**ПРОЄКТ**

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет

технологій та дизайну

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

**Голова Вченої ради КНУТД**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Іван ГРИЩЕНКО**

**(протокол від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р. №\_\_)**

**освітнЬО-НАУКОВА Програма**

**МАРКЕТИНГ**

Рівень вищої освіти **третій (освітньо-науковий)**

Ступінь вищої освіти **доктор філософії**

Галузь знань **07 Управління та адміністрування** Спеціальність **075 Маркетинг**

Кваліфікація **доктор філософії з маркетингу**

Київ 2022 р.

Лист погодження

Освітньо-наукової програми

Маркетинг

Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий)

Ступінь вищої освіти доктор філософії

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

**Проректор з науково-педагогічної діяльності (освітня діяльність)**

\_\_\_.\_\_\_\_. 2021 р. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Оксана Моргулець**

**Схвалено Вченою радою факультету управління та бізнес-дизайну**

Протокол від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 року № \_\_\_\_

**Декан факультету** **управління та бізнес-дизайну**

\_\_\_.\_\_\_\_. 2021 р. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Олександра ОЛЬШАНСЬКА**

**Завідувач відділу докторантури та аспірантури**

\_\_\_.\_\_\_\_. 2021 р. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Світлана Арабулі**

**Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри** **маркетингу та комунікаційного дизайну**

Протокол від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року № \_\_\_\_

**Завідувач кафедри** **маркетингу та комунікаційного дизайну**

\_\_\_.\_\_\_\_. 2021 р. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Юлія КОСТИНЕЦЬ**

**Гарант освітньої програми**

\_\_\_.\_\_\_\_. 2021 р. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Юлія КОСТИНЕЦЬ**

Введено в дію наказом КНУТД від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_.

Передмова

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

розробники:

Гарант освітньої програми **Костинець Юлія Володимирівна**, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну;

Члени робочої групи:

**Ніфатова Олена Михайлівна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну;

**Євсейцева Олена Сергіївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну;

**Головачов Іван Андрійович,** здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня, спеціальність 075 Маркетинг Київського національного університету технологій та дизайну.

**РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ**:

1. Федорченко Андрій Васильович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, голова підкомісії зі спеціальності 075 «Маркетинг» Науково-методичної комісії № 5 з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України;
2. ;
3. ;
4. Поляк Микита Юхимович, засновник та директор ТОВ «Маркеторіум».

