

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

УХВАЛЕНО

Рішенням Вченої ради
Харківського національного
економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 24.06.2026 р. протокол № 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказом ректора Харківського
національного економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 24.06.2026 р. № 197



Тетяна ШТАЛЬ

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Третій (освітньо-науковий)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Доктор філософії

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

D Бізнес, адміністрування та право

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

D5 Маркетинг

Харків, 2026

ПРЕАМБУЛА

Склад робочої групи освітньо-наукової програми «Маркетинг»:

Гриневич Людмила Володимирівна, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор, гарант освітньо-наукової програми.

Вовк Володимир Анатолійович, директор навчально-наукового інституту Менеджменту і маркетингу, доктор економічних наук, доцент.

Шиян Дмитро Вікторович, професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор.

Красноносова Олена Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.

Ус Марина Ігорівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.

Білоусов Станіслав Олександрович, здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії.

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

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол №18 від 18.05.2026 р.

Розглянуто вченою радою ННІ менеджменту і маркетингу, протокол № 9 від 23.06.2026 р.

ОНП оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів:

Національної рамки кваліфікацій, затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України № 1341 від 23.11.2011 р. (із змінами відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 519 від 26.06.2020 р.);

Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах), затвердженого постановою КМУ від 23 березня 2016 р. № 261 (в редакції постанови КМУ від 19 травня 2023 р. № 502) (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. (із змінами);

2. Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління і адміністрування» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.05.2022 р. № 424. Нормативних документів ХНЕУ ім. С. Кузнеця:

3. Порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця (нова редакція);

4. Положення про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця;

5. Положення про освітню програму ХНЕУ ім. С. Кузнеця;

6. Аналізу ринку праці з урахуванням регіонального контексту.
7. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.
8. Пропозицій роботодавців.
9. Рекомендації після процедур акредитації освітньої програми Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, протокол № 8 (80) від 28.05.2025 року.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються)

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Галузі знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальності	D5 Маркетинг
Освітньо-наукова програма	Маркетинг (Marketing)
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та розрахункові строки виконання освітньої програми	очна (денна) - 59 кредитів, 4 роки; очна (вечірня) форма – 59 кредитів, 4 роки; заочна форма – 59 кредитів, 4 роки
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми НАЗЯВО № 17506, дійсний до 01.07.2030 р.
Мова навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОНП	кафедра маркетингу
Вимоги до зарахування	Згідно з Правилами прийому на навчання до Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця https://www.hneu.edu.ua/vstup-do-aspirantury-pravyla-pryjomu-do-aspirantury-i-doktorantury/ . До вступу на конкурсній основі приймаються особи, які здобули ступінь магістра (або освітньо-кваліфікаційний рівень 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 D5 Маркетинг Освітньо-наукова 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
Праце- влаштування 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
Силабуси освітніх компонентів	https://hneu.edu.ua/navchalno-metodychne-zabezpechennya-075-marketyng

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 проєктів.
--	--

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).

ІІІ – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D5 «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 проєкти, 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.

РН07. 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.

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.

РН09. Організовувати і здійснити освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.

РН10. Вміти застосовувати філософсько-стратегічне мислення та інструментарій наукових досліджень для прийняття маркетингових рішень і набуття креативних навичок створення та реалізації наукових проектів.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

4.1 Структура освітньо-наукової програми та освітні компоненти

№	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, практики)	кредитів ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ	30	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:		59	100 %
<i>в тому числі: вибіркова складова</i>		15	25 %

