

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені А. С. МАКАРЕНКА**

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Рівень вищої освіти: третій (освітньо-науковий)

Ступінь: освітньо-науковий (PhD)

**Кваліфікація: доктор філософії (PhD) зі спеціальності
075 Маркетинг**

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою СумДПУ

імені А.С. Макаренка

від «___» _____ 2022 протокол №___

Ректор _____ Ю.О. Лянной

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми
«Маркетинг»
третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
(доктор філософії)
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Освітньо-наукова програма розглянута на засіданні кафедри бізнес-економіки та адміністрування

Протокол № ____ від « ____ » _____ 2022 р.

Завідувач кафедри _____ (Божкова В.В.)

« ____ » _____ 20__ р

Ухвалено науково-методичною радою Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка

Протокол № ____ від « ____ » _____ 20__ р.

Керівник центру забезпечення
якості вищої освіти _____ (Ячменик М. М.)

Голова Наукового товариства
студентів, аспірантів, докторантів
та молодих учених _____ (Омельяненко В. А.)

Проректор з науково-педагогічної
(наукової) роботи _____ (Кудріна О. Ю.)

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує нормативні компетентності, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до процесу підготовки докторів філософії з галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти – доктора філософії – спеціальності 075 Маркетинг розроблена згідно з вимогами Законів України «Про вищу освіту» (№ 1556-VII від 01.06.2014 р. зі змінами від 17.12.2021 р.), «Про освіту», Постанови КМУ № 261 від 23.03.2016 р. «Про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії і доктора наук», Постанови КМУ № 266 від 29.04.2015 р. «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (зі змінами згідно з Постановою КМУ № 53 від 01.02.2017 р.), наказу МОН «Про затвердження переліку наукових спеціальностей» (редакція від 15.05.2015 р. зі змінами від 2019 р.), Національного класифікатора України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010, Національної рамки кваліфікацій (2011 р., зі змінами від 2019 р.), згідно з положенням документів «Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти» (ESG, 2015 р.), матеріалів Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти (2016р., зі змінами від 30.04.2020 р.), Стандарту вищої освіти третього (освітньо-наукового рівня) галузі знань 07 Управління та адміністрування зі спеціальності 075 Маркетинг, затвердженого та введеного в дію наказом МОН України № 313 від 07.04.2022 р.

Програма відповідає третьому (освітньо-науковому) рівню вищої освіти та восьмому кваліфікаційному рівню за національною рамкою кваліфікацій.

Програма розроблена у складі:

Ілляшенко Наталія Сергіївна – доктор економічних наук, доцент, (наукова діяльність за дипломом і публікаціями 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)).

Божкова Вікторія Вікторівна – доктор економічних наук, професор, (наукова діяльність за дипломом і публікаціями 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)).

Омельяненко Віталій Анатолійович – кандидат економічних наук, доцент (наукова діяльність за дипломом і публікаціями 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини).

До розробки освітньо-наукової програми були залучені:

зі складу наукової спільноти:

Кудріна Ольга Юріївна – доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної (наукової) роботи, Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка, м. Суми, Україна;

Шипуліна Юлія Сергіївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХПІ», м. Харків, Україна.

зі складу фахівців-практиків:

Башук Тетяна Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, начальник відділу маркетингу ТОВ «Радоніт-Р», м. Харків, Україна.

