

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

**УХВАЛЕНО**  
Рішенням вченої ради  
Харківського національного  
економічного університету імені  
Семена Кузнеця  
від 25.05.2022 р. протокол № 4

**ВВЕДЕНО В ДІЮ**  
Наказом ректора Харківського  
національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця  
від 25.05.2022 р. № 123



Володимир ПОНОМАРЕНКО

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА  
«МАРКЕТИНГ»**

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

Харків, 2022

## ПРЕАМБУЛА

Склад робочої групи:

1. Гриневич Людмила Володимирівна – гарант освітньої програми, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу
2. Лисиця Надія Михайлівна – професор кафедри маркетингу, доктор соціологічних наук, професор
3. Холодний Геннадій Олександрович – професор кафедри маркетингу, кандидат економічних наук.
4. Прокопенко Сергій Олександрович – здобувач вищої освіти;
5. Лайко Олександр Іванович – заступник директора з наукової роботи Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, доктор економічних наук, старший науковий співробітник

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол №12, від 05.05.2022р.

Розглянуто вченою радою факультету менеджменту і маркетингу, протокол №8, від 11.05.2022 р.

Оновлено на підставі:

1. 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).
2. 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.;
3. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору професій ДК 003:2010
4. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.
5. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.
6. Пропозицій роботодавців.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

## I. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

<b>Рівень вищої освіти</b>	Третій (освітньо-науковий) рівень
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Доктор філософії
<b>Галузі знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Спеціальності</b>	075 Маркетинг
<b>Спеціалізація</b>	-
<b>Освітня програма (українською та англійською мовами)</b>	Маркетинг (Marketing)
<b>Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання</b>	очна (вечірня, денна) форма – 55 кредитів, 4 роки; заочна форма – 55 кредитів, 4 роки
<b>Наявність акредитації</b>	-
<b>Мова(и) навчання / оцінювання</b>	українська
<b>Структурний підрозділ відповідальний за ОП</b>	кафедра маркетингу
<b>Вимоги до зарахування</b>	<p>Згідно з Правилами прийому до аспірантури і докторантури Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, до аспірантури на конкурсній основі приймаються особи, які здобули вищу освіту ступеня магістра (спеціаліста). До вступних випробувань допускаються особи, які вчасно подали всі необхідні для вступу документи згідно з Правилами.</p> <p>Набір до аспірантури для здобуття ступеня доктора філософії здійснюється за результатами вступного іспиту з іноземної мови (англійської, німецької, французької на вибір в обов'язку, який відповідає рівню B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти) у письмовій формі та вступного іспиту зі</p>

	<p>спеціальності (в обсязі програми рівня вищої освіти магістра з відповідної спеціальності) у письмовій формі за білетами.</p> <p>При розрахунку конкурсного балу вступника до аспірантури також враховуються: середній бал за додатком до диплому (магістра/спеціаліста) та додаткові бали, що нараховуються за попередні науково-дослідницькі досягнення за спеціальністю (Правила прийому до аспірантури і докторантури Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця).</p>
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Без обмежень
<b>Освітня кваліфікація</b>	Доктор філософії з маркетингу
<b>Кваліфікація(-ї) професійна(-і)</b>	Не надається
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – доктор філософії Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – «Маркетинг»
<b>Мета освітньої програми</b>	Забезпечити, на основі освітнього ступеня магістра, фундаментальну теоретичну та практичну підготовку наукових і науково-педагогічних кадрів у галузі управління та адміністрування за спеціальністю «Маркетинг», шляхом здобуття ними компетентностей, достатніх для виконання оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну, теоретичне, методичне та практичне значення, їх захисту після підготовки дисертації.
<b>Фокус та особливості (унікальність) програми</b>	Повна освіта рівня магістр за спеціальністю 075 Маркетинг. Ключові слова маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова діяльність. Особливість програми полягає у розширенні та поглибленні теоретико-методологічних та науково-методичних засад розвитку маркетингової діяльності суб'єктів господарювання, оволодіння практичним інструментарієм наукових досліджень з урахуванням світових тенденцій і здобутків у сфері маркетингу та орієнтує на співробітництво із закладами системи

