

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ /

MARKETING

третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Освітня кваліфікація: доктор філософії з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою ДТЕУ

Голова вченої ради
Анатолій МАЗАРАКІ/
(протокол № 2 від «28» вересня 2023 р.)

Освітньо-наукова програма вводиться в дію з «01» листопада 2023 р.
(наказ від «28» вересня 2023 р., № 3264)

Київ 2023

I. ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукова програма третього рівня вищої освіти розроблена відповідно стандарту вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. № 313.

Розроблено робочою групою в складі:

№ пор.	Прізвище, ім'я, по-батькові	Посада, науковий ступінь, вчене звання (вказати керівника)
1.	Бондаренко О.С.	д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу (гарант освітньо-наукової програми)
2.	Мазаракі А.А.	д.е.н., проф., ректор
3.	Бойко М.Г.	д.е.н., проф., завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
4.	Янковець Т.М.	к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу
5.	Мєдведева К.Д.	аспірант освітньо-наукової програми «Маркетинг»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Гурджиян К.В. Заступник директора маркетингової дослідницької агенції ТОВ «Агрістатіс»
2. Лео М.В. Директор зі стратегічного розвитку «Деол Партнерс»

1. Профіль освітньо-наукової програми (ОНП) третього рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг

Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Ступень вищої освіти мовою оригіналу	Доктор філософії
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Форма здобуття освіти	Очна, заочна
Освітня кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти: доктор філософії Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг
Обсяг освітньо-наукової програми	240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Акредитовано Сертифікат про акредитацію № 3439 від 20.05.2022, строк дії до 01.07.2026
Цикл/рівень	QF for ENEA – третій цикл; EQF for LLL – 8 рівень; НРК України – 8 рівень
Передумови	Наявність освітнього ступеня «магістр». Володіння вступником компетентностями та опанування результатів навчання, що визначені стандартом вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (перевіряється вступними випробуваннями)
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	4 роки
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/880b8f0e9a473c408ddaf30248b92e62.pdf

2 – Мета освітньо-наукової програми

Підготовка конкурентоспроможних, висококваліфікованих фахівців ступеня доктора філософії з маркетингу у сфері торгівлі, реклами та обслуговування, інтегрованих у європейський науково-освітній простір, що мають теоретичні знання та компетентності, необхідні для продукування нових ідей, розв'язання комплексних завдань професійної та дослідницько-інноваційної маркетингової діяльності, оволодіння методологією науково-педагогічної діяльності і проведення власного наукового дослідження.

3 - Характеристика освітньо-наукової програми

Предметна область	<i>Об'єкт діяльності:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та
-------------------	--

	<p>соціальних інтересів</p> <p><i>Цілі навчання:</i> набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної/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><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> сучасні маркетингові комунікації управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності, методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та впровадження інноваційної маркетингової діяльності</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова, прикладна. Наукові дослідження з новими та удосконаленими, практично спрямованими і цінними теоретичними і методичними результатами
Основний фокус освітньої програми	Програма орієнтована на переосмислення і актуалізацію методології маркетингового аналізу, створення нового міждисциплінарного знання у сфері маркетингу з дотриманням релевантних норм і обмежень та використанням сучасних цифрових інструментів в комплексних маркетингових дослідженнях і управлінні креативними проектами, подальшою їх презентацією та імплементацією у науково-педагогічну діяльність. Фокус наукової складової підготовки зосереджено на наукових аспектах маркетингової діяльності у сфері торгівлі, реклами та обслуговування.
Особливості програми	<p>Освітня складова програми передбачає 48 кредитів ЄКТС, з них:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 36 кредитів ЄКТС для обов'язкових освітніх компонентів, у тому числі 3 кредити ЄКТС науково-педагогічної практики; • 12 кредитів ЄКТС передбачено для опанування вибіркового освітніх компонентів, що посилює цикл професійної підготовки. Вибіркова частина програми уможливує право вибору навчальних дисциплін, з врахуванням індивідуальних потреб аспірантів. <p>Наукова складова програми передбачає здійснення наукових досліджень під керівництвом наукового керівника з відповідним оформлення та публічним захистом одержаних результатів у вигляді дисертації. Ця складова програми охоплює 192 кредити ЄКТС і оформляється у вигляді індивідуального плану наукової роботи аспіранта</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до	Робота за національним класифікатором України «Класифікатор