**1.** **Профіль освітньо-наукової програми МАРКЕТИНГ**

|  |
| --- |
| **1 – Загальна інформація** |
| **Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу** | Київський національний університет технологій та дизайнуКафедра маркетингу та комунікаційного дизайну |
| **Ступінь вищої освіти та кваліфікація мовою оригіналу** | Рівень вищої освіти – третій (освітньо-науковий).Ступінь вищої освіти – доктор філософії.Галузь знань – 07 Управління та адміністрування.Спеціальність – 075 Маркетинг. |
| **Тип диплому та обсяг освітньої програми** | Диплом доктора філософії, одиничний, 48 кредитів ЄКТС. |
| **Наявність акредитації** | - |
| **Цикл/рівень** | Національна рамка кваліфікацій України – восьмий рівень. |
| **Передумови** | Ступінь магістра або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста |
| **Мова(и) викладання** | Українська, англійська |
| **Термін дії освітньої програми** | -  |
| **Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми** | <http://knutd.edu.ua/ekts/> |
| **2 – Мета освітньої програми** |
| Підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівців ступеня доктора філософії, які володіють глибокими знаннями, сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями в галузі маркетингу, що направлені на розв’язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики і сприяє самореалізації особистості протягом життя.*Основними цілями програми є*: розвиток дослідницьких навичок та глибокого розуміння проблем маркетингу для проведення наукової розвідки, генерування нових цілісних наукових знань; формування теоретико-методологічного базису розвитку маркетингу з урахуванням сучасних світових тенденцій та викликів, науково-освітнього простору, потреб суспільства; опанування здобувачами компетентностей для здійснення самостійної науково-дослідницької, науково-організаційної, педагогічно-організаційної та практичної діяльності у галузі маркетингу, а також викладацької роботи у закладах вищої освіти; забезпечення оволодіння сучасних знань, умінь та навичок виконання оригінального дисертаційного дослідження, що має теоретичне та практичне значення, здійснення апробації та практичного впровадження наукових результатів у сфері маркетингу та успішного його захисту. |
| **3 – Характеристика освітньої програми** |
| **Предметна область** | Програма розроблена відповідно до місії Університету, спрямована на здобуття компетентностей, достатніх для розв’язання комплексних проблем у сфері маркетингу, орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок, оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для розв’язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу.Об’єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Програма сформована як оптимальне поєднання академічних та професійних вимог. Орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибинних знань зі спеціальності, володіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями, набуття універсальних навичок дослідника та представлення власних результатів досліджень в усній та письмовій формі, зокрема, іноземною мовою.Обов’язкові навчальні дисципліни – 75%, з них – обов’язкові дисципліни професійної підготовки – 44%, загальної підготовки – 34 %, знання іноземної мови – 22%; дисципліни вільного вибору здобувача, що забезпечують професійну підготовку – 25% обираються із загально-університетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті. |
| **Орієнтація освітньої програми** | Освітньо-науковадля підготовки доктора філософії  |
| **Основний фокус освітньої програми**  | Акцент робиться на формуванні та розвитку компетентностей у сфері маркетингової діяльності; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів за рахунок поглиблених проблемно-орієнтованих лекційних курсів, практичних занять та самостійної науково-дослідної роботи з обов’язковим написанням та захистом дисертаційної роботи. |
| **Особливості освітньої програми** | Програма реалізується науковими групами, передбачає застосування широкого кола загальнонаукових i спецiальних аналітичних методів, принципiв і прийомiв наукових дослiджень, з урахуванням сучасного світового досвіду в сфері маркетингу, а також сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем і програмних продуктів, необхідних для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, проведення оригінальних наукових досліджень у сфері маркетингу. |
| **4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання** |
| **Придатність до працевлаштування** | Випускник є придатним для працевлаштування у науковій, організаційно-управлінській та освітній галузях, на викладацьких та інших посадах у ЗВО, в органах державного управління і місцевого самоврядування, в аналітично-інформаційних інституціях, дослідницьких наукових закладах, у сфері бізнесу.Випускник може обіймати посади: керівник підрозділу маркетингу, менеджер (управитель) з досліджень ринку та вивчення суспільної думки, менеджер (управитель) з питань комерційної діяльності та управління, викладач у закладах вищої освіти, викладач середніх навчальних закладів, професіонал у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності, науковий співробітник |