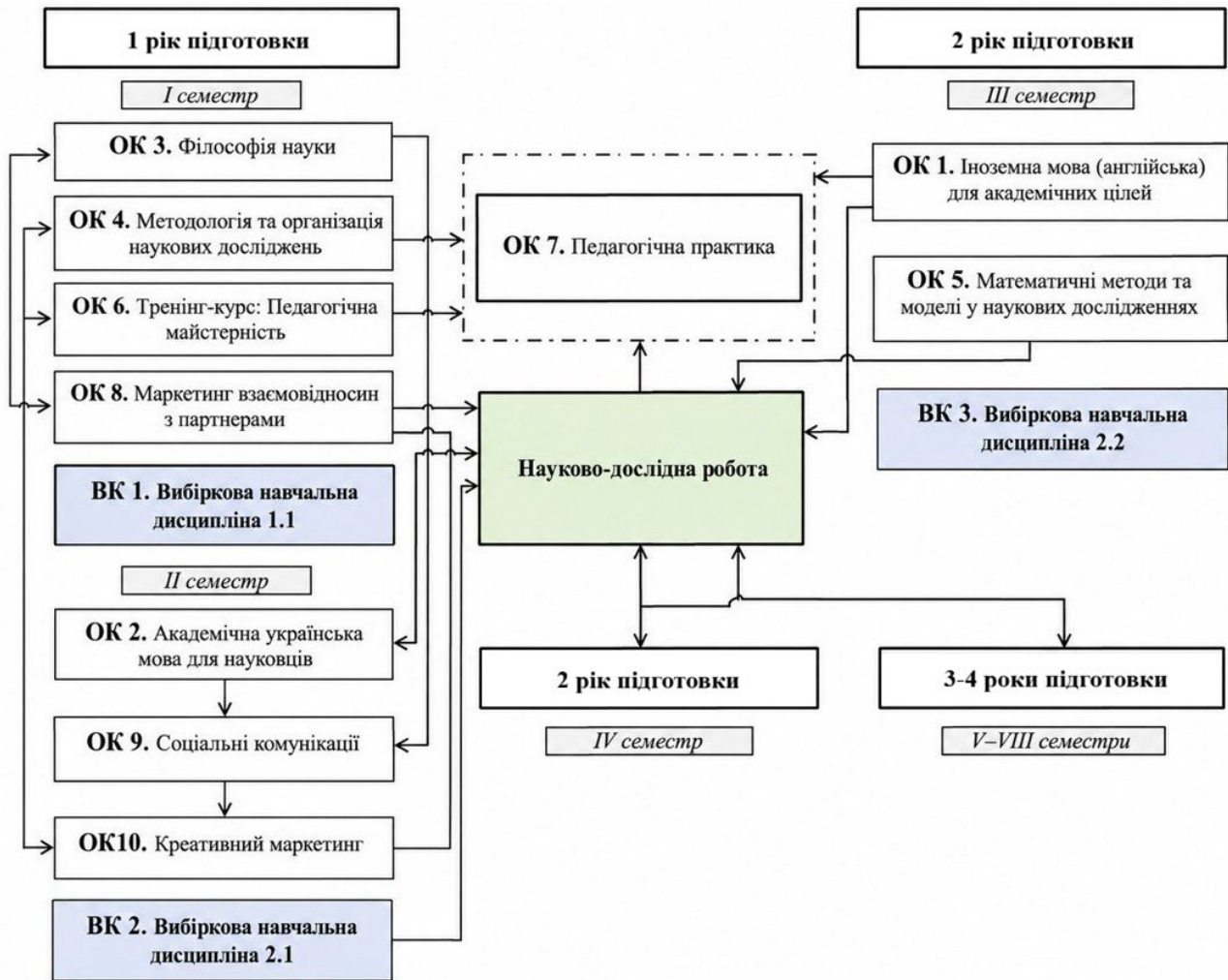
Код ОК	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, практики)	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК1	Академічна англійська мова для науковців	5	Іспит
ОК2	Академічна українська мова для науковців	4	Іспит
ОК3	Філософія науки	4	Залік
ОК4	Методологія та організація наукових досліджень	6	Залік
ОК5	Математичні методи та моделі у наукових дослідженнях	5	Залік
ОК6	Тренінг курс: Педагогічна майстерність	3	Залік
ОК7	Педагогічна практика	3	Звіт
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК1	Вибіркова навчальна дисципліна 1.1	5	Залік
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК8	Маркетинг взаємовідносин з партнерами	4	Іспит
ОК9	Соціальний маркетинг	5	Залік
ОК10	Креативний маркетинг	5	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК2	Вибіркова навчальна дисципліна 2.1	5	Залік
ВК3	Вибіркова навчальна дисципліна 2.2	5	Залік

4.2 Вибіркова складова освітньо-наукової програми

Вибіркова складова освітньо-наукової програми складається з 15 кредитів ЄКТС (25% загального обсягу кредитів за ОНП). Індивідуальний навчальний план здобувача ступеня доктора філософії, крім обов'язкових складових, містить інформацію про навчальні дисципліни за вибором здобувача.

Вибіркова складова полягає у вільному виборі здобувачами дисциплін, які формують здобуття знань із спеціальності, а також вибір дисциплін, що пов'язані з тематикою дисертаційного дослідження, за погодженням із своїм науковим керівником. Здобувач також має право обрати дисципліни, які пропонуються для інших рівнів вищої освіти. Взяти участь у формуванні вибіркової складової можуть усі кафедри університету

4.3. Структурно-логічна схема підготовки здобувачів вищої освіти освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої



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://hneu.edu.ua/aspirantura-polozhennya-pro-pidgotovku-v-aspiranturi) та описаної на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця процедури (https://hneu.edu.ua/aspirantura-atestatsiya).
Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи	Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання актуального наукового завдання з економіки 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 університету. Дисертація має відповідати вимогам, встановленим МОН України та описаним на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця (https://hneu.edu.ua/vymogy-do-dysertatsiyi). 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».