<p>працевлаштування</p>	<p>професій» ДК 003:2010: 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1475.3 Менеджери (управителі) з досліджень ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління 2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг) 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу 2419.3 Професіонали державної служби Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями. Випускники аспірантури працевлаштовуються на підприємствах різних форм власності, у маркетингових та консалтингових агенціях, у сфері державної служби, в науково-дослідних установах та закладах вищої освіти.</p>
<p>Подальше навчання</p>	<ul style="list-style-type: none"> • здобуття наукового ступеня доктора наук; • освітньо-наукові програми на 8-му рівні НРК України у споріднених галузях наукових знань; • освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії (в т.ч. за кордоном), що містять додаткові освітні компоненти.
<p>5 – Викладання та оцінювання</p>	
<p>Викладання та навчання</p>	<ul style="list-style-type: none"> - комбінація лекцій, практичних занять, виконання проектів, аналітичних, дослідницьких робіт; - проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання; - навчання з використанням елементів дистанційних та інтерактивних технологій навчання; - залучення до консультування аспірантів відомих фахівців у галузі науки та практики; - безпосередня участь у виконанні науково-дослідних робіт.
<p>Оцінювання</p>	<p>Освітня складова програми. Система контролю оволодіння аспірантами дисциплінами освітньо-наукової програми складається з поточного та підсумкового видів контролю. Поточний контроль має на меті отримання оперативних даних про рівень знань аспірантів і якість сформованих компетентностей. Він передбачає застосування комплексу методів оцінювання: усне опитування, тестовий контроль, виконання проектних завдань тощо. Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену / заліку проводиться як форма оцінювання рівня засвоєння аспірантом теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни.</p> <p>Наукова складова програми. Оцінювання наукової діяльності аспірантів здійснюється на основі кількісних та якісних показників, що характеризують підготовку наукових праць, участь у наукових конференціях, підготовку окремих частин дисертації відповідно до затвердженого індивідуального плану наукової роботи аспіранта.</p>

	Звіти аспірантів за результатами виконання індивідуального плану наукової роботи щопівроку затверджуються на засіданні кафедри та вченій раді факультету з відповідною рекомендацією.
6 – Програмні компетентності	
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, теоретичні та практичне значення
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 2. Здатність до пошук, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 3. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 4. 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>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК 01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягти наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.</p> <p>СК 02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних текстів за напрямом досліджень.</p> <p>СК 03. Здатність застосувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>СК 04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК 05. Здатність до проведення науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p> <p>СК 06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК 07. 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>СК 08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.</p> <p>СК 09. Здатність використовувати при розробці та впровадженні інноваційних маркетингових стратегій релевантні правові норми та обмеження, насамперед у сфері торгівлі,</p>

7 – Програмні результати навчання

РН 01. 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.

РН 02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.

РН 03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

РН 04. Глибоко розуміти і імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосовувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.

РН 05. 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.

РН 06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.

РН 07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземними мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.

РН 08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналіз даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.

РН 09. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення

РН 10. Використовувати при розробці та впровадженні інноваційних маркетингових стратегій релевантні правові норми та обмеження, насамперед у сфері торгівлі, реклами та обслуговування