| **Подальше навчання** | Навчання впродовж життя для вдосконалення професійної, наукової та інших видів діяльності. Можливість продовження навчання на науковому рівні вищої освіти (доктор наук). |
| **5 – Викладання та оцінювання** |
| **Викладання та навчання** | Використовується студентоцентрований і проблемноорієнтований підходи, самонавчання, навчання через педагогічну практику, консультування відомих фахівців у галузі науки та практики. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти, опрацювання літератури в наукометричних базах Scopus, Web of Science, а також інших сучасних фахових наукових публікацій.Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне заняття, самостійна робота, консультація. |
| **Оцінювання** | Екзамени, заліки, тести, есе, проєктні роботи, презентації, усні опитування, звіти. |
| **6 – Програмні компетентності**  |
| **Інтегральна компетентність** **(ІК)** | Здатність продукувати у сфері маркетингу нові ідеї, розв’язувати комплексні проблеми у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власне наукове дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення. |
| **Загальні компетентності**(**ЗК)**  | ЗК 1 | Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. |
| ЗК 2 | Здатність розробляти проекти та управляти ними. |
| ЗК 3 | Здатність генерувати нові ідеї (креативність). |
| ЗК 4 | Формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору. |
| ЗК 5 | Здатність спілкуватися іноземною мовою. |
| ЗК 6 | Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. |
| ЗК 7 | Здатність працювати в міжнародному контексті. |
| **Фахові компетентності****(ФК)** | ФК 1 | Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність. |
| ФК 2 | Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямах і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. |
| ФК 3 | Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних наукових текстів за напрямом досліджень. |
| ФК 4 | Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності. |
| ФК 5 | Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності. |
| ФК 6 | Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. |
| ФК 7 | Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об’єктів та суб’єктів маркетингу на основі прикладних досліджень. |
| ФК 8 | Здатність до інтеграції знань, умінь і навичок та ефективного їх використання в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища, прийняття інтегрованих рішень у маркетингу, організації маркетингової інформаційної системи, організації пошуку партнерів. |
| ФК 9 | Здатність використовувати сучасні методи та прийоми організації навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах. |
| ФК 10 | Здатність аналізувати та прогнозувати макро- та мікроекономічні процеси на основі сучасних теоретико-методологічних підходів та маркетингового інструментарію. |
| ФК 11 | Здатність управління аналітичною та інноваційною діяльністю, розроблення та обґрунтування вибору найбільш ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу. |
| ФК 12 | Здатність застосовувати результати новітніх економічних досліджень до розробки та реалізації стратегії управління економічними суб’єктами. |
| ФК 13 | Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку. |
| ФК 14 | Здатність розробляти та використовувати сучасні інформаційні технології та економіко-математичні методи і моделі для дослідження економічних та соціальних процесів. |
| ФК 15 | Здатність будувати логічну схему аналізу об’єкту дослідження, формулювати і перевіряти гіпотези щодо закономірностей розвитку явищ і процесів, у т.ч. маркетинговій діяльності. |
| ФК 16 | Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб’єктів господарювання, оцінювати можливі ризики, економічні та соціальні наслідки ухвалення рішень. |
| **7 – Програмні результати навчання**  |
| **Знання та розуміння:**  |
| ПРН 1 | Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напряму, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. |
| ПРН 2 | Знати праці провідних зарубіжних вчених, наукові школи та фундаментальні праці у галузі дослідження, формулювати мету власного наукового дослідження. |
| ПРН 3 | Самостійно вирішувати, інтерпретувати і співвідносити факти культурного і суспільного життя, беручи до уваги соціально-психологічні особливості комунікативної поведінки носіїв. |
| ПРН 4 | Мати методологічні знання принципів та методів інформаційно-аналітичного (у т.ч. статистичного) забезпечення маркетингу. |
| ПРН 5 | Знати наукові принципи організації вибіркових обстежень та володіти методикою формування вибіркової сукупності і розрахунку вибіркових характеристик.  |
| ПРН 6 | Мати методологічні знання принципів та методів комп’ютерного математичного моделювання, комп’ютерні математичні методи статистичної обробки та аналізу даних. |
| ПРН 7 | Розуміти сучасні методології розроблення стратегії поведінки економічних суб’єктів на ринках. |
| **Застосування знань та розумінь (уміння):**  |
| ПРН 8 | Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб’єктів. |
| ПРН 9 | Розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп’ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямах. |