Рецензенти:

**Профіль освітньо-наукової програми
«Маркетинг»**

| 1 – Загальна інформація | |
|---|---|
| Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу | Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка Фізико-математичний факультет Кафедра бізнес-економіки та адміністрування |
| Рівень вищої освіти | Третій (освітньо-науковий) рівень |
| Ступінь та назва кваліфікації | Доктор філософії Доктор філософії з маркетингу |
| Офіційна назва освітньо-наукової програми | Маркетинг |
| Обмеження щодо форм навчання | Очна (денна, вечірня), заочна |
| Тип диплому та обсяг освітньо-наукової програми | Диплом доктора філософії, одиничний, термін навчання – 3 роки 10 місяців, 60 кредитів. |
| Наявність акредитації | Акредитується вперше |
| Цикл/рівень | НРК України – 8 рівень QF - ENEA – третій цикл EQF - LLL – 8 рівень |
| Передумови | Наявність освітнього ступеня магістр або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст (у т.ч. за іншою спеціальністю) |
| Мова(и) викладання | Українська |
| Термін дії освітньо-наукової програми | 3 01 вересня 2022 року |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми | https://sspu.edu.ua/ |

2 – Мета освітньо-наукової програми

Метою освітньо-наукової програми підготовки докторів філософії з маркетингу є підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних фахівців, які ерудовані у сфері маркетингу, володіють методологією наукової та практичної діяльності у галузі управління та адміністрування, здатні до формування системи нових наукових знань щодо розв'язання комплексних наукових завдань з управління маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання, продукування нових ідей, провадження дослідницько-інноваційної діяльності, проведення оригінальних наукових досліджень, спрямованих на розширення та переоцінку існуючого досвіду у сфері маркетингу.

3 – Характеристика освітньо-наукової програми

Опис предметної області

Об'єкт діяльності: 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, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності, методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.

Інструменти та обладнання: сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.

Орієнтація освітньо-наукової програми

Освітньо-наукова програма доктора філософії (PhD) має дослідницьку та академічну спрямованість.

Програма орієнтована на дослідження сучасних трендів розвитку теорії і практики маркетингової парадигми та проведення здобувачами власних оригінальних наукових

| | |
|--|--|
| | досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне і практичне значення. Академічна (освітньо-наукова) складова програми реалізується під час вивчення освітніх компонентів програми, які є взаємопов'язаними. |
| Основний фокус освітньо-наукової програми | Третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти. Галузь знань: 07 Управління та адміністрування. Спеціальність: 075 Маркетинг. В освітньо-науковій програмі акцентування зроблено на інтеграції освітньої та наукової складових підготовки доктора філософії через розвиток у здобувачів освіти вмінь ініціювати, планувати, реалізовувати та коригувати послідовний процес наукового дослідження у сфері маркетингової діяльності, а також науково-методичних або прикладних завдань з дотриманням належної академічної доброчесності. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетинговий менеджмент, інновації, управління, ринок, бізнес, аналітика, інформаційні та комунікаційні технології, програма, проект. |
| Особливості програми | Освітньо-наукова програма інтегрує освітню та наукову складові. Освітня складова включає вивчення науково-теоретичних та прикладних навчальних курсів, пов'язаних із плануванням, розробкою та реалізацією дослідно-експериментальної роботи та підвищенням її ефективності, формування викладацьких комунікаційних та аналітичних компетентностей. Наукова складова програми передбачає проведення власного наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну і практичне значення у сфері маркетингу. Програма містить обов'язкову і варіативну складові. Обов'язкова частина включає дисципліни циклів загальної та професійної підготовки. Цикл загальної підготовки спрямований на формування у здобувачів освіти: загального наукового світогляду у формі понять, концепцій, принципів та їх використання для пояснення фактів і прогнозування результатів науково-дослідної роботи; універсальних навичок проектної діяльності, реалізації дослідницько-експериментальної роботи та підвищення її ефективності із дотриманням норм академічної доброчесності; компетентностей з іноземної мови, достатньої для розуміння, презентації й обговорення результатів дослідження з широкою спільнотою відповідно до специфіки спеціальності 075 Маркетинг; професійних компетентностей викладача, здатного до безперервного саморозвитку і самовдосконалення. |

