

2023.02.14

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

УХВАЛЕНО

Рішенням вченої ради
Харківського національного
економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 14.02.2023 року
протокол №2

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказом ректора Харківського
національного економічного університету
імені Семена Кузнеця
від