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

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

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

Володимир ПОНОМАРЕНКО

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

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

Харків, 2022

ПРЕАМБУЛА

Склад робочої групи освітньо-наукової програми «Маркетинг»:

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

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

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

Освітньо-наукову програму оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Національної рамки кваліфікацій, затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України № 1341 від 23.11.2011 р. (із змінами відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 519 від 26.06.2020 р.);

2. Стандарт вищої освіти третього (освітньо-науковий) рівня, ступінь доктора філософії, галузі знань 07 Управління та адміністрування зі спеціальності 075 Маркетинг, затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. № 313.

3. Нормативних документів ХНЕУ ім. С. Кузнеця:

Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук в аспірантурі (поза аспірантурою) та докторантурі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (нова редакція);

Положення про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця; (введено в дію Наказом ректора № 198 від 26.10.2020 р.);

Положення про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та оновлення освітніх програм у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця (нова редакція) (введено в дію Наказом ректора № 237 від 30.12.2020 р.);

Кодекс академічної доброчесності Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця. (введено в дію Наказом ректора № 207 від 21.10.2019 р.).

4. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду проведення наукових досліджень у галузі маркетингу, результатів опитування роботодавців та споживачів, громадського обговорення (протокол №6/1 від 04.01.2022 р. засідання кафедри маркетингу).

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Галузі знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальності	075 Маркетинг
Спеціалізація	-
Освітня програма	Маркетинг \ (Marketing)
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	очна (денна, вечірня) форма – 55 кредитів, 4 роки; заочна форма – 55 кредитів, 4 роки
Наявність акредитації	-
Мова(и) навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОП	кафедра маркетингу
Вимоги до зарахування	Набір на спеціальність 075 Маркетинг освітню програму «Маркетинг» на третій (освітньо-науковий) рівень здійснюється на основі освітнього ступеня магістра (або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста) на основі: обов'язкової співбесіди з майбутнім науковим керівником та позитивного письмового відгуку на подану наукову доповідь (реферат); конкурсного відбору за вступним іспитом з іноземної мови (який відповідає рівню В2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти) та вступним іспитом зі спеціальності (в обсязі програми рівня вищої освіти магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг») з урахуванням середнього балу за дипломом та попередніх наукових досягнень. Правила прийому до аспірантури і

	докторантури ХНЕУ ім. С. Кузнеця в 2022 р https://www.hneu.edu.ua/wp- content/uploads/2022/07/Pravyla-pryjomu-do-aspirantury-i- doktorantury-2022.pdf
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу
Кваліфікація(-ї) професійна(-і)	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Науковий ступінь – Доктор філософії Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-наукова програма – «Маркетинг»
Мета освітньої програми	Підготовка наукових і науково-педагогічних кадрів, на основі інтегрального підходу, які мають фундаментальну теоретичну та практичну підготовку, необхідну для успішної роботи в маркетингової сфері, здатні виконувати проекти або наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне, методичне та практичне значення, креативного підходити до стратегічного управління брендом та маркетингового аналізу даних для прийняття маркетингових рішень через поєднання інноваційних методів навчання та можливостей спеціалізації, достатніх для використання, їх захисту у формі дисертації.
Фокус та особливості (унікальність) програми	Освітня програма спрямована на впровадження інтегрованого підходу посиленого креативною складовою та формування й розвиток наукових та науково-педагогічних компетентностей щодо розвитку та використання філософсько-стратегічного мислення в маркетингу. Особливість програми полягає у науково-практичному форматі підготовки здобувачів доктора філософії з маркетингу з можливістю обрання значної частини власної траєкторії навчання за рахунок креативної складової, й формуванні у них комплексу знань, вмінь і навичок по оволодінню практичним інструментарієм наукових

	досліджень з урахуванням світових тенденцій і здобутків у сфері маркетингу. Ключові слова маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова діяльність
Опис предметної області	**Об'єкт вивчення:** 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, методики та технології:** загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та проводження науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій. **Інструментарій та обладнання:** сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та впровадження інноваційної маркетингової діяльності.
Академічна мобільність	-
Академічні права	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих
Професійні права	Право професійної діяльності відповідно до отриманої освітньої кваліфікації.
Працевлаштування випускників	Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: 1233 Керівники підрозділів маркетингу

	(директора з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу); директор комерційний; начальник комерційного відділу). 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю. 1317 Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.); керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламні). 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) з постачання. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної 2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів 241 Професіонали в сфері маркетингу 2441 Професіонали в галузі економіки.