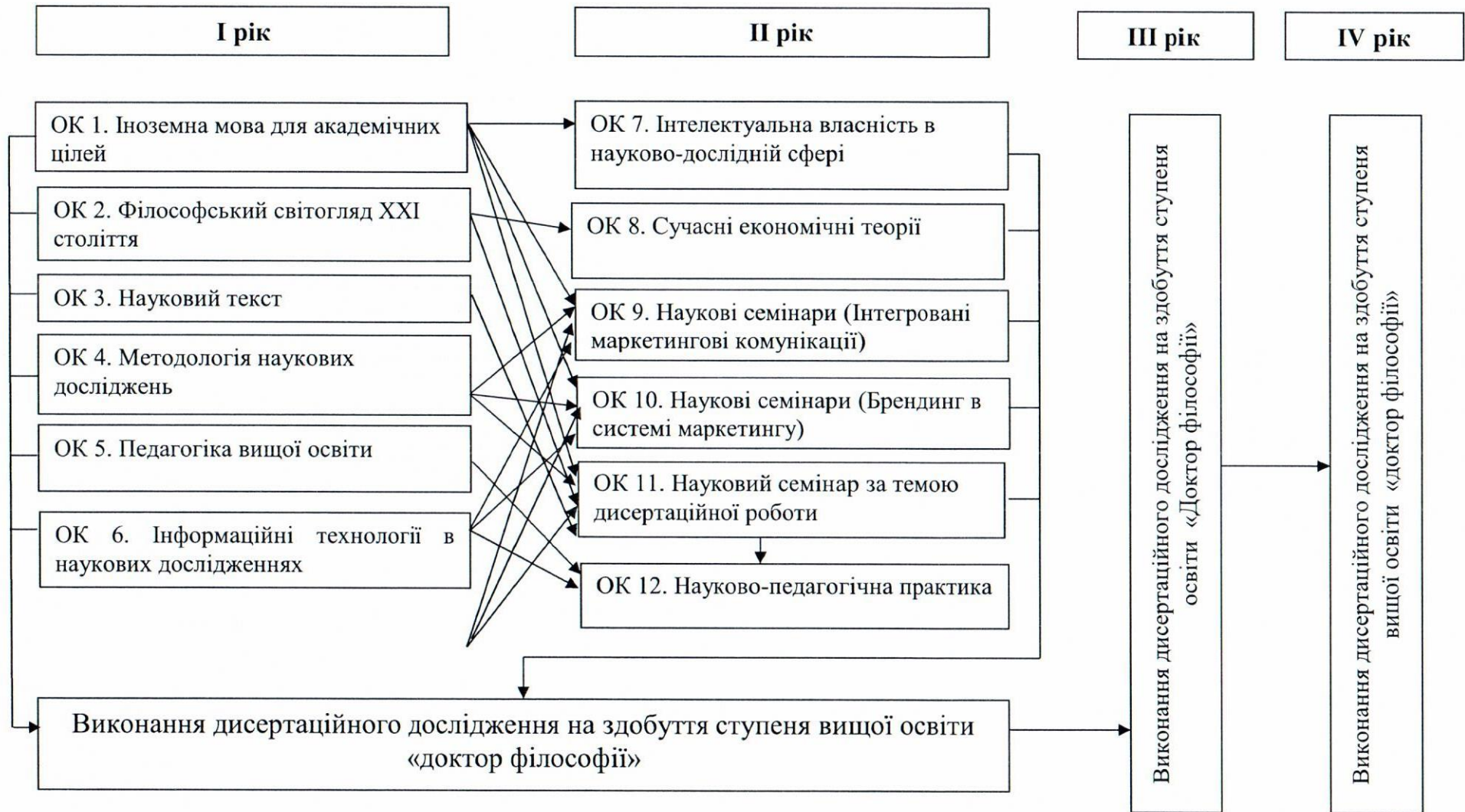
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Реалізацію освітньо-наукової програми забезпечують викладачі, які мають наукові ступені кандидата та доктора наук. Для забезпечення відповідності наукових досліджень аспірантів вимогам сучасного маркетингового середовища проводяться тематичні майстер-класи та відкриті лекції представників бізнесу, регуляторних органів влади, громадських організацій.
Матеріально-технічне забезпечення	Аспіранти повною мірою забезпечені матеріальними ресурсами для навчання та виконання досліджень. До їх послуг: <ul style="list-style-type: none"> - понад 30 тис. м² навчальних будівель; - окремий гуртожиток для аспірантів (понад 80 кімнат); - майже 1,5 млн. найменувань навчальної та наукової літератури в бібліотеці ДТЕУ; - 470 посадкових місць у читальних залах ДТЕУ, в тому числі у мультимедійній бібліотеці ДТЕУ, де забезпечено доступ до наукометричних баз даних SCOPUS, Web of Science; - 2000 робочих місць ПЕОМ із виходом в Інтернет + WiFi. Уся комп'ютерна техніка забезпечена базовим програмним забезпеченням, на комп'ютерах в лабораторіях кафедр інстальоване спеціальне програмне забезпечення, необхідне для проведення досліджень аспірантами; - лабораторія дистанційного навчання, в якій розміщено 966 освітніх курсів; - електронна платформа для комунікації аспірантів на базі Microsoft Office 365 тощо.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Повне забезпечення навчально-методичними комплексами дисциплін та інших видів навчально-методичних матеріалів. Документи, що регламентують, процедури вступу, навчання в аспірантурі, захисту дисертації тощо знаходяться у відкритому доступі на веб-сайті ДТЕУ. Комунікація між аспірантами, науковими керівниками, адміністративним персоналом відбувається з використанням внутрішньої електронної платформи комунікації, ресурсів електронної пошти, OTT-сервісів, засобів рухомого і нерухомого телефонного зв'язку.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Згідно з договорами про співробітництво між ДТЕУ та закладами вищої освіти України, науковими установами.
Міжнародна кредитна мобільність	У межах договорів про співробітництво між ДТЕУ та закладами вищої освіти Франції, Великобританії, Польщі, Німеччини, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання аспірантів. Навчання за напрямом КА1 з отриманням кредитів в університетах країн-членів Програми Еразмус+.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземним здобувачам вищої освіти гарантуються всі права та свободи, у відповідності до діючого законодавства України і Статуту університету.