	Академії наук України, підприємницькими структурами, зарубіжними науковими і освітніми закладами та грантову діяльність..
<b>Опис предметної області</b>	<p><b>Об'єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів</p> <p><b>Цілі навчання:</b> 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.</p> <p><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> 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.</p> <p><b>Методи, методики та технології:</b> 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.</p> <p><b>Інструментарій та обладнання:</b> сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та впровадження інноваційної маркетингової діяльності.</p>
<b>Академічна мобільність</b>	-
<b>Академічні права</b>	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих
<b>Професійні права</b>	Навчання впродовж життя для розвитку і самовдосконалення в науковій та професійній сферах діяльності, а також в інших споріднених галузях

	<p>наукових знань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навчання на 8-ому кваліфікаційному рівні Національної рамки кваліфікацій в споріднених спеціальностях;</li> <li>- освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії, що містять додаткові наукові та освітні компоненти.</li> </ul>
<p><b>Працевлаштування випускників</b></p>	<p>Працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників у науково-педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, тощо в установах та організаціях</p> <p>Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме:</p> <p>Посади згідно класифікатору професій ДК003:2010</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі).</li> <li>12 Керівники підприємств, установ, організацій</li> <li>121 Керівники підприємств, установ, організацій</li> <li>1210 Керівники підприємств, установ, організацій</li> <li>1210.1 Керівники підприємств, установ, організацій</li> <li>123 Керівники функціональних підрозділів</li> <li>1233 Керівники підрозділів маркетингу</li> <li>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю</li> <li>1237 Керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники</li> <li>1237.1 Головні фахівці - керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники</li> <li>1237.2 Начальники (завідувачі) науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники</li> <li>1238 Керівники проектів та програм</li> <li>1239 Керівники інших функціональних підрозділів</li> <li>2 Професіонали</li> <li>23 Викладачі</li> <li>231 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів</li> </ul>

	<p>2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів</p> <p>2310.1 Професори та доценти</p> <p>2310.2 Інші викладачі університетів та вищих навчальних закладів</p> <p>24 Інші професіонали</p> <p>241 Професіонали в сфері маркетингу</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг)</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу</p> <p>2441 Професіонали в галузі економіки</p> <p>2441.1 Наукові співробітники (економіка)</p>
--	--

## II – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>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>
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>	<p>СК1. 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>СК2. 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</p> <p>СК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності</p>

	<p>СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті</p> <p>СК5. Здатність до впровадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами</p> <p>СК6. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень</p> <p>СК7. 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>СК8. 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>
--	--

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»**

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.



PH04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.

PH05. 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

PH06. 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 нефахівцями 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. Організувати і здійснити освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.

## IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

### 4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

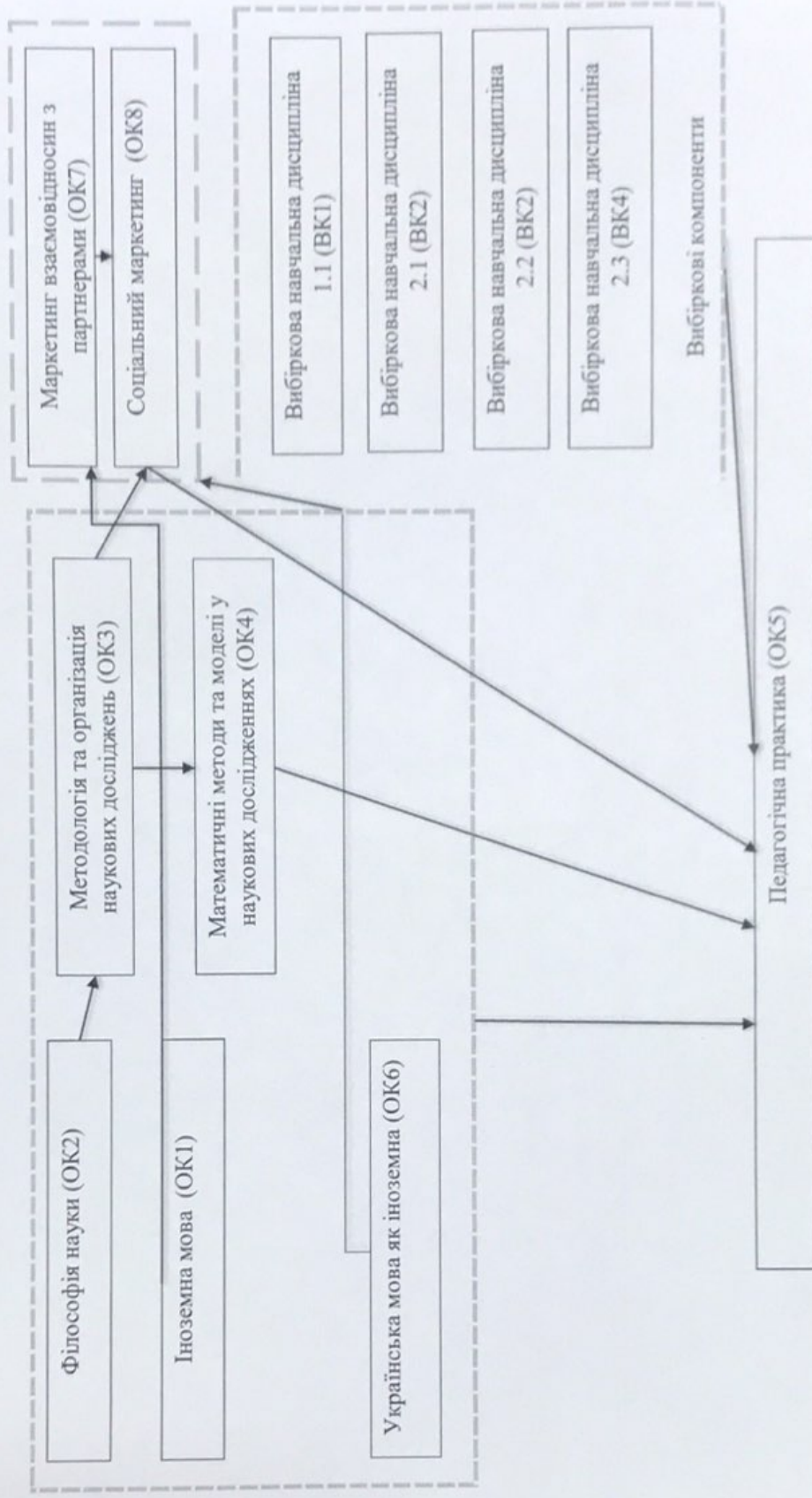
№	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Структура, %
<b>ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>			
1	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	26	47%
2	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	5	9%
<b>ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>			
3	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	9	17%
4	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	15	27%
<b>ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :</b>		<b>55</b>	<b>100%</b>
<i>в тому числі: вибіркова складова</i>		20	36%

Код ОК	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
<b>ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК1	Іноземна мова*	6	Залік
ОК2	Філософія науки	4	Іспит
ОК3	Методологія та організація наукових досліджень	6	Залік
ОК4	Математичні методи та моделі у наукових дослідженнях	5	Залік
ОК5	Педагогічна практика	5	Звіт
ОК6	Українська мова як іноземна**	4	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК1	Вибіркова навчальна дисципліна 1.1	5	Залік
<b>ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК7	Маркетинг взаємовідносин з партнерами	4	Іспит
ОК8	Соціальний маркетинг	5	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК2	Вибіркова навчальна дисципліна 2.1	5	Залік
ВК3	Вибіркова навчальна дисципліна 2.2	5	Залік
ВК4	Вибіркова навчальна дисципліна 2.3	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, вподобання 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 вибіркового навчальних дисциплін складає 20 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на дисципліну).

### 4.3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ освітньо-наукової програми Маркетинг третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти



## V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

<p><b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b></p>	<p>Атестація здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою закладу вищої освіти чи наукової установи на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації (відповідно п.30 Постанови Кабінету Міністрів України № 261 від 23.03.2016 р. та п.3 ст.6 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 р.).</p> <p>Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання здобувачем його індивідуального навчального плану. Звітування за виконанням плану проводиться 2 рази на рік на засіданні випускової кафедри.</p>
<p><b>Вимоги до кваліфікаційного іспиту</b></p>	<p>-</p>
<p><b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b></p>	<p>Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері маркетингу або на його межі з іншими спеціальностями, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.</p> <p>Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації.</p> <p>Дисертація та інші документи атестаційної справи мають бути розміщені на сайті закладу вищої освіти (наукової установи) до захисту.</p> <p>Дисертація має відповідати іншим вимогам, встановленим законодавством. Вимоги до оформлення дисертацій встановлює МОН України. Обсяг основного тексту дисертації 6,5-8,5 авторський аркуша.</p>
<p><b>Вимоги до публічного захисту</b></p>	<p>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 КМУ №44 від 12 січня 2022 р.</p>

