

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

УХВАЛЕНО

Рішенням вченої ради
Харківського національного
економічного університету імені
Семена Кузнеця
від 24.04.2024 р. протокол № 5

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказом ректора Харківського
національного економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 24.04.2024 р. № 105



Володимир ПОНОМАРЕНКО

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

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

Харків, 2024

ПРЕАМБУЛА

Робоча група освітньо-наукової програми «Маркетинг»:
(зі змінами Наказ ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 296 від 01.10.2024 р.)

Гриневич Людмила Володимирівна, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу, професор – гарант освітньої програми.

Лисиця Надія Михайлівна, професор кафедри маркетингу, доктор соціологічних наук, професор

Холодний Геннадій Олександрович, професор кафедри маркетингу, кандидат економічних наук.

Смотрова Дар'я В'ячеславівна, здобувач 3 року підготовки.

Благун Іван Іванович, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та менеджменту Прикарпатського національного університету ім.В.Стефаника, професор.

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол № 7, від 19.01.2024 р.

Розглянуто вченою радою факультету менеджменту і маркетингу, протокол №8, від 05.02.2024 р.

Оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору професій ДК 003:2010, Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах), затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 (із змінами); Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затверджений Постановою КМУ №44 від 12 січня 2022 р.; Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України №131 від 07.04.2022;

2. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.
3. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.
4. Пропозицій роботодавців.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Галузі знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальності	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг (Marketing)
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	очна (вечірня, денна) форма – 60 кредитів, 4 роки; заочна форма – 60 кредитів, 4 роки
Наявність акредитації	акредитована Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти: сертифікат №8777 від 25.06.2024 р., діє до 25.06.2025р.
Мова навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОНП	кафедра маркетингу
Вимоги до зарахування	Згідно Правил прийому до аспірантури Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця https://www.hneu.edu.ua/vstup-do-aspirantury-pravyla-prijomu-do-aspirantury-i-doktorantury/ До вступу на конкурсній основі приймаються особи, які здобули вищу освіту ступеня магістра (спеціаліста).
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу
Кваліфікація професійна	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – доктор філософії Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – «Маркетинг»
Мета освітньої програми	Підготовка компетентних наукових і науково-педагогічних кадрів, на основі інтегрованого підходу, які мають фундаментальну теоретичну та практичну підготовку, необхідну для успішної роботи в маркетинговій сфері, здатні виконувати проекти або наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне, методичне та практичне значення, креативно підходити до стратегічного управління брендом та маркетингового аналізу даних для прийняття маркетингових рішень через поєднання інноваційних методів навчання та можливостей спеціалізації, достатніх для виконання, їх захисту у формі дисертації.

Фокус та особливості (унікальність) програми	Освітня програма спрямована на впровадження інтегрованого підходу посиленого креативною складовою та формування й розвиток наукових та науково-педагогічних компетентностей щодо розвитку та використання філософсько-стратегічного мислення в маркетингу. Особливість програми полягає у науково-практичному форматі підготовки здобувачів доктора філософії з маркетингу з можливістю обрання значної частини власної траєкторії навчання за рахунок креативної складової, й формуванні у них комплексу знань, вмінь і навичок по оволодінню практичним інструментарієм наукових досліджень з урахуванням світових тенденцій і здобутків у сфері маркетингу. Ключові слова маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова діяльність
Опис предметної області	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів Цілі навчання: набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності. Теоретичний зміст предметної області: сучасні маркетингові 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та проведення науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій. Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та впровадження інноваційної маркетингової діяльності.
Академічна мобільність	-
Академічні права	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих
Професійні права	Навчання впродовж життя для розвитку і самовдосконалення в науковій та професійній сферах діяльності, а також в інших споріднених галузях наукових знань: - навчання на 8-ому кваліфікаційному рівні Національної рамки кваліфікацій в споріднених спеціальностях; - освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії, що містять додаткові наукові та освітні компоненти