| | |
|---|--|
| | <p>Цикл професійної підготовки орієнтує на формування у здобувачів освіти спеціалізованих умінь, технологій, методів вивчення та розв'язання теоретичних і прикладних проблеми у сфері маркетингової діяльності, розширення вже існуючих знань та теорій маркетингової парадигми, поглиблену підготовку у формуванні дослідницьких навичок докторів філософії з маркетингу.</p> <p>Унікальність програми полягає у:</p> <ul style="list-style-type: none"> - врахуванні регіонального та всеукраїнського аспектів підготовки фахівців з маркетингу, потреб та інтересів стейкхолдерів; - забезпеченні можливості проектування індивідуальних освітніх траєкторій аспірантів; - науково-прикладному характері навчання та проведення досліджень; - наданні взаємодопомоги наукової спільноти кафедри бізнес-економіки та адміністрування, що має значний практичний досвід роботи в таких галузях як економіка, управління та адміністрування. <p>Програма передбачає науково-педагогічну підготовку для формування навичок у сфері дослідницької та педагогічної діяльності та управління розвитком маркетингової діяльності суб'єктів господарювання.</p> |
| 4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
| Придатність до працевлаштування | <p>Працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, тощо в установах та організаціях.</p> <p>Відповідно до Національного класифікатора України «Класифікатор професій» (ДК 003:2010 зі змінами від 25.10.2021 р.) після закінчення навчання за освітньо-науковою програмою «Маркетинг» здобувач PhD також може працювати:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг) 1233 Начальник відділу збуту (маркетингу) 1233 Директор з маркетингу 1233 Начальник комерційного відділу 2419.2 Консультант з маркетингу 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 1210.1 Начальник агентства (рекламно-інформаційного та ін.) 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) |

| | |
|-------------------------------------|---|
| Академічні права випускника | Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих |
| 5 – Викладання та оцінювання | |
| Викладання та навчання | <p>Процес навчання орієнтований на реалізацію наукових інтересів аспірантів, є студентоцентрованим, проблемно-орієнтованим з елементами електронного навчання, самонавчання та навчання на основі досліджень.</p> <p>Викладання здійснюється у формах: <i>аудиторної</i> (лекційні, практичні, семінарські), <i>позааудиторної</i> (індивідуальні консультації, написання та захист проєктів, асистентська практика, науково-дослідна робота, написання кваліфікаційної роботи), <i>самостійної роботи</i>, докторського семінару, майстер-класів, вебінарів, із застосуванням <i>методів навчання</i>: проблемного, проблемно-пошукового, інтерактивного навчання (диспути, дискусії, «круглі столи», тренінги, мозкові атаки, презентації, ділові й рольові ігри тощо).</p> <p>Освітній процес передбачає елементи дистанційного навчання на денній, вечірній та заочній формах і носить змішаний характер, що реалізується через офлайн і онлайн роботу з науковим керівником та іншими викладачами. Заняття відбуваються в у формі колективної, групової та індивідуальної взаємодії.</p> <p>Обов'язковим елементом навчання є <i>науково-дослідницька діяльність</i> аспіранта шляхом участі у наукових семінарах, конференціях різних рівнів, підготовки публікацій у наукових фахових виданнях України та зарубіжжя, наукових і соціальних проєктах, підготовки та захисту дисертаційної роботи.</p> |
| Оцінювання | <p>Оцінювання дозволяє виявити рівень опанування здобувачами освітніх складових програми і відбувається за результатами поточного і підсумкового контролю у вигляді заліків, екзаменів, звітів про практику, попереднього обговорення дисертаційної роботи у формі фахового семінару.</p> <p>Атестація здобувачів освіти здійснюється у вигляді публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p> |
| Система оцінювання | <p>Накопичувальна, бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання здобувачів освіти за усі види аудиторної і позааудиторної освітньої діяльності.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень аспірантів здійснюється за шкалою ЄКТС, національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та 100-бальною шкалою. Результати вносять у відомість</p> |

| | |
|---|---|
| | обліку успішності та індивідуальний навчальний план аспіранта. |
| 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, теоретичне та практичне значення. |
| Загальні компетентності (ЗК) | 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) 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 іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень. 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 провадження 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, |