ІІ – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

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	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 зального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК1. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках СК2. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземними мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів

	за напрямом дослідження СК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічний діяльності СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіти СК5. Здатність до впровадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами СК6. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень СК7. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем СК8. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (**Таблиця 1 Пояснювальної записки**).

ІІІ – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ» ОНП «МАРКЕТИНГ»

РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напряму, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.

РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.

РН03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновку належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

РН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.

РН05. 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

РН06. Планувати і використовувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.

РН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державою та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.

РН08. 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.

РН09. Організовувати і здійснити освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

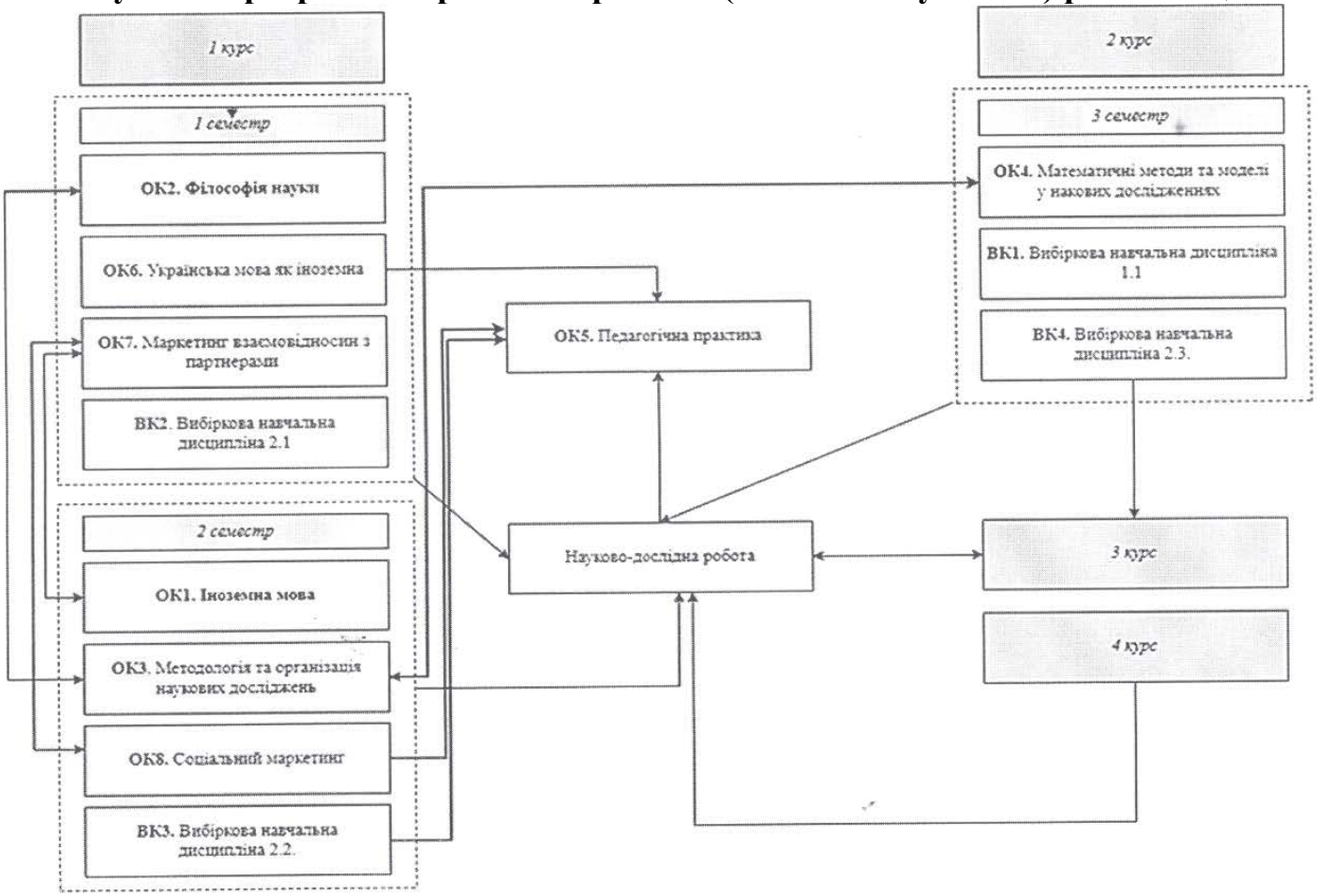
№	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	*ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ*	26	47%
2	*ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ*	5	9%
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
3	*ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ*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

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

4.2. ВИБІРКОВА СКЛАДОВА ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

Вибіркова навчальна дисципліна – умовна назва навчальних дисциплін, які обираються здобувачами для включення до свого індивідуального навчального плану та які відображають його наукові інтереси, вподобання та плани на майбутнє дослідження. Вибіркові навчальні дисципліни є обов'язковими для вибору здобувачами і входять до загального обсягу кредитів ЄКТС за освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії. Загальний обсяг вибіркових навчальних дисциплін складає 20 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на дисципліну).