Працевлаштування випускників	Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: 1233 Керівники підрозділів маркетингу (директора з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу); директор комерційний; начальник комерційного відділу). 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю. 1317 Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.); керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламні). 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) з постачання. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної 2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів 241 Професіонали в сфері маркетингу 2441 Професіонали в галузі економіки
-------------------------------------	---

II – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

Інтегральна компетентність	Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.
Загальні компетентності	ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та 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.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	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 СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземними мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом дослідження СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті СК05. Здатність до впровадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень\

	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 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. СК09. Здатність застосовувати філософсько-стратегічне мислення та інструментарій наукових досліджень для прийняття маркетингових рішень і набуття креативних навичок створення та реалізації наукових проектів.
--	---

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (**таблиця 1 Пояснювальної записки**).

III – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ» ОНП «МАРКЕТИНГ»

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.

РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, 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.

РН03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновку належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

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.

РН05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших

РН06. Планувати і використовувати 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.

PH07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і не фахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державою та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.

PH08. 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.

PH09. Організовувати і здійснити освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.

PH10. Вміти застосовувати філософсько-стратегічне мислення та інструментарій наукових досліджень для прийняття маркетингових рішень і набуття креативних навичок створення та реалізації наукових проектів.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

№	Освітні компоненти	Кредити ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	31	52%
2	ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	5	8%
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
3	ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	14	23%
4	ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	10	17%
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :		60	100%
<i>в тому числі: вибіркова складова</i>		15	25%

Код ОК	Освітні компоненти	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК1	Академічна англійська мова для науковців	5	Іспит
ОК2	Академічна українська мова для науковців	3	Іспит
ОК3	Філософія науки	4	Залік
ОК4	Методологія та організація наукових досліджень	6	Залік/Залік
ОК5	Математичні методи та моделі у наукових дослідженнях	5	Залік
ОК6	Тренінг курс: Педагогічна майстерність	3	Залік
ОК7	Педагогічна практика	5	Звіт
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК1	Вибіркова навчальна дисципліна 1.1	5	Залік
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			

OK8	Маркетинг взаємовідносин з партнерами	4	Іспит
OK9	Соціальний маркетинг	5	Залік
OK10	Креативний маркетинг	5	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
BK2	Вибіркова навчальна дисципліна 2.1	5	Залік
BK3	Вибіркова навчальна дисципліна 2.2	5	Залік

4.2. ВИБІРКОВА СКЛАДОВА ОСВІТНЬО НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

Вибіркова навчальна дисципліна – умовна назва навчальних дисциплін, які обираються здобувачами для включення до свого індивідуального навчального плану та які відображають його наукові інтереси, уподобання та плани на майбутнє дослідження. Вибіркові навчальні дисципліни є обов'язковими для вибору здобувачами і входять до загального обсягу кредитів ЄКТС за освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії. Загальний обсяг вибірових навчальних дисциплін складає 15 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на навчальну дисципліну).

V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів ступеня доктора філософії здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою закладу вищої освіти чи наукової установи на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації. Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання здобувачем його індивідуального навчального плану та індивідуального плану наукової роботи. Звітування за виконанням індивідуального плану роботи проводиться 2 рази на рік на засіданні випускової кафедри. Звітування аспірантів відбувається відповідно до описаної у Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/1/Poriadok-pidhotovky-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity-stupenia-doktora-filosofii.pdf) та на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця процедури (https://www.hneu.edu.ua/aspirantura-atestatsiya/)
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання актуального наукового завдання в сфері маркетингу або на межі з іншими спеціальностями, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти (наукової установи). Дисертація має відповідати вимогам, встановленим МОН України та описаним на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця (https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/Utochnennya-k-oformlennyu-dysertatsiy-2017.pdf). Обсяг основного тексту дисертації 6,5-9 авторських аркушів.
Вимоги до публічного захисту	Вимоги щодо процедури та особливих умов проведення публічного захисту визначаються Порядком присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12 січня 2022 р.

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті розроблені на підставі Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.

