

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Проект

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

“Marketing”

Третього рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ

Голова вченої ради

_____/А.А. Мазаракі/

(протокол № __ від «____» _____ 2020 р.)

Освітньо-наукова програма вводиться в дію з _____ 2020 р.

(наказ № __ від «____» _____ 2020 р.)

Київ 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми КНТЕУ
третього рівня вищої освіти
075 Маркетинг

Погоджено:
Перший проректор
з науково-педагогічної роботи
_____ Н. В. Притульська
« ____ » _____ 2020 р.

Погоджено:
Проректор з наукової роботи
_____ С. В. Мельниченко
« ____ » _____ 2020 р.

Погоджено:
Начальник навчального відділу
КНТЕУ
_____ С. І. Камінський
« ____ » _____ 2020 р.

Погоджено:
Завідувач відділу аспірантури
і докторантури КНТЕУ
_____ О. Г. Харченко
« ____ » _____ 2020 р.

Погоджено:
Керівник групи забезпечення
спеціальності, гарант освітньо-
наукової програми
_____ О. І. Лабурцева
« ____ » _____ 2020 р.

Погоджено:
Голова Наукового товариства
студентів, аспірантів, докторантів та
молодих вчених
_____ Ю. Р. Баранюк
« ____ » _____ 2020 р.

Погоджено:
Директор ТОВ
«Інтернет консалтинг груп»
_____ Є. В. Шевченко
« ____ » _____ 2020 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Лабурцева Олена Іванівна, професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор – керівник робочої групи, гарант освітньо-наукової програми «Маркетинг»
2. Ромат Євгеній Вікторович, завідувач кафедри маркетингу, доктор наук з державного управління, професор
3. Мазаракі Анатолій Антонович, ректор, доктор економічних наук, професор
4. Пригудьська Наталія Володимирівна, перший проректор з науково-педагогічної роботи, доктор технічних наук, професор
5. Мельниченко Світлана Володимирівна, проректор з наукової роботи, доктор економічних наук, професор
6. Бойко Маргарита Григорівна, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, доктор економічних наук, професор
7. Харченко Ольга Григорівна, завідувач відділу аспірантури і докторантури
8. Романченко Тетяна Володимирівна, аспірант освітньо-наукової програми «Маркетинг»
9. Шевченко Євгеній Володимирович, директор ТОВ «Інтернет консалтинг груп»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Профіль освітньо-наукової програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет
Ступень вищої освіти мовою оригіналу	Доктор філософії
Офіційна назва освітньо-наукової програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, 48 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Ліцензовано Наказ МОН України «Про затвердження рішень Ліцензійної комісії Міністерства від 08.06.2016 р.» від 10 червня 2016 р. № 655 Не проходила акредитацію
Цикл/рівень	QF for ENEA – третій цикл; EQF for LLL – 8 рівень; НРК України – 9 рівень
Передумови	Наявність освітнього ступеня «магістр» або «спеціаліст»
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	4 роки
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua/blog/read?n=Department%20of%20Marketing&uk
2 – Мета освітньо-наукової програми	
Формування системи наукових знань та навичок для набуття здатності ефективного розв'язання комплексних проблем професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності в галузі маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики, оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, а також проведення наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.	
3 – Характеристика освітньо-наукової програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова, прикладна. Наукові дослідження з новими та удосконаленими, практично спрямованими і цінними теоретичними і методичними результатами
Основний фокус освітньої програми	Орієнтована на створення нового знання у сфері маркетингу, оновлення методології маркетингового аналізу, розробку на цій основі практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств, організацій, установ, а

	також соціального, політичного, публічного, територіального та особистісного маркетингу
Особливості програми	<p>Освітня складова програми передбачає 48 кредитів ЄТКС, з них:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 36 кредитів ЄТКС для обов'язкових навчальних дисциплін, в тому числі: 6 кредитів ЄТКС – здобуття мовних компетентностей (Іноземна мова, Іноземна мова за професійним спрямуванням); 6 кредитів ЄТКС – оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями (Філософський світогляд ХХІ століття); 12 кредитів ЄТКС – набуття універсальних навичок дослідника (Науковий текст, Методологія наукових досліджень, Сучасні економічні теорії, педагогічна практика); 12 кредитів – здобуття глибинних знань зі спеціальності (наукові семінари «Інтегровані маркетингові комунікації», «Брендинг в системі маркетингу»); • 12 кредитів ЄТКС передбачено на вибіркові навчальні дисципліни, що посилює цикли набуття універсальних навичок дослідника та здобуття глибинних знань зі спеціальності; вибіркова частина програми уможливорює право вибору навчальних дисциплін з врахуванням індивідуальних потреб аспірантів; <p>Наукова складова програми передбачає здійснення наукових досліджень під керівництвом наукового керівника з відповідним оформленням одержаних результатів у вигляді дисертації. Ця складова програми охоплює 132 кредити ЄТКС і оформляється у вигляді індивідуального плану наукової роботи аспіранта.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Робота за національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010:</p> <p>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</p> <p>Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</p> <p>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>
Подальше навчання	<ul style="list-style-type: none"> • освітньо-наукові програми на 10-му (пост докторському) рівні НРК України;