| | |
|--|--|
| | <p>розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p> <p>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.</p> |
| 7- Програмні результати навчання (РН) | |
| 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 та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати 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. |

| | |
|--|---|
| PH 07 | Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях. |
| PH 08 | 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. |
| PH 09 | Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення. |
| 8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми | |
| Кадрове забезпечення | Освітній процес забезпечують науково-педагогічні працівники – доктори наук, професори, кандидати наук, доценти, науково-педагогічна діяльність яких відповідає Ліцензійним умовам: мають відповідну базову освіту, необхідну кількість публікацій у виданнях Scopus, Web of Science, наукових фахових виданнях, беруть активну участь у науково-практичних конференціях різних рівнів. Усі науково-педагогічні працівники проходять один раз на 5 років підвищення кваліфікації у закладах вищої освіти та науково-дослідних установах, у тому числі й закордонних. |
| Матеріально-технічне забезпечення | У навчальному процесі використовуються: навчальні приміщення для проведення лекційних і практичних занять, аудиторії, оснащені мультимедійним обладнанням, спеціалізовані кабінети, методичний кабінет кафедри, де акумулюються наукові та навчальні видання, необхідні для самостійної роботи аспірантів, виконання власного наукового дослідження. До послуг здобувачів освіти третього освітньо-наукового рівня функціонують <i>центри</i> : забезпечення якості вищої освіти; професійно-кар'єрної орієнтації та вступу на навчання; <i>відділи</i> : аспірантури і докторантури, міжнародних зв'язків, методично-організаційний, редакційно-видавничий, працевлаштування, професійно-технічної освіти та додаткових платних послуг, запобігання та протидії корупції; науково-дослідний сектор, наукова бібліотека з читальним залом, психологічна служба, науково-дослідна лабораторія кафедри бізнес-економіки та адміністрування. Наявна соціально-побутова інфраструктура: гуртожитки, їдальня, актовий зал, спорткомплекс, стадіон, басейн, медпункт. |