## 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».

<b>Політика щодо забезпечення якості вищої освіти</b>	Безперервне вдосконалення якості навчального середовища, в якому якість освітньої програми, якість навчання і викладання, якість результатів і кваліфікацій, навчальні можливості та ресурсне забезпечення відповідають затвердженим стандартам, потребам стейкхолдерів, а також вимогам інших органів, що здійснюють зовнішнє забезпечення якості.
<b>Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм</b>	<p>Процедурами забезпечення якості освіти є:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти;</li><li>• розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;</li><li>• розробка системи оцінювання знань докторів філософії, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярного оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб, згідно з розробленими та затвердженими правилами.</li><li>• організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;</li><li>• формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;</li><li>• створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;</li><li>• оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;</li><li>• розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти;</li><li>• інших процедур і заходів.</li></ul> <p>Здійснюється моніторинг і періодичний перегляд програм з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або</p>

	<p>вжиті як результат перегляду, слід інформувати всі зацікавлені сторони.</p> <p>Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам;</li> <li>• потреб суспільства, що змінюються;</li> <li>• навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми;</li> <li>• ефективності процедур оцінювання студентів;</li> <li>• очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання;</li> <li>• навчального середовища відповідності меті і змісту програми;</li> <li>• якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти.</li> </ul> <p>Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів</p>
<p><b>Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів</b></p>	<p>Набір за спеціальністю 075 «Маркетинг» за третім (освітньо-науковим) рівнем здійснюється за результатами вступних іспитів: зі спеціальності, з іноземної мови. Додатковим показником при обчисленні конкурсного балу є середній бал вступника за додатком до диплому магістра (спеціаліста) та бали за його попередні науководослідницькі досягнення. Загальний конкурсний бал розраховується на основі Правил прийому до аспірантури та докторантури. До вступних іспитів допускаються особи, які пройшли обов'язкову співбесіду з майбутнім науковим керівником та отримали за неї позитивний відгук; та отримали позитивний письмовий відгук на подану наукову доповідь (реферат). Для виявлення ступеня опанування компетентностей у сфері маркетингу, кандидати на вступ до аспірантури складають вступне випробування зі спеціальності, яке проводиться предметною комісією, члени якої проводять наукові дослідження за спеціальністю та відповідають за виконання ОНП. Відповідно до Положення засвоєння здобувачами ступеня доктора філософії НД може відбуватися в Університеті та у межах реалізації права на академічну мобільність – на базі інших ЗВО (наукових установ). Вчена рада Університету має право</p>

ухвалити рішення про визнання набутих здобувачем в інших закладах вищої освіти (наукових установах) компетентностей з однієї чи декількох НД (зарахування кредитів ЄКТС), обов'язкове здобуття яких передбачене ОНП підготовки здобувачів на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти в Університеті. Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюються Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук в аспірантурі (поза аспірантурою) та докторантурі. Порядок поновлення здобувачів ступеня доктора філософії після академічної відпустки та відрахування з аспірантури передбачений Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук в аспірантурі (поза аспірантурою) та докторантурі. Переведення і поновлення аспірантів з інших ЗВО не передбачене. Визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті поширюється на базові (обов'язкові) та вибіркові дисципліни навчального плану за ОНП. Відповідно до Положення здобувач ступеня доктора філософії, який підтвердив рівень свого знання іноземної мови, зокрема, англійської, дійсним сертифікатом тестів TOEFL, або International English Language Testing System, або сертифікатом Cambridge English Language Assessment, на рівні C1 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти, має право: на зарахування відповідних кредитів, передбачених ОНП за дисципліною «Іноземна мова», як таких, що виконані в повному обсязі; на використання обсягу навчального навантаження, передбаченого для набуття мовних компетентностей та результатів навчання, для здобуття інших компетентностей (за погодженням із науковим керівником та відділом аспірантури і докторантури). Атестація аспірантів відбувається на засіданні кафедри двічі на рік у вигляді доповіді та наочної презентації фактичних результатів підготовки у кожному семестрі з акцентом на отриманні результатів дисертаційного дослідження, їхню актуальність, наукову новизну та прикладне значення, методику дослідження та методи, які при цьому застосовуються; достовірність отриманих результатів та ступінь їх апробації. Шляхом відкритого обговорення головою та членами атестаційної комісії кафедри фактичних результатів підготовки аспіранта робиться висновок про ступінь виконання запланованих на поточний семестр показників та рекомендація щодо продовження підготовки аспіранта в