Політика щодо забезпечення якості вищої освіти	Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця: відповідальності; відповідності; адекватності; автономності; вимірюваності; академічної культури; відкритості. Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти в ХНЕУ ім. С. Кузнеця: формалізація політики якості, стратегічних цілей, завдань постійного поліпшення якості; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти; підготовка та проведення маркетингово-моніторингових та соціально-психологічних досліджень для визначення потреб ринку праці, вимог стейкхолдерів вищої освіти, якості надання освітніх послуг і задоволеності якістю освітньої діяльності та якістю освіти; залучення стейкхолдерів вищої освіти (здобувачів вищої освіти, роботодавців, представників академічної спільноти тощо) до прийняття рішень за напрямками внутрішнього забезпечення якості; зовнішнє оцінювання якості діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог, акредитації. Напрями: розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання здобувачів вищої освіти; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом.
Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм	Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними актами університету. Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення освітніх потреб здобувачів вищої освіти: можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання академічних свобод в освітньому процесі, задоволеності якістю освітньої програми, тощо; роботодавців: якості формування загальних та фахових компетентностей, актуальних та соціальних навичок (soft skills); інших стейкхолдерів. Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, проведення

	дослідження фокус-групи, аналіз документів, аналіз ситуації, групою відповідно до вимог щодо структури та змісту освітньої програми. Періодичність перегляду освітніх програм здійснюється: а) щорічно за результатами моніторингу; б) після завершення освітньої програми здобувачами вищої освіти, в) в разі зміни законодавчої та нормативної бази.
Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів	Оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених в Університеті процедур згідно з нормативними актами. Щорічне оцінювання здобувачів освіти здійснюється відповідно до визначених освітньою програмою форм контролю; порядку оцінювання результатів навчання, що висвітлюється в робочих програмах навчальних дисциплін, робочих планах (технологічних картах) навчальних дисциплін, силабусах навчальних дисциплін; обліку результатів навчання, який ведеться з використанням інформаційного середовища Персональної навчальної системи (ПНС) Університету. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100-бальної накопичувальної бально-рейтингової системи.
Забезпечення якості студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання	Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студентоцентрованого навчання. Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти поінформовані про їх наявність.
Забезпечення якості науково-педагогічних працівників	Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників, кафедр і факультетів Університету здійснюється за рахунок використання механізмів оцінювання та самооцінювання результативності науково-педагогічної діяльності, її спрямованості на пріоритети розвитку національної системи вищої освіти, стратегії розвитку Університету, особистісного професійного розвитку науково-педагогічних працівників. Підсумки рейтингового оцінювання підводяться за результатами діяльності, досягнутими протягом календарного року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр та факультетів відбувається на засіданні вченої ради Університету.
Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)	Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти. Організаційно-методична підтримка самостійної роботи здобувачів вищої освіти полягає у розробці методичних, дидактичних, інструктивних матеріалів, наданні можливості формувати, закріплювати, поглиблювати й систематизувати отримані під час аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль опанування

	освітньої-професійної програми та реалізується через Персональну навчальну систему ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)	З метою управління освітнім процесом розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; управління кадрами та ін.
Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною програмою публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Публічною є інформація про освітню діяльність за спеціальністю, включаючи критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цією програмою; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються тощо.
Забезпечення академічної доброчесності	Забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладу вищої освіти та здобувачів вищої освіти реалізується через політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, регулюється такими документами ХНЕУ ім. С. Кузнеця: Кодекс академічної доброчесності; Кодекс професійної етики та організаційної культури працівників і здобувачів вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про комісію з питань академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернет-сервісів на основі відкритих інтернет-ресурсів та системи StrikePlagiarism.com, що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування антиплагіатним програмним забезпеченням.