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



V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою закладу вищої освіти чи наукової установи на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації (відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 44 від 12.01.2022 р. «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», Постанови Кабінету Міністрів України № 261 від 23.03.2016 р. та п.3 ст.6 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 р.). Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання здобувачем його індивідуального навчального плану. Звітування за виконанням плану проводиться 2 рази на рік на засіданні випускової кафедри.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 Маркетинг є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання конкретної комплексної проблеми в сфері маркетингу або на межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти (наукової установи) у терміни, визначені чинним законодавством.
Вимоги до публічного захисту	Вимоги щодо процедури та особливих умов проведення публічного захисту визначаються Постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12.01.2022 р. «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії».

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Політика щодо забезпечення якості вищої освіти	Основні принципи внутрішнього забезпечення якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця: відповідальності; відповідності; адекватності; автономності; вимірюваності; академічної культури; відкритості. Основні процедури внутрішнього забезпечення якості освіти в ХНЕУ ім. С. Кузнеця: формалізація політики якості, стратегічних цілей, завдань постійного поліпшення якості; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти; підготовка та проведення маркетингово-моніторингових та соціально-психологічних досліджень для визначення потреб ринку праці, вимог стейкхолдерів вищої освіти, якості надання освітніх послуг і задоволеності якістю освітньої діяльності та якістю освіти; залучення стейкхолдерів вищої освіти (здобувачів вищої освіти, роботодавців, представників академічної спільноти тощо) до прийняття рішень за напрямами внутрішнього забезпечення якості; зовнішнє оцінювання якості діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця за результатами участі в національних та міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, виконання Ліцензійних вимог, акредитації. Напрями: розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання здобувачів вищої освіти; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом
Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та	Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними актам університету. Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення освітніх потреб здобувачів вищої освіти: можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання

оновлення освітніх програм	академічних свобод в освітньому процесі, задоволеності якістю освітньої програми, тощо; роботодавців: якості формування загальних та фахових компетентностей, актуальних та соціальних навичок (soft skills); інших стейкхолдерів. Для перегляду освітніх програм використовуються: онлайн опитування, проведення дослідження фокус-групи, аналіз документів, аналіз ситуації, групою відповідно до вимог щодо структури та змісту освітньої програми. Періодичність перегляду освітніх програм здійснюється: а) щорічно за результатами моніторингу; б) після завершення освітньої програми здобувачами вищої освіти, в) в разі зміни законодавчої та нормативної бази.
Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів	Оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених в Університеті процедур згідно з нормативними актами. Щорічне оцінювання здобувачів освіти здійснюється відповідно до визначених освітньою програмою форм контролю; порядку оцінювання результатів навчання, що висвітлюється в робочих програмах навчальних дисциплін, робочих планах (технологічних картах) навчальних дисциплін, силабусах навчальних дисциплін; обліку результатів навчання, який ведеться з використанням інформаційного середовища Персональної навчальної системи (ПНС) Університету. Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється на основі 100-бальної накопичувальної бально-рейтингової системи.
Забезпечення якості студенто-центрованого навчання, викладання та оцінювання	Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студенто-центрованого навчання. Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а здобувачі вищої освіти поінформовані про їх наявність.
Забезпечення якості науково-педагогічних працівників	Щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників, кафедр і факультетів Університету здійснюється за рахунок використання механізмів оцінювання та самооцінювання результативності науково-педагогічної діяльності, її спрямованості на пріоритети розвитку національної системи вищої освіти, стратегії розвитку Університету,

	особистісного професійного розвитку науково-педагогічних працівників. Підсумки рейтингового оцінювання підводяться за результатами діяльності, досягнутими протягом календарного року. Оприлюднення результатів щорічного оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр та факультетів відбувається на засіданні вченої ради Університету.
Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)	Заклад вищої освіти забезпечує освітній процес необхідними та доступними ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку здобувачів вищої освіти. Організаційно-методична підтримка самостійної роботи здобувачів вищої освіти полягає у розробці методичних, дидактичних, інструктивних матеріалів, наданні можливості формувати, закріплювати, поглиблювати й систематизувати отримані під час аудиторних занять знання та вміння, здійснювати самопідготовку й самоконтроль опанування освітньої-професійної програми та реалізується через Персональну навчальну систему ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)	З метою управління освітнім процесом розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; управління кадрами та ін.
Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність	Достовірна, об’єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація за освітньо-професійною програмою публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Публічною є інформація про освітню діяльність за спеціальністю, включаючи критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за