	<p>аспірантурі Університету або його відрахування за невиконання індивідуального плану роботи. Аспірантам може бути призначено написання та захист наукового докторського (дисертаційного) проекту після завершення 1-го або 2-го року підготовки в аспірантурі Університету, який є конструктивною основою дисертаційного дослідження, захищається публічно та передує підсумковій атестації. Обов'язковою умовою допуску до захисту дисертації є успішне виконання аспірантом його індивідуального навчального плану</p>
<p><b>Забезпечення якості студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання</b></p>	<p>Оцінювання докторів філософії базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері;</li> <li>• критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь;</li> <li>• оцінювання докторів філософії дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання;</li> <li>• оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніж дві особи;</li> <li>• процедури оцінювання докторів філософії повинні враховувати пом'якшувальні обставини;</li> <li>• оцінювання докторів філософії є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур;</li> <li>• наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти.</li> </ul>
<p><b>Забезпечення якості науково-педагогічних працівників</b></p>	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації;</li> <li>• прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації;</li> <li>• моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності;</li> <li>• обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність;</li> <li>• оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації.</li> </ul>



<p><b>Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)</b></p>	<p>Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними та доступними для докторів філософії ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснюють відповідну підтримку студентів.</p> <p>При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки докторів філософії враховуються потреби різноманітного контингенту (такого як докторів філософії: з досвідом, заочної форми навчання, працюючі, іноземні, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання.</p> <p>Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а докторів філософії поінформовані про їх наявність.</p>
<p><b>Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)</b></p>	<p>З метою управління освітніми процесами 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 компанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності докторів філософії; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.</p>
<p><b>Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність</b></p>	<p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 075 Маркетинг публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних докторів філософії, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості.</p> <p>Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг», включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.</p>
<p><b>Забезпечення академічної доброчесності</b></p>	<p>Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, базується на таких принципах:</p>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• дотримання загальноприйнятих принципів моралі;</li><li>• демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм;</li><li>• повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності;</li><li>• дотримання норм законодавства про авторське право;</li><li>• посилання на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей;</li><li>• самостійне виконання індивідуальних завдань.</li></ul> <p>У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих у ХНЕУ ім. С. Кузнеця положень та норм.</p>
--	---

### 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 компетентностей дескрипторам НРК**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання ЗН1 Найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі науково-дослідної та/або професійної діяльності і на межі предметних галузей	Уміння	Комунікація К1 спілкування в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та/або професійної діяльності	Автономія та відповідальність
		УМ1 Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та складних ідей  УМ2 Розроблення та реалізація проєктів, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язання значущих соціальних, наукових, культурних, етичних та інших проблем		АВ1 Ініціювання інноваційних комплексних проєктів, лідерство та повна автономність під час їх реалізації  АВ2 Соціальна відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень  АВ3 Здатність саморозвиватися і самовдосконалюватися протягом життя, відповідальність за навчання інших
<b>Загальні компетентності – 4</b>				
ЗК1	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
ЗК2		УМ1		АВ3
ЗК3		УМ2	К1	АВ1
ЗК4	ЗН1	УМ1		АВ2
<b>Спеціальні (фахові) компетентності - 8</b>				
СК1	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
СК2		УМ2	К1	АВ3
СК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ2
СК4		УМ1	К1	АВ1
СК5	ЗН1	УМ2		АВ3
СК6	ЗН1	УМ2	К1	АВ2
СК7		УМ1		АВ1
СК8	ЗН1	УМ2	К1	АВ2