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом (за наявності) компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

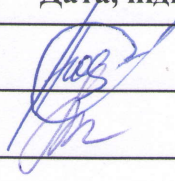
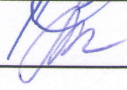
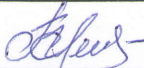
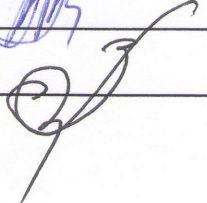
Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей	Знання	Уміння	Комунікація	Відповідність і автономія
Перелік компетентностей	ЗН1 Концептуальні та методологічні знання в галузі чи на межі галузей знань або професійної діяльності	УМ1. Спеціалізовані уміння/навички і методи, необхідні для розв'язання значущих проблем у сфері професійної діяльності, науки та/або інновацій, розширення та переоцінки вже існуючих знань і професійної практики УМ2. Започаткування, планування, реалізація та коригування послідовного процесу ґрунтового наукового дослідження з дотриманням належної академічної доброчесності. УМ3. Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та комплексних ідей	К1. Вільне спілкування з питань, що стосуються сфери наукових та експертних знань, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством загалом К2. Використання академічної української та іноземної мови у професійній діяльності та дослідження	БА 1. Демонстрація значної авторитетності, інноваційності, високий ступінь самостійності, академічна та професійна доброчесність, послідовна відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності БА 2. Здатність до безперервного саморозвитку та вдосконалення
Загальні компетентності				
ЗК01	ЗН1	УМ1, УМ3	К1	БА2
ЗК02	ЗН1	УМ2, УМ3		БА1, БА2
ЗК03		УМ1, УМ3	К1, К2	БА1
ЗК04	ЗН1	УМ1, УМ2	К1	БА1, БА2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК01	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	БА1
СК02			К1, К2	
СК03	ЗН1	УМ1, УМ2	К1	БА2
СК04	ЗН1	УМ1, УМ2	К1, К2	БА1
СК05	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	БА1
СК06	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	БА1, БА2
СК07		УМ1, УМ2, УМ3	К1	БА1, БА2
СК08	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К2	БА1
СК09		УМ1, УМ2, УМ3	К1	БА1, БА2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

Програмні результати навчання	Компетентності												
	Інтегральна компетентність												
	Загальні компетентності				Спеціальні (фахові) компетентності								
	ЗК01	ЗК02	ЗК03	ЗК04	СК01	СК02	СК03	СК04	СК05	СК06	СК07	СК08	СК09
PH01	OK3	OK1 OK6 OK10		OK1	OK1 OK6		OK2		OK3	OK4 OK10		OK1	
PH02	OK2	OK8 OK9 OK10	OK7	OK7	OK2 OK8 OK9	OK3	OK8 OK9		OK6	OK2	OK4	OK5	OK7 OK10
PH03	OK1	OK3		OK3	OK7	OK3	OK8 OK9			OK3	OK4	OK5	
PH04	OK10	OK8	OK8	OK9	OK10	OK10	OK8	OK3 OK5	OK9	OK9	OK10	OK10	OK7
PH05	OK7	OK3 OK8 OK9	OK9	OK10	OK8	OK1 OK6 OK7 OK8 OK9 OK10	OK9	OK9	OK3	OK10	OK8	OK8	OK8 OK9
PH06	OK3	OK5	OK2	OK7	OK8 OK9	OK1	OK4		OK7	OK2	OK2	OK3	OK7 OK8 OK9
PH07		OK3	OK7	OK1 OK10		OK6	OK2	OK1	OK3 OK10	OK2		OK5	OK7 OK8 OK9
PH08	OK4	OK4 OK7	OK3	OK6	OK7	OK8 OK9	OK8 OK9			OK8 OK9	OK4 OK7	OK7	OK7 OK8 OK9
PH09	OK8 OK9	OK3 OK8 OK9	OK5	OK3	OK4	OK8 OK9	OK2	OK3	OK3	OK5	OK7		OK8 OK9
PH10	OK10			OK7								OK7 OK8 OK9	OK7 OK10

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми "Маркетинг"

Назва структурного/функціонального підрозділу	Дата, підпис
1. Завідувач відділу аспірантури і докторантури	
2. Керівник відділу забезпечення якості освіти	
3. Завідувач кафедри маркетингу	
4. Проректор з навчально-методичної роботи	
5. Перший проректор	



Comenius University in Bratislava
Faculty of Management

Odbojárov 10
P. O. BOX 95
820 05 Bratislava 25

REVIEW

to the educational and scientific program "Marketing" of the third level of higher education to obtain the educational degree "Doctor of Philosophy" in specialty 075 "Marketing" fields of knowledge 07 "Management and administration", developed at the Department of Marketing Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

The development of the Internet and digital technologies has changed the approach to marketing, making it more accessible and effective. Digital communication channels allow companies to reach their target audience accurately and efficiently. Against this background, the growth of international trade and international business operations creates the need for companies to develop global marketing strategies that take into account cultural and other differences between countries. As a result, modern technology and changes in consumer behaviour are accelerating the pace of change in the marketplace, and marketing helps companies adapt to these changes and remain competitive.