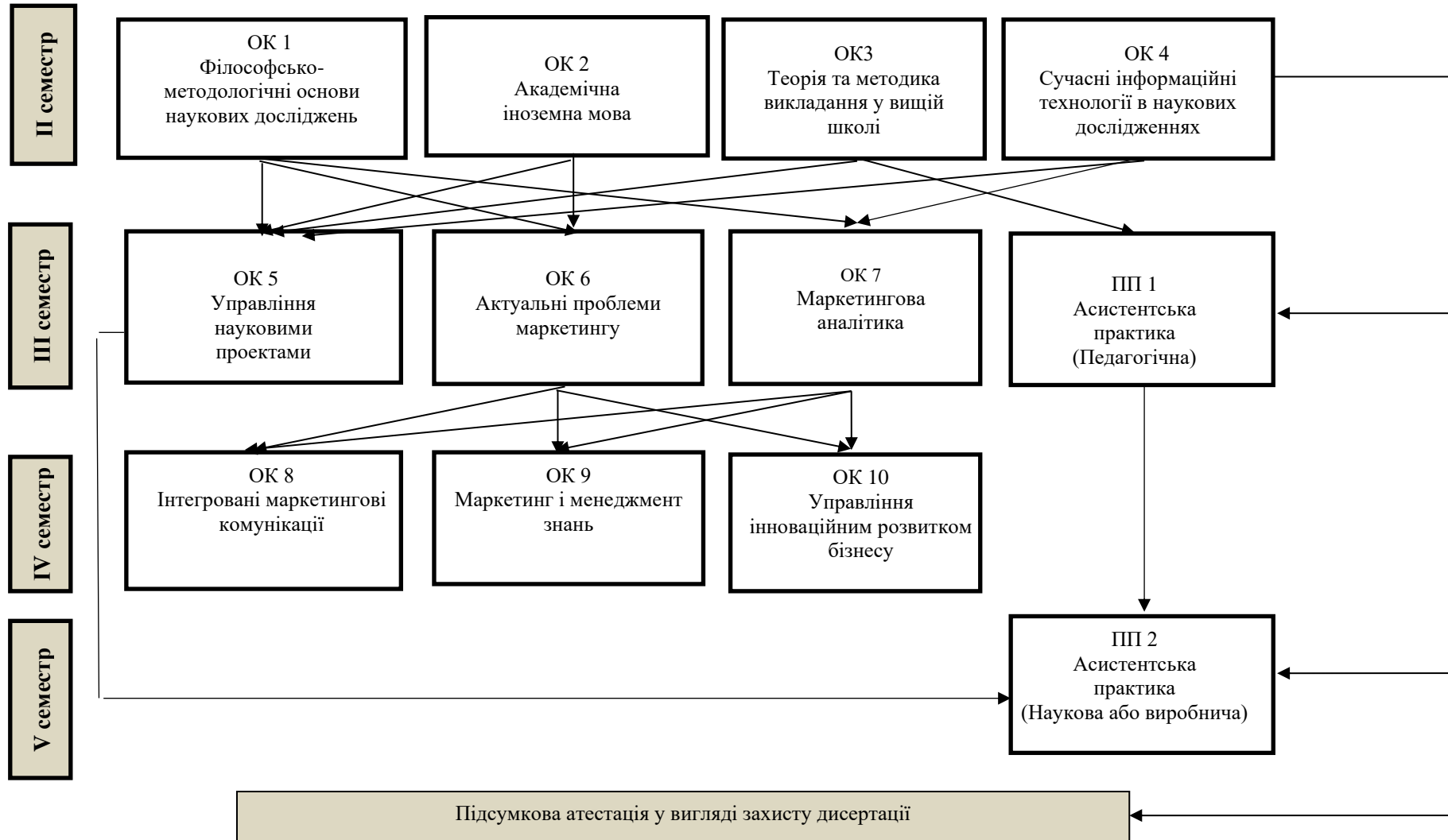
| | |
|---|---|
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | <p>Офіційний сайт СумДПУ імені А.С.Макаренка https://sspu.edu.ua/ для ефективного здійснення навчальної, викладацької та науково-дослідної діяльності здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня містить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - інформаційні електронні ресурси та сервіси Наукової бібліотеки (http://lib.sspu.edu.ua/), - офіційні сторінки наукових підрозділів університету (https://sspu.edu.ua/nauka), - навчально-методичне забезпечення освітнього процесу (освітньо-наукову програму, навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін (https://fizmat.sspu.edu.ua/homepage/kafedry-kaf-beta) тощо |
| 9 – Академічна мобільність | |
| Національна кредитна мобільність | Підготовка докторів філософії здійснюється за кредитно-трансферною системою, обсяг 1 кредиту складає 30 годин, що дає змогу забезпечити мобільність аспіранта на загальних підставах у межах України |
| Міжнародна кредитна мобільність | На основі договорів про співробітництво з закордонними університетами, додатково – за ініціативою аспіранта, що підтверджується документально. |
| Навчання іноземних здобувачів вищої освіти | Здійснюється у межах ліцензованого обсягу спеціальності за умови успішної акредитації освітньо-наукової програми |