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 студенто-центрованого 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. Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернетсервісів на основі відкритих інтернет-ресурсів та системи StrikePlagiarism.com, що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування антиплагіатним програмним забезпеченням. Нормативними документами в ХНЕУ ім. С.Кузнеця щодо регламентації є такі документи: 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; Політика використання штучного інтелекту в освітньому процесі та наукових дослідженнях. Використання ШІ-інструментів у навчанні та дослідженнях дозволене як допоміжний засіб за умови обов'язкового декларування їх застосування та критичної оцінки отриманих результатів. Неприйнятним є видавання ШІ-контенту за власний, використання ШІ

	під час контрольних заходів без дозволу, а також застосування ШІ для маніпуляцій та фальсифікацій. Кваліфікаційні роботи (дипломні роботи / проекти), підписуються кваліфікованим електронним підписом, оприлюднюються до їх захисту у машинозчитувальному форматі, на постійній основі, з наданням вільного доступу до них без проходження автентифікації та з дотриманням інших вимог.
--	---

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в табл. 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 ґрунтовного 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	ВА 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 ВА 2. Здатність до безперервного саморозвитку та вдосконалення
Загальні компетентності				
ЗК01	ЗН1	УМ1, УМ3	К1	ВА2
ЗК02	ЗН1	УМ2, УМ3		ВА1, ВА2
ЗК03		УМ1, УМ3	К1, К2	ВА1
ЗК04	ЗН1	УМ1, УМ2	К1	ВА1, ВА2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК01	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	ВА1
СК02			К1, К2	
СК03	ЗН1	УМ1, УМ2	К1	ВА2
СК04	ЗН1	УМ1, УМ2	К1, К2	ВА1
СК05	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	ВА1
СК06	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К1	ВА1, ВА2
СК07		УМ1, УМ2, УМ3	К1	ВА1, ВА2
СК08	ЗН1	УМ1, УМ2, УМ3	К2	ВА1
СК09		УМ1, УМ2, УМ3	К1	ВА1, ВА2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

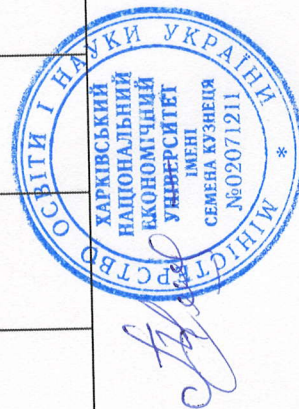
Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компетенцій													
Програмні результати навчання	Компетентності												
	Інтегральна компетентність												
	Спеціальні (фахові) компетентності												
	Загальні компетентності				СК01	СК02	СК03	СК04	СК05	СК06	СК07	СК08	СК09
ЗК01	ЗК02	ЗК03	ЗК04										
ОК3	ОК1 ОК6 ОК10		ОК1	ОК1 ОК6		ОК2		ОК3	ОК4 ОК10			ОК1	
РН01	ОК2	ОК8 ОК9 ОК10	ОК7	ОК7	ОК2 ОК8 ОК9	ОК3 ОК8 ОК9		ОК6	ОК2	ОК4	ОК5		ОК7 ОК10
РН02	ОК1	ОК3		ОК3	ОК7	ОК8 ОК9			ОК3	ОК4	ОК5		
РН03	ОК10	ОК8	ОК8	ОК9	ОК10	ОК8	ОК3 ОК5	ОК9	ОК9	ОК10	ОК10	ОК10	ОК7
РН04	ОК7	ОК3 ОК8 ОК9	ОК9	ОК10	ОК8 ОК6 ОК7 ОК8 ОК9 ОК10	ОК9	ОК9	ОК3	ОК10	ОК8	ОК8		ОК8 ОК9
РН05	ОК3	ОК5	ОК2	ОК7	ОК8 ОК9	ОК4		ОК7	ОК2	ОК2	ОК3		ОК7 ОК8 ОК9
РН06		ОК3	ОК7	ОК1 ОК10		ОК2	ОК1	ОК3 ОК10	ОК2		ОК5		ОК7 ОК8 ОК9
РН07	ОК4	ОК4 ОК7	ОК3	ОК6	ОК7	ОК8 ОК9			ОК8 ОК9	ОК4 ОК7	ОК7		ОК7 ОК8 ОК9
РН08	ОК8 ОК9	ОК3 ОК8 ОК9	ОК5	ОК3	ОК4	ОК2	ОК3	ОК3	ОК5	ОК7			ОК8 ОК9
РН09	ОК10			ОК7							ОК7 ОК8 ОК9		ОК7 ОК10
РН10													