	<ul style="list-style-type: none"> • освітньо-наукові програми на 9-му (докторському) рівні НРК України у споріднених галузях наукових знань; • освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії (в т.ч. за кордоном), що містять додаткові освітні компоненти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<ul style="list-style-type: none"> - комбінація лекцій, практичних занять, виконання проєктів, 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.
Оцінювання	<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 проєктних 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. Звіти аспірантів за результатами виконання індивідуального плану щопівроку затверджуються на засіданні кафедри та вченої раді факультету з відповідною рекомендацією.</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв’язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу та дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики й впровадження останніх у практичну діяльність та освітній процес.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Володіння загальнонауковими компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору.</p> <p>ЗК 2. Здатність до усної та письмової презентації результатів власного наукового дослідження українською мовою.</p> <p>ЗК 3. Здатність до застосування сучасних інформаційних технологій у науковій діяльності.</p> <p>ЗК 4. Здатність до організації та проведення навчальних занять.</p> <p>ЗК 5. Здатність до управління науковими проєктами та/або складення пропозицій щодо фінансування наукових досліджень, реєстрації прав інтелектуальної власності.</p> <p>ЗК 6. Володіння мовними компетентностями, достатніми для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи</p>

	іноземною мовою (англійською або іншою) в усній та письмовій формі, а також для повного розуміння іншомовних наукових текстів з відповідної спеціальності.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК 1. Володіння глибокими знаннями з маркетингу, зокрема засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань, оволодіння науковою термінологією маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність до започаткування, планування, реалізації та коригування послідовного процесу ґрунтовного наукового дослідження в сфері маркетингу з дотриманням належної академічної доброчесності.</p> <p>ФК 3. Здатність до глибокого розуміння наукових текстів за напрямом досліджень державною та іноземною мовами, усної та письмової презентації та обговорення результатів наукових досліджень та інноваційних розробок в сфері маркетингу.</p> <p>ФК 4. Здатність до пошуку, обробки, аналізу та узагальнення інформації для проведення самостійних наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 5. Здатність обґрунтовано обирати та використовувати методи та інструменти наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність до критичного мислення, генерування нових складних ідей, аналізу та синтезу цілісних знань в сфері маркетингу.</p> <p>ФК 7. Здатність аналізувати функціонування ринків та підприємств з позицій сучасної економічної теорії.</p> <p>ФК 8. Здатність формувати маркетингові механізми створення та розвитку брендів в рамках сучасної концепції брендингу.</p> <p>ФК 9. Здатність здійснювати стратегічне управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємств та організацій з позицій системного підходу.</p> <p>ФК 10. Здатність до практичного впровадження результатів власних досліджень у сфері маркетингу, комерціалізації інтелектуальної власності.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПРН 1. Демонструвати системний науковий світогляд, знання сучасних наукових теорій та концепцій у сфері маркетингу, володіння науковою термінологією.</p> <p>ПРН 2. Здійснювати критичний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень з метою генерування нових ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.</p> <p>ПРН 3. Організовувати та проводити оригінальні наукові дослідження у сфері маркетингу на сучасному фаховому рівні.</p> <p>ПРН 4. Вибирати та використовувати загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень в сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 5. Демонструвати здатність до пошуку, обробки, аналізу та узагальнення інформації для проведення самостійних наукових досліджень в сфері маркетингу.</p>

	<p>ПРН 6. Застосовувати при проведенні наукових досліджень сучасні інформаційні технології.</p> <p>ПРН 7. Демонструвати навички наукової комунікації, достатньої для участі в міжнародному співробітництві з широкою науковою спільнотою та громадськістю у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 8. Розв'язувати комплексні науково-практичні проблеми у сфері маркетингу на основі переосмислення наявних та генерації нових цілісних знань.</p> <p>ПРН 9. Готувати та редагувати наукові тексти.</p> <p>ПРН 10. Формулювати та аргументувати висновки і пропозиції щодо розвитку концептуальних та методологічних знань в сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 11. Презентувати результати власних наукових досліджень державною та іноземними мовами в усній та письмовій формі.</p> <p>ПРН 12. Впроваджувати результати власних наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 13. Демонструвати значну авторитетність, інноваційність, послідовну відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності.</p> <p>ПРН 14. Застосовувати науково-педагогічні технології, формулювати зміст, цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу.</p> <p>ПРН 15. Демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності в процесі проведення наукових досліджень, оприлюднення та впровадження їх результатів.</p> <p>ПРН 16. Аналізувати функціонування ринків та підприємств з позицій сучасної економічної теорії.</p> <p>ПРН 17. Використовувати при проведенні наукових досліджень в сфері маркетингу міжнародну статистику.</p> <p>ПРН 18. Формувати маркетингові механізми створення та розвитку брендів в рамках сучасної концепції брендингу.</p> <p>ПРН 19. Управляти інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємств і організацій з позицій системного підходу.</p> <p>ПРН 20. Використовувати в професійній діяльності основи правового забезпечення наукових досліджень, комерціалізації інтелектуальної власності.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>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.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Аспіранти повною мірою забезпечені матеріальними ресурсами для навчання та виконання досліджень. До їх послуг:</p> <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 КНТЕУ;