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

2.1. Перелік компонентів ОНП

| Код н/д | Компоненти освітньо-наукової програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, атестація) | Семестр | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
|--|---|---------|-----------------------|-----------------------------------|
| 1. Обов'язкові компоненти ОНП | | | | |
| <i>Цикл загальної підготовки</i> | | | | |
| ОК 1 | Філософсько-методологічні основи наукових досліджень | 2 | 4 | залік |
| ОК 2 | Академічна іноземна мова | 2 | 6 | екзамен |
| ОК 3 | Теорія та методика викладання у вищій школі | 2 | 3 | залік |
| ОК 4 | Сучасні інформаційні технології в наукових дослідженнях | 2 | 3 | залік |
| ОК 5 | Управління науковими проектами | 3 | 3 | залік |
| Разом | | | 19 | |
| <i>Цикл професійної підготовки</i> | | | | |
| ОК 6 | Актуальні проблеми маркетингу | 3 | 4 | екзамен |
| ОК 7 | Маркетингова аналітика | 3 | 4 | екзамен |
| ОК 8 | Інтегровані маркетингові комунікації | 4 | 3 | залік |
| ОК 9 | Маркетинг і менеджмент знань | 4 | 4 | екзамен |
| ОК 10 | Управління інноваційним розвитком бізнесу | 4 | 4 | екзамен |
| Разом | | | 19 | |
| Загальний обсяг обов'язкових компонентів | | | 38 | |
| Вибіркові компоненти ОП | | | | |
| | Дисципліни за вибором | 3 | 9 | залік |
| | | 4 | 6 | залік |
| Разом | | | 15 | |
| Практична підготовка | | | | |
| ПП1 | Асистентська практика (Педагогічна) | 3 | 3 | залік |
| ПП2 | Асистентська практика (Наукова або виробнича) | 5 | 4 | залік |
| Загальний обсяг практичної підготовки | | | 7 | |
| Загальний обсяг освітньої програми | | | 60 | |
| Підсумкова атестація | | | | |
| ПА | Кваліфікаційна робота (дисертація) | | | |

2.2. Структурно-логічна схема ОНП Послідовність вивчення компонентів ОНП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

| | |
|--|--|
| Форми атестації здобувачів вищої освіти | Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації. |
| Вимоги до кваліфікаційної роботи (дисертації) | Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання конкретної наукової задачі в сфері сучасного маркетингу або на межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення, становлять оригінальний внесок у розвиток відповідної спеціальності та оприлюднені у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти (наукової установи). |
| Вимоги до публічного захисту | Публічний захист дисертації проводиться на засіданні спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, яка створюється для разового її захисту. Захист дисертації має характер відкритої наукової дискусії, в якій зобов'язані взяти участь голова та члени ради, а також за бажанням присутні на засіданні. Засідання ради вважається правоможним у разі участі у ньому та голосуванні повного складу ради. Ступінь доктор філософії присуджується спеціалізованою вченою радою закладу вищої освіти в результаті успішного виконання здобувачем відповідної освітньо-наукової програми та за результатами публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації. |

3. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-наукової програми

| | OK1 | OK2 | OK3 | OK4 | OK5 | OK6 | OK7 | OK8 | OK9 | OK10 | ПП1 | ПП2 | ПА |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|----|
| ІК | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК1 | + | | + | | | + | + | + | + | | + | + | + |
| ЗК2 | + | | + | + | + | | + | | | + | + | + | + |
| ЗК3 | | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК4 | + | | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | + |
| СК1 | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| СК2 | | + | | | | | | + | | | + | + | + |
| СК3 | + | | + | + | + | + | | + | + | | + | + | + |
| СК4 | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | + |
| СК5 | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| СК6 | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| СК7 | + | | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + |
| СК8 | + | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + |

4. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньо-наукової програми

| | OK1 | OK2 | OK3 | OK4 | OK5 | OK6 | OK7 | OK8 | OK9 | OK10 | ПП1 | ПП2 | ПА |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|----|
| РН01 | + | | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| РН 02 | + | + | | | + | | | | + | + | + | + | + |
| РН 03 | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| РН 04 | + | | + | | + | + | + | + | + | | + | + | + |
| РН 05 | + | + | + | | + | | + | + | + | | + | + | + |
| РН 06 | + | | + | + | + | + | + | + | + | | + | + | + |
| РН 07 | + | + | | + | + | | | | + | + | + | + | + |
| РН 08 | + | | | + | + | | | + | + | | + | + | + |
| РН 09 | + | | + | + | | | | | + | | + | + | + |