ОСОБІСТІ І НАЗ

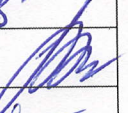
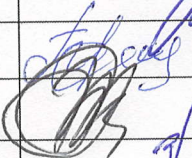
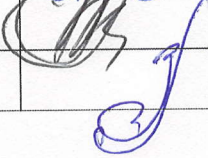
ОСОБІСТІ І НАЗ

Гарант ОНП «Маркетинг»

Людмила ГРИНЕВИЧ



ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
Освітньо-наукової програми «Маркетинг»

Назва структурного / функціонального підрозділу / посадова особа	Підпис
1. Завідувач відділу аспірантури і докторантури	
2. Відділ забезпечення якості освіти	
3. Завідувач кафедри маркетингу	
4. Проректор з навчально-методичної роботи	
5. Перший проректор	



GÖTEBORGS UNIVERSITET

REVIEW

**of the Educational and Professional Programme
"Marketing"
for the Second (Master's) Level of Higher Education in Specialty D5
"Marketing"
at Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics**

In the context of rapid economic transformation, digitalization, increasing market uncertainty, and the growing importance of sustainable development principles, there is a significant demand for highly qualified marketing professionals capable of making strategic decisions, conducting comprehensive market analysis, and effectively managing stakeholder relationships. Therefore, the Educational and Professional Programme "Marketing" offered by the Department of Marketing at Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics is highly relevant and fully aligned with contemporary requirements of both the labor market and the higher education system.

The analysis of the Educational and Professional Programme demonstrates that it has a well-defined structure, a clear educational purpose, and a logical sequence of educational components aimed at developing professional competencies and achieving the expected programme learning outcomes. The programme successfully combines fundamental theoretical knowledge with practical training, enabling students to acquire the skills necessary for solving complex marketing problems in dynamic business environments.

A particular strength of the programme is its focus on strategic marketing and marketing analytics, which provide students with advanced competencies in strategic decision-making, market research, data analysis, forecasting, and the evaluation of marketing performance. These educational components contribute to the development of analytical thinking and evidence-based managerial decision-making, which are among the most important requirements for modern marketing professionals.

Another significant advantage of the programme is the inclusion of educational components aimed at developing soft skills, such as leadership, communication, teamwork, critical thinking, creativity, negotiation, project management, and adaptability. These competencies are increasingly recognized by employers as essential for professional success and effective collaboration in multidisciplinary and international environments. The programme therefore ensures the comprehensive development of graduates by combining professional expertise with interpersonal and managerial capabilities.

It is also important to emphasize that the content of the study programme reflects the principles and priorities of the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs). The curriculum promotes responsible marketing practices, ethical decision-making, sustainable

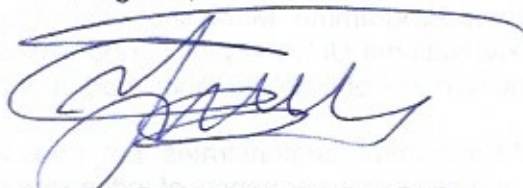
business development, digital transformation, and stakeholder-oriented approaches. Such orientation enables graduates to contribute not only to organizational success but also to broader social, economic, and environmental sustainability objectives.

The program demonstrates a strong practical orientation and takes into account current trends in marketing development, including digital technologies, data-driven decision-making, customer-centric approaches, and sustainable value creation. The involvement of employers, graduates, academic representatives, and other stakeholders in the development and continuous improvement of the program contributes to its relevance and responsiveness to contemporary market needs.

Furthermore, the sectoral focus and profile of economic education at Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics provide favorable conditions for preparing highly qualified specialists. The educational environment supports the acquisition of both specialized and transferable competencies required for successful professional activity in national and international markets.

In conclusion, the reviewed Educational and Professional Programme "Marketing" fully corresponds to contemporary international trends, European standards of higher education, and the requirements of the specialty D5 "Marketing". The programme ensures high-quality training of marketing professionals with strong strategic, analytical, and interpersonal competencies and promotes the principles of sustainable development. Therefore, the programme can be recommended for the preparation of students pursuing the second (master's) level of higher education in the specialty D5 "Marketing".

Kind regards,



Nataliya Berbyuk Lindström, PhD
Associate Professor in Communication
with specialization in Applied Communication Technology

Software Center/CoDig <https://www.software-center.se/>
Swedish Center for Digital Innovation <https://www.scdi.se/>

Institutionen för tillämpad IT | Department of Applied IT
+46(0)733268716

Göteborgs universitet | University of Gothenburg
Visiting address: Medicinaregatan 7B

Postadress| Postal address: Box 470, SE 405 30 Göteborg, Sweden
www.ait.gu.se