	<ul style="list-style-type: none"> - 470 посадкових місць у читальних залах КНТЕУ, в тому числі у мультимедійній бібліотеці КНТЕУ, де забезпечено доступ до наукометричних баз даних SCOPUS, Web of Science; - 2000 робочих місць ПЕОМ із виходом в Інтернет + WiF. 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	<p>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 КНТЕУ.</p> <p>Комунікація між аспірантами, науковими керівниками, адміністративним персоналом відбувається з використанням внутрішньої електронної платформи комунікації, ресурсів електронної пошти, ОТТ-сервісів, засобів рухомого і нерухомого телефонного зв'язку.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Згідно з договорами про співробітництво між КНТЕУ та закладами вищої освіти України, науковими установами.
Міжнародна кредитна мобільність	<p>У межах договорів про співробітництво між КНТЕУ та закладами вищої освіти Франції, Великобританії, Польщі, Німеччини, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання аспірантів.</p> <p>Навчання за напрямом КА1 з отриманням кредитів в університетах країн-членів Програми Еразмус+.</p>
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	3	екзамен
ОК 2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	залік
ОК 3	Філософський світогляд ХХІ століття	6	екзамен
ОК 4	Науковий текст	3	екзамен
ОК 5	Методологія наукових досліджень	3	екзамен
ОК 6	Сучасні економічні теорії	3	екзамен
ОК 7	Наукові семінари (Інтегровані маркетингові комунікації)	6	залік
ОК 8	Наукові семінари (Брендинг в системі маркетингу)	6	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		33	
Вибіркові компоненти ОНП			
ВК 1	Ораторське мистецтво	3	залік
ВК 2	Педагогіка вищої освіти	3	залік
ВК 3	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	3	залік
ВК 4	Комерціалізація інтелектуальної власності	3	залік
ВК 5	Правове забезпечення наукових досліджень	3	залік
ВК 6	Математичне моделювання у наукових дослідженнях	3	залік
ВК 7	Статистичні методи аналізу та прогнозування	3	залік
ВК 8	Міжнародна статистика	3	залік
Загальний обсяг вибіркового компонент:		12	
Практична підготовка			
Педагогічна практика		3	
Загальний обсяг практичної підготовки		3	
Загальний обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми		48	
Підготовка дисертації (наукова складова)		132	
Загальний обсяг освітньо-наукової програми		180	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього рівня вищої освіти (освітній ступінь «доктор філософії») зі спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту дисертації згідно Положення про порядок атестації аспірантів, докторантів у Київському національному торговельно-економічному університеті, затвердженого вченою радою КНТЕУ від 21 червня 2018 р. (протокол № 10, п. 8) та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито та публічно на засіданні спеціалізованої вченої ради.

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

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8
ЗК 1			+			+	+	+
ЗК 2				+	+		+	+
ЗК 3					+		+	+
ЗК 4							+	+
ЗК 5					+			
ЗК 6	+	+		+				
ФК 1							+	+
ФК 2					+			
ФК 3	+	+		+			+	+
ФК 4					+			
ФК 5					+	+	+	+
ФК 6			+		+		+	+
ФК 7						+		
ФК 8								+
ФК 9							+	
ФК 10					+			

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

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8
ПРН 1			+			+	+	+
ПРН 2			+		+		+	+
ПРН 3					+			
ПРН 4					+	+		
ПРН 5					+			
ПРН 6					+		+	+
ПРН 7	+	+		+				
ПРН 8					+		+	+
ПРН 9				+				
ПРН 10					+		+	+
ПРН 11	+	+		+			+	+
ПРН 12					+			
ПРН 13					+		+	+
ПРН 14							+	+
ПРН 15					+			
ПРН 16						+		
ПРН 17					+			
ПРН 18								+
ПРН 19							+	
ПРН 20					+			

**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
ЗК 1				+	+			
ЗК 2	+							
ЗК 3			+			+	+	
ЗК 4	+	+						
ЗК 5				+	+			
ЗК 6	+							
ФК 1							+	+
ФК 2			+	+				
ФК 3	+							
ФК 4			+		+			+
ФК 5			+			+	+	
ФК 6						+		
ФК 7								+
ФК 8			+					
ФК 9			+					
ФК 10				+	+			

**7. 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
ПРН 1						+		
ПРН 2						+		
ПРН 3			+					
ПРН 4						+	+	
ПРН 5			+		+			+
ПРН 6			+			+	+	
ПРН 7	+							
ПРН 8						+		
ПРН 9		+						
ПРН 10	+							
ПРН 11	+							
ПРН 12				+	+			
ПРН 13				+				
ПРН 14	+	+						
ПРН 15				+	+			
ПРН 16								+
ПРН 17								+
ПРН 18			+					
ПРН 19			+					
ПРН 20				+	+			