Таблиця 2

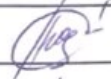




## Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

Програмні результати навчання	Загальні компетентності				Спеціальні (фахові) компетентності							
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8
PH1			OK1, OK6		OK1, OK6			OK2				
PH2	OK2	OK8			OK2, OK8					OK2	OK4	OK8
PH3		OK3		OK3		OK3				OK3		
PH4							OK3 OK5					
PH5	OK7	OK3, OK8				OK1, OK6, OK7, OK8			OK3			
PH6							OK4		OK7			
PH7										OK2		
PH8		OK4, OK7								OK8	OK4, OK7	OK7
PH9		OK3		OK3								OK3

Гарант ОНП  
«Маркетинг»

Людмила ГРИНЕВИЧ

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**Освітньо-наукової програми «Маркетинг»**

Назва структурного/функціонального підрозділу/посадова особа	Дата, підпис
1. Завідувач відділу аспірантури і докторантури	
2. Керівник відділу забезпечення якості освіти та інноваційного розвитку	
3. Завідувач кафедри маркетингу	
4. Проректор з навчально-методичної роботи	
5. Проректор з наукової роботи та міжнародного співробітництва	



## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «доктор філософії» за спеціальністю №075 «Маркетинг» галузі знань №07 «Управління та адміністрування», розроблену на кафедрі маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

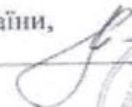

На сучасному етапі розвитку України, підготовка фахівців з маркетингу є нагальною потребою. Маркетинг, базуючись на системному, ситуаційному та програмно-цільовому підходах дозволяє суб'єкту господарської діяльності посилити його позиції та забезпечити конкурентоспроможність, вчасно корегуючи стратегію і тактику поведінки на ринку.

Освітньо-професійна програма Маркетинг третього рівня вищої освіти, що реалізується в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця має на меті отримання здобувачами вищої освіти компетентностей, достатніх для виконання оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну, теоретичне, методичне та практичне значення, їх захисту після підготовки дисертації. Передбачає реалізацію інтегральної компетентності – набути здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

Звертає на себе увагу наповнення освітньої програми сучасними дисциплінами світового рівня і залучення фахівців найвищого рівня, переважно, докторів і кандидатів наук, які мають не тільки високий рівень теоретичної підготовки, але й певний практичний досвід ведення бізнесу в сфері маркетингу, про що свідчать їх публікації та численні стажування в провідних установах та підприємствах України і зарубіжжя.

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 імені Семена Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОНУ за спеціальністю 075 Маркетинг та забезпечує якісну підготовку майбутніх магістрів маркетингу.

Заступник директора з наукової роботи  
Інституту проблем ринку  
та економіко-екологічних досліджень НАН України,  
д.е.н., с.н.с.

 Лайко О.І.  


## РЕЦЕНЗІЯ

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

Значні зміни у світогляді суспільства, демократичне відродження, загострення конкуренції на національному та міжнародному рівнях викликає необхідність підготовки докторів філософії у сфері маркетингу. Стає очевидним, що без залучення наукових фахівців неможливий подальший розвиток галузі. Освітня програма передбачає поєднання фундаментальних науково-теоретичних знань з практичними компетентностями маркетолога.

Освітньо-наукову програму «Маркетинг» розроблено на основі галузевого стандарту вищої освіти, що сприяє поєднанню теоретико-методологічних основ маркетингу з оволодінням практичним інструментарієм наукових досліджень з урахуванням світових тенденцій і здобутків у сфері маркетингу та орієнтує на співробітництво із закладами системи Академії наук України, підприємницькими структурами, зарубіжними науковими і освітніми закладами та грантову діяльність.

При розробці освітньо-наукової програми «Маркетинг» враховані вимоги освітнього стандарту спеціальності 075 «Маркетинг» за третім (доктор філософії) рівнем, професійного стандарту вищої освіти України Міністерства освіти і науки України; сучасних вимог до професії.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня підготовки доктор філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» розроблено кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам вищої школи, розроблена у відповідності до галузевих стандартів вищої освіти, ухвалених науково-методичною комісією Міністерства освіти і науки України, положень Закону України «Про вищу освіту», розпоряджень Кабінету міністрів України та наказам МОН України.

Учений секретар

Науково-дослідного центру індустріальних  
проблем розвитку НАН України,  
д.е.н., проф.



Надія БСЛІКОВА