The educational-scientific programme "Marketing" has been developed in such a way that it takes into account the needs of the labour market for specialists in the field of marketing. This is facilitated by the harmony and logical distribution of the educational components in the curriculum and their balance with the scientific component, i.e. the research carried out by the applicant. One of the advantages of the programme is the combination of a creative approach to solving practical problems, using the possibilities of digital marketing, social media, analytics and other modern tools of marketing communication directly to solve a scientific and practical problem.

In addition, the educational and scientific programme "Marketing" responds to the growing demand for qualified specialists in the field of data analysis and marketing analytics. The growing volume of data in modern business creates a need for specialists who can effectively analyse this data and use it to make strategic decisions.

The educational-scientific programme "Marketing" for the training of students of higher education in the field of knowledge 07 "Management and administration" specialty 075 "Marketing" ("Doctor of Philosophy") was developed by the department of marketing of the Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics at a high level. The program fully complies with the key principles, traditions and requirements of the standard of higher education approved by the Ministry of Education and Science of Ukraine under specialty 075 «Marketing» and ensure quality training of future PhDs in marketing.

Reviewer,

Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.



Рецензія

на освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеня «доктор філософії» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену на кафедрі маркетингу Харківського національного економічного університету ім.С. Кузнеця

В умовах цифрової трансформації суспільства і зростаючої конкуренції серед компаній суттєво відчувається потреба у кваліфікованих експертах в сфері маркетингу, які можуть підходити до вирішення проблеми з позиції системності, здатні розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії враховуючи поточний стан суспільства.

Саме отримання рівня доктора філософії сприяє формуванню фахівця, здатного проводити дослідження, які допомагають компаніям зрозуміти потреби споживачів, проаналізувати конкурентів та спрогнозувати ринкові тенденції. Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти є важливим кроком у розвитку академічної та професійної кар'єри для тих, хто прагне зрозуміти сучасні тенденції у сфері маркетингу та їх застосування в дослідницькій роботі. Ця програма відкриває нові перспективи для здобувачів, допомагаючи їм поглибити свої знання з маркетингу.

Унікальність цієї програми полягає в наступному: по-перше, вона поєднує академічний підхід з практичними навичками. Тобто здобувачі не лише отримують теоретичні знання, але й виконують реальні кейси; по-друге, пропонує широкий спектр освітніх компонент, які охоплюють ключові аспекти маркетингу, включаючи аналіз ринку, стратегічне планування, цифровий маркетинг, споживчу поведінку та брендування. Це дозволяє здобувачам розвивати глибоке розуміння всіх аспектів маркетингових стратегій.

Крім того, програма надає можливості для співпраці з компаніями та університетами через стажування, проєктні завдання та семінари. Це допомагає аспірантам отримати цінний досвід і зв'язки в галузі маркетингу, що важливо для подальшої кар'єри. Не можна не зазначити, що програма має висококваліфікований викладацький склад. Їхні знання і досвід допомагають здобувачам розширити свої знання в цій сфері маркетингу, отримати практичний досвід і побудувати успішну кар'єру в академічній або комерційній сферах.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» (ОНР «доктор філософії») розроблено кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету ім.С. Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОН України за спеціальністю 075 «Маркетинг» та забезпечує якісну підготовку майбутніх докторів філософії маркетингу.