| ПРН 10 | Вдосконалювати та розробляти власні методики розрахунків соціально-економічних показників діяльності суб’єктів господарювання, формулювати пропозиції щодо поліпшення нормативно-правової бази їхнього розрахунку. |
| ПРН 11 | Застосовувати сучасний інструментарій для розроблення власних інформаційних систем. |
| ПРН 12 | Здійснювати критичний аналіз, оцінку і синтез нових та складних ідей. |
| ПРН 13 | Формувати команду дослідників для вирішення локальної задачі (формулювання дослідницької проблеми, робочих гіпотез, збору інформації, підготовки пропозицій). |
| ПРН 14 | Ініціювати, організовувати та проводити комплексні дослідження в галузі наукової та інноваційної діяльності, які призводять до отримання нових знань. |
| ПРН 15 | Здійснювати моніторинг наукових джерел інформації відносно досліджуваної проблеми, процедуру встановлення інформаційної цінності джерел шляхом порівняльного аналізу з іншими джерелами, визначати рівень об’єктивності фактологічної основи подій в різних видах джерел інформації, здійснювати узагальнюючий аналіз та будувати схему причинно-наслідкових зв’язків між економічними подіями, виявленими в сучасних джерелах інформації. |
| ПРН 16 | Здійснювати розробку та використовувати інформаційні системи для аналізу та прогнозування економічних процесів. |
| ПРН 17 | Визначати структуру та шляхи вирішення задач управління економічними об’єктами різних рівнів на основі системного підходу та урахуванням факторів зовнішнього впливу. |
| ПРН 18 | Аналізувати існуючі методи статистичного аналізу, моделювання і прогнозування, перевірки статистичних гіпотез та обґрунтовувати можливість і порядок їхнього коректного застосування. |
| ПРН 19 | Використовувати сучасні психолого-педагогічні технології, методи та засоби навчання, виховання та розвитку особистості, вирішувати проблеми визначення та шляхи задоволення потреб особистого саморозвитку як педагога-майстра вищої школи. |
| ПРН 20 | Підготувати заявку до участі у міжнародних програмах і грантах та трансферу технологій та володіти навичками створення інноваційного бізнесу. |
| ПРН 21 | Розробляти гіпотези, приймати рішення стосовно висунутих гіпотез за результатами їхнього тестування. |
| ПРН 22 | Володіти методами спостереження, опису, ідентифікації, класифікації, аналізу інформації про соціально-економічні явища та процеси на рівні окремих суб’єктів господарювання. |
| ПРН 23 | Визначати фактори впливу на економічні процеси, пропонуючи методи коригування сценаріїв їх розвитку. |
| ПРН 24 | Самостійно розробляти управлінські рішення для забезпечення підвищення соціально-економічної ефективності діяльності підприємств. |
| ПРН 25 | Уміти працювати в групі зі впровадження результатів наукових досліджень. |
| ПРН 26 | Застосовувати науково-педагогічні технології, формулювати зміст та цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу. |
| ПРН 27 | Володіти навичками за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій для забезпечення зростання вартості бренду та підвищення іміджу підприємств. |
| ПРН 28 | Використовувати основи правового забезпечення наукових досліджень та комерціалізації інтелектуальної власності, сучасні способи комерціалізації об’єктів права інтелектуальної власності та вміти здійснювати оцінку вартості прав на об’єкти інтелектуальної власності. |
| **Формування суджень:**  |
| ПРН 29 | Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці. |
| ПРН 30 | Демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів. |
| ПРН 31 | Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях. |
| ПРН 32 | Представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень, результати яких 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. |
| ПРН 33 | Формулювати наукову проблему з огляду на ціннісні орієнтири сучасного суспільства та стан її наукової розробки, а також робочі гіпотези досліджуваної проблеми, які мають розширювати і поглиблювати стан наукових досліджень в обраній сфері. |
| ПРН 34 | Демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності при проведенні наукових досліджень, оприлюднення та впровадження наукових результатів. |
| **8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми** |
| **Кадрове забезпечення** | Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітню програму за кваліфікацією, відповідають профілю і напряму освітніх компонентів, що викладаються; мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької/ управлінської/інноваційної/творчої роботи та/або роботи за фахом. |
| **Матеріально-технічне забезпечення** | Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою.Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам. |
| **Інформаційне та навчально-методичне забезпечення** | Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету. |
| **9 – Академічна мобільність** |
| **Національна кредитна мобільність** | Передбачає можливість академічної мобільності за деякими компонентами освітньої програми, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей. |
| **Міжнародна кредитна мобільність** | Програма розвиває перспективи участі та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності за кордоном. Виконується в активному дослідницькому середовищі. |
| **Навчання іноземних здобувачів вищої освіти** | Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами.  |