2. Перелік компонент освітньо-наукової програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОНП

Код н/д	Компоненти освітньо-наукової програми	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОНП			
ОК 1	Іноземна мова для академічних цілей	3	екзамен
ОК 2	Філософський світогляд XXI століття	3	залік
ОК 3	Науковий текст	3	екзамен
ОК 4	Методологія наукових досліджень	3	екзамен
ОК 5	Педагогіка вищої освіти	3	екзамен
ОК 6	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	3	залік
ОК 7	Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері	3	залік
ОК 8	Сучасні економічні теорії	3	залік
ОК 9	Наукові семінари (Інтегровані маркетингові комунікації)	3	екзамен
ОК 10	Наукові семінари (Брендинг в системі маркетингу)	3	залік
ОК 11	Науковий семінар за темою дисертаційної роботи	3	залік
ОК 12	Науково-педагогічна практика	3	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		36	
Вибіркові компоненти ОНП			
ВК 1	Ораторське мистецтво	3	залік
ВК 2	Комерціалізація інтелектуальної власності	3	залік
ВК 3	Математичне моделювання у наукових дослідженнях	3	залік
ВК 4	Статистичні методи аналізу та прогнозування	3	залік
ВК 5	Міжнародна статистика	3	залік
ВК 6	Світовий ринок товарів та послуг	3	залік
ВК 7	Ризики в маркетингу	3	залік
ВК 8	Управління ланцюгами поставок	3	залік
ВК 9	Наукові семінари (Еволюція теоретико-методологічних засад маркетингу)	3	залік
ВК 10	Наукові семінари (Інноваційні товари і технології в торгівлі)	3	залік
ВК 11	Інша освітня компонента за погодженням з науковим керівником	3	залік
Загальний обсяг вибіркового компонент:		12	
Загальний обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми		48	
Підготовка дисертації (наукова складова)		156	
Презентація результатів дисертаційного дослідження та атестація		36	
Загальний обсяг освітньо-наукової програми		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.
Вимоги до дисертації на здобуття ступеня доктора філософії	<p>Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері маркетингу або на її межі з іншими спеціальностями і 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>Обсяг основного тексту дисертації має становити 6,5 – 9 авторських аркушів.</p> <p>Дисертація має бути розміщена на сайті ДТЕУ.</p>

4. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньо-наукової програми

	Освітня складова												Наукова складова
	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 3	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	
ЗК 1		•		•	•	•		•					•
ЗК 2			•			•		•	•	•	•	•	•
ЗК 3	•		•			•							•
ЗК 4				•		•	•		•	•	•	•	•
СК 01				•			•	•	•	•	•		•
СК 02	•			•	•			•					•
СК 03						•			•	•	•	•	•
СК 04	•			•	•							•	•
СК 05		•		•				•				•	•
СК 06					•		•		•	•	•		•
СК 07						•			•	•	•		•
СК 08			•	•				•	•	•	•		•
СК 09						•	•		•	•			•

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
обов'язковими компонентами освітньо-наукової програми**

	Освітня складова												Наукова складова
	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	
ПН 01	•	•	•	•		•	•		•	•	•	•	•
ПН 02									•	•	•		•
ПН 03		•		•		•	•	•					•
ПН 04					•			•	•	•	•	•	•
ПН 05		•		•			•	•	•	•	•	•	•
ПН 06			•	•	•		•	•	•	•	•		•
ПН 07	•								•	•	•		•
ПН 08			•	•		•	•		•	•	•		•
ПН 09				•	•	•	•		•	•	•		•
ПН 09												•	•
ПН 10					•	•			•	•			•

**6. Матриця відповідності програмних компетентностей
вибірковим компонентам освітньо-наукової програми**

	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11
ЗК 1			•	•	•	•			•		*
ЗК 2			•	•	•	•			•		
ЗК 3	•				•	•		•			
ЗК 4		•	•			•	•	•		•	
СК 01		•					•	•	•	•	
СК 02	•				•	•					
СК 03							•				
СК 04											
СК 05	•				•	•		•			
СК 06	•	•					•				
СК 07				•			•				
СК 08							•			•	
СК 09		•		•			•	•			

* Дисципліна формує компетентності у відповідності до специфіки освітньої траєкторії, обраної здобувачем вищої освіти

**6.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
вибірковими компонентами освітньо-наукової програми**

	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11
РН 01		•					•		•	•	*
РН 02			•		•	•	•			•	
РН 03	•		•	•		•	•	•	•		
РН 04	•						•		•		
РН 05	•							•			
РН 06				•	•				•		
РН 07							•		•		
РН 08	•				•			•			
РН 09							•		•		
РН 10		•		•			•	•			

* Дисципліна формує компетентності у відповідності до специфіки освітньої траєкторії, обраної здобувачем вищої освіти