В. о. директора Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
д.е.н., професор



Валерія КОЛОСОК

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього рівня вищої освіти на
здобуття освітнього ступеня «доктор філософії»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,
розроблену на кафедрі маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

Швидкий розвиток інтернет-технологій і соціальних медіа створює нові можливості та виклики для маркетингу. Зростання конкуренції серед підприємців на глобальних ринках вимагає розширювати знання в сфері маркетингу за рахунок більш глибокого вивчення впливу культурних, соціальних і економічних факторів на формування маркетингових стратегій та стимулює впроваджувати інноваційні підходи в бізнес для просування та продажу продуктів і послуг.

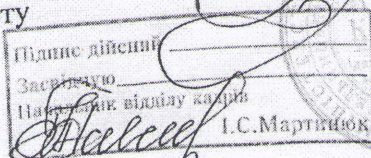
Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеня «доктор філософії» відрізняється від інших своєю унікальною зосередженістю на дослідницьких аспектах маркетингової діяльності через розвиток креативного мислення.

Однією з головних переваг цієї програми є рівновага між теорією та практикою. Здобувачам надається можливість не лише засвоювати теоретичні концепції, але й застосовувати їх у реальних ситуаціях шляхом участі в проектах, стажуваннях та через співпрацю з підприємствами. На основі вище переліченого здобувачі розвивають навички, які є важливими у практичній діяльності.

Програма має збалансований набір освітніх компонент, які дозволяють здобувачу зрозуміти специфіку сфери маркетингу та з позиції науки підходити до вирішення поставлених перед ним завдань. Програма розроблена таким чином, що надає можливість здобувачам активно розвивати власну мережу контактів на основі співпраці з підприємствами та університетами.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» (ОНР «доктор філософії»), що розроблена на кафедрі маркетингу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця повністю відповідає основним принципам, традиціям і вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОН України за спеціальністю 075 «Маркетинг» та забезпечує якісну підготовку майбутніх докторів філософії маркетингу.

Кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри маркетингу
Хмельницького національного
університету



Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього рівня вищої освіти на
здобуття освітнього ступеня «доктор філософії»
за спеціальністю «075 Маркетинг»
галузі знань «07 Управління та адміністрування»,
розроблену на кафедрі маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

У сучасному світі, ринки насичені продуктами та послугами, що створює високий рівень конкуренції. Маркетингові стратегії дозволяють компаніям відрізнитися від конкурентів, залучати та утримувати клієнтів. За останні десятиліття споживачі стали більш освіченими та вибагливими. Вони шукають персоналізовані рішення, високу якість та етично вироблені продукти та послуги. Маркетинг дозволяє компаніям розуміти потреби та бажання споживачів та відповідати на них. Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеня «доктор філософії» є відмінною можливістю для аспірантів, які прагнуть поглибленого вивчення маркетингових теорій та практик на науковому рівні. Ця програма, спрямована на формування наукових експертів у галузі маркетингу, надає здобувачам унікальну можливість розвинути свої дослідницькі навички та додати суттєвий внесок у цю динамічну сферу.

Однією з найбільших переваг цієї програми є можливість розкрити свій потенціал як науковців через забезпечення доступу здобувачів до сучасних досліджень та технік маркетингу. Крім того, ця програма активно підтримує студентоцентризований підхід у методиках викладання освітніх компонент, навчанні та проведенні дослідженні. Широкий спектр вибіркового компонент дає можливість для співпраці з науковими консультантами, що дозволяє кожному здобувачу розвивати свій власний дослідницький напрямок.

Не менш важливим аспектом є акцентування уваги на міждисциплінарному підході. Здобувачі отримують можливість вивчати маркетинг у контексті інших суміжних дисциплін, таких як психологія, економіка, соціологія та технології, що допомагає їм зрозуміти ширший контекст маркетингових проблем та явищ.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти з галузі знань «07 Управління та адміністрування» спеціальності «075 Маркетинг» (освітньо-наукового рівня «доктор філософії») розроблено кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам, традиціям маркетингу та вимогам стандарту вищої освіти,

затвердженого МОН України за спеціальністю «075 Маркетинг» та забезпечує
якісну підготовку майбутніх докторів філософії маркетингу.

Завідувачка кафедри інтегрованих
технологій управління

Національного університету «Одеська політехніка»,

д.е.н., проф:

Е. Забарна

Елеонора ЗАБАРНА