	цією програмою; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються тощо
Забезпечення академічної доброчесності	Забезпечення запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладу вищої освіти та здобувачів вищої освіти реалізується через політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, регулюється такими документами ХНЕУ ім. С. Кузнеця: Кодекс академічної доброчесності; Кодекс професійної етики та організаційної культури працівників і здобувачів вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про комісію з питань академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Перевірка наукових праць науково-педагогічних працівників Університету та здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою інтернет-сервісів на основі відкритих інтернет- ресурсів та системи StrikePlagiarism.com, що діє на підставі Ліцензійного Договору про надання права користування програмним забезпеченням.

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей	**Знання**	**Уміння**	**Комунікація**	**Відповідальність**
Перелік компетентностей	ЗН1 Концептуальні та методологічні знання в галузі чи на межі галузей знань або професійної діяльності	УМ 1 Спеціалізовані уміння/навички і методи, необхідні для розв'язання значущих проблем у сфері професійної діяльності, науки та /або інновацій, розширення та переоцінка вже існуючих знань професійної практики УМ2 Започаткування, планування, реалізація та коригівання послідовного процесу грунтовного наукового дослідження з дотриманням належної академічної доброчесності УМ 3. Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та комплексних ідей	К1. Спілкування з питань, що стосуються сфери наукових та експертних знань, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством загалом К2. Використання академічної української та іноземної мови у професійній діяльності та дослідженнях	ВА1. Демонстрація значної авторитетності, інноваційність, високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності, послідовна відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності. ВА2. Здатність до безперервного саморозвитку та самовдосконалення
Загальні компетентності				
ЗК01	ЗН1	УМ1 УМ3	К1	ВА2
ЗК02	ЗН1	УМ2 УМ3		ВА1 ВА2
ЗК03		УМ1 УМ3	К1 К2	ВА1
ЗК04	ЗН1	УМ1	К1	ВА1

		УМ2		ВА2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК01	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К1	ВА1
СК02			К1 К2	
СК03	ЗН1	УМ1 УМ2	К1	ВА2
СК04	ЗН1	УМ1 УМ2	К1 К2	ВА1
СК05	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К1	ВА1
СК06	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К1	ВА1 ВА2
СК07	ЗН1	УМ1 УМ3	К1	ВА1 ВА2
СК08	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К2	ВА1

Таблиця 2 Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

Програмні результати навчання	Загальні компетентності				Спеціальні (фахові) компетентності							
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8
РН1	ОК1	ОК6		ОК1, ОК6	ОК1		ОК6		ОК2	ОК4		ОК5
РН2	ОК2	ОК8	ОК2	ОК3	ОК2	ОК8	ОК7		ОК1	ОК2	ОК4	ОК8
РН3	ОК2	ОК3		ОК3	ОК2	ОК3	ОК6			ОК3	ОК4	ОК8
РН4	ОК2	ОК5	ОК6	ОК7	ОК1	ОК3	ОК6	ОК5	ОК4	ОК8	ОК6	ОК7
РН5	ОК7	ОК3	ОК8		ОК1	ОК6,	ОК7	ОК8	ОК3	ОК2	ОК8	ОК5
РН6	ОК3	ОК4	ОК7	ОК8	ОК2	ОК1	ОК4		ОК7	ОК8	ОК5	ОК4
РН7		ОК7	ОК8	ОК4	ОК5	ОК7	ОК2	ОК4	ОК1	ОК2		ОК5
РН8	ОК5	ОК4	ОК7	ОК6	ОК7	ОК1			ОК4	ОК8	ОК7	ОК7
РН9	ОК6	ОК3	ОК8	ОК3	ОК1	ОК5	ОК3	ОК2	ОК8	ОК4		ОК3

Гарант ОНП Маркетинг **Людмила ГРИНЕВИЧ**

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-наукової програми «Маркетинг»

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

РЕЦЕНЗІЯ

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

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

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

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

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти з галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» (ОНР «доктор філософії») розроблено кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОНУ за спеціальністю 075 Маркетинг та забезпечує якісну підготовку майбутніх магістрів маркетингу.

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