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

2.1.1 Перелік компонентів освітньої складової освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код  | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, семестрова робота, практика) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Обов’язкові компоненти освітньої програми (ОК)** |
| Цикл загальної підготовки |
| ОК 1 | Філософія науки і методологія досліджень | 4 | екзамен |
| ОК 2 | Іноземна мова для академічних цілей | 8 | екзамен |
| ОК 3 | Інформаційно-комунікаційні технології в наукових дослідженнях | 4 | залік |
| ОК 4 | Інтелектуальна власність та комерціалізація наукових досліджень | 4 | залік |
| Всього з циклу | **20** |
| Цикл професійної підготовки |
| ОК 5 | Педагогічна майстерність у вищій школі | 4 | залік |
| ОК 6 | Педагогічна практика | 4 | залік |
| ОК 7 | Інноваційний маркетинг | 4 | екзамен |
| ОК 8 | Моделювання бізнес-рішень у маркетингу | 4 | екзамен |
| Всього з циклу | **16** |  |
| **Загальний обсяг обов’язкових компонентів** | **36** |
| **Вибіркові компоненти освітньої програми** |
| **ДВВС** | Дисципліни вільного вибору аспіранта | 12 | екзамен |
| **Загальний обсяг вибіркових компонентів** | **12** |
| **ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ** | **48** |

2.1.2 Зміст наукової складової освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Пошук наукових джерел та їх опрацювання. Визначення основних завдань дисертаційної роботи. Вибір оптимальних теоретичних чи/та експериментальних методів для їх розв’язання. Напрацювання даних, обробка та аналіз отриманих результатів. Корекція початкових гіпотез та завдань у відповідності до результатів аналізу. Підготовка наукових результатів до публікації. Апробація наукових результатів на наукових конференціях різних рівнів. Узагальнення результатів дослідження. Остаточне визначення кола проблем, що будуть розглянуті в дисертаційній роботі, встановлення місця дослідження в контексті результатів інших авторів. Формування висновків і рекомендацій. Оформлення роботи та подання до захисту. Захист дисертації.

Дисертація подається до захисту у вигляді спеціально підготовленого рукопису. Дисертація повинна містити нові науково обґрунтовані результати проведених здобувачем досліджень, які виконують конкретне наукове завдання, що має істотне значення для галузі знань 07 Управління та адміністрування

Обсяг основного тексту дисертації – 6,5-9 авторських аркушів (для суспільних і гуманітарних спеціальностей).

Дисертація може бути виконана державною або англійською мовою.

Дисертація має бути оформлена відповідно до вимог, встановлених МОН України.

Наукові результати дисертації повинні бути висвітлені не менше ніж у трьох наукових публікаціях здобувача. До таких наукових публікацій зараховуються:

1) статті у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України. Якщо число співавторів у такій статті (разом із здобувачем) становить більше двох осіб, така стаття прирівнюється до 0,5 публікації (крім публікацій, визначених підпунктом 2);

2) статті у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus (крім видань держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором);

3) не більше одного патенту на винахід, що пройшов кваліфікаційну експертизу та безпосередньо стосується наукових результатів дисертації, що прирівнюється до однієї наукової публікації;

4) одноосібні монографії, що рекомендовані до друку Вченою радою університету та пройшли рецензування, крім одноосібних монографій, виданих у державі, визнаній Верховною Радою України державою-агресором. До одноосібних монографій прирівнюються одноосібні розділи у колективних монографіях за тих же умов.

Стаття у виданні, віднесеному до першого – третього квартилів (Q1–Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports, чи одноосібна монографія, що відповідає зазначеним вимогам, прирівнюється до двох наукових публікацій.

Належність наукового видання до першого – третього квартилів (Q1–Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports визначається згідно з рейтингом у році, в якому опублікована відповідна публікація здобувача або у разі, коли рейтинг за відповідний рік не опублікований на дату утворення разової ради, згідно з останнім опублікованим рейтингом.

Статті зараховуються за темою дисертації лише за наявності у них активного ідентифікатора DOI (Digital Object Identifier), крім публікацій, що містять інформацію, віднесену до державної таємниці, або інформацію для службового користування.

Статті зараховуються за темою дисертації за умови обґрунтування отриманих наукових результатів відповідно до мети статті (поставленого завдання) та висновків, а також опублікування не більше ніж однієї статті в одному випуску (номері) наукового видання.

