 15.4.01 | ОК. 15.4.02 | ОК. 15.4.03 | ОК. 15.4.04 |
|------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ІК | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК01 | + | + | | | + | | | | |
| ЗК02 | | + | | | + | + | | + | |
| ЗК03 | | | | | | + | | | + |
| ЗК04 | + | + | | | | | + | | |
| ЗК05 | | | + | + | | + | | | |
| ЗК06 | + | + | + | + | | | | | |
| СК01 | | + | | | | | + | + | + |
| СК02 | | | + | + | | + | | | |
| СК03 | | | | + | + | | + | + | |
| СК04 | | | + | + | | | | | |
| СК05 | | + | | | | + | | | |
| СК06 | | | + | + | | | + | | + |
| СК07 | | | | | + | | + | + | + |
| СК08 | | + | | | | | + | | + |
| СК09 | | | | | + | | + | | |

VI. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (РН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

| | ОК. 15.1.01 | ОК. 15.2.01 | ОК. 15.2.02 | ОК. 15.2.03 | ОК. 15.3.01 | ОК. 15.4.01 | ОК. 15.4.02 | ОК. 15.4.03 | ОК. 15.4.04 |
|------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| РН01 | + | + | | | | | + | | |
| РН02 | | + | | | | | | + | + |
| РН03 | + | + | | | | | | + | + |
| РН04 | | + | + | + | | | + | | + |
| РН05 | | + | + | + | | | | | |
| РН06 | + | + | | | + | | + | + | + |
| РН07 | | + | | | | + | + | | + |
| РН08 | + | + | | | + | | | + | |
| РН09 | | | + | + | | | | | |
| РН10 | | | | + | | + | + | | + |
| РН11 | | | + | + | | | | | |
| РН12 | | | | | + | | + | | + |

Гарант освітньої програми
 завідувач кафедри маркетингу
 Навчально-наукового інституту
 менеджменту та підприємництва
 доктор економічних наук, професор



О.В. Виногорова