Не вважається самоплагіатом використання здобувачем своїх наукових праць у тексті дисертації без посилання на ці праці, якщо вони попередньо опубліковані з метою висвітлення в них основних наукових результатів дисертації та вказані здобувачем в анотації дисертації.

2.2 Структурно-логічна схема підготовки доктора філософії освітньо-наукової програми **МАРКЕТИНГ**

зі спеціальності 075 Маркетинг

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 семестр 1 курс |  | 2 семестр 1 курс |  | 3 семестр 2 курс |  | 4 семестр 2 курс |  |  | 3 - 4 курс |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Філософія науки і методологія досліджень |  |  |  | Педагогічна майстерність у вищій школі |  | ДВВС  |  |  | **Наукова складова освітньо-наукової програми** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Іноземна мова для академічних цілей |  | Інтелектуальна власність та комерціалізація наукових досліджень |  | ДВВС |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Інформаційно-комунікаційні технології в наукових дослідженнях |  | Моделювання бізнес-рішень у маркетингу |  | ДВВС |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Інноваційний маркетинг |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Педагогічна практика |  |  |  |  |  |

Дисертація

**3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

|  |  |
| --- | --- |
| **Форми атестації здобувачів вищої освіти** | Атестація випускника освітньої програми проводиться у формі публічного захисту дисертаційної роботи. |
| **Документ про вищу освіту**  | Диплом доктора філософії із присвоєнням освітньої кваліфікації доктор філософії з маркетингу, освітня програма «Маркетинг» |

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей 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 |  | **\*** | **\*** | **\*** | **\*** | **\*** |  | **\*** |
| ЗК 7 | **\*** | **\*** | **\*** | **\*** | **\*** | **\*** |  |  |
| ФК 1 | **\*** |  | **\*** | **\*** | **\*** | **\*** |  |  |
| ФК 2 |  | **\*** | **\*** |  |  |  | **\*** | **\*** |
| ФК 3 |  | **\*** | **\*** |  |  |  |  |  |
| ФК 4 |  |  | **\*** |  | **\*** |  |  | **\*** |
| ФК 5 | **\*** |  |  |  | **\*** | **\*** |  |  |
| ФК 6 | **\*** |  |  |  |  |  | **\*** | **\*** |
| ФК 7 |  |  | **\*** |  |  |  |  | **\*** |
| ФК 8 |  |  | **\*** | **\*** |  |  |  | **\*** |
| ФК 9 |  |  |  |  | **\*** | **\*** |  |  |
| ФК 10 |  |  | **\*** |  |  |  | **\*** | **\*** |
| ФК 11 |  |  |  |  |  |  | **\*** | **\*** |
| ФК 12 |  |  |  | **\*** |  |  | **\*** | **\*** |
| ФК 13 |  |  | **\*** | **\*** |  |  | **\*** | **\*** |
| ФК 14 |  |  | **\*** |  |  |  |  | **\*** |
| ФК 15 | **\*** |  |  |  |  |  |  | **\*** |
| ФК 16 |  |  |  | **\*** |  |  | **\*** | **\*** |

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними 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 |  |  |  | \* |  |  | \* |  |
| ПРН 21 | \* |  |  |  |  |  |  | \* |
| ПРН 22 | \* |  | \* |  |  |  |  | \* |
| ПРН 23 |  |  |  |  |  |  | \* | \* |
| ПРН 24 |  |  | \* |  |  |  | \* | \* |
| ПРН 25 |  | \* |  | \* | \* |  |  |  |
| ПРН 26 |  |  |  |  | \* | \* |  |  |
| ПРН 27 |  |  |  |  |  |  | \* | \* |
| ПРН 28 |  |  |  | \* |  |  | \* |  |
| ПРН 29 | \* |  |  |  | \* | \* |  |  |
| ПРН 30 | \* |  |  | \* |  |  |  |  |
| ПРН 31 |  | \* |  |  | \* |  |  | \* |
| ПРН 32 |  |  | \* |  | \* | \* |  |  |
| ПРН 33 | \* |  |  | \* |  |  |  | \* |
| ПРН 34 | \* |  |  | \* | \* |  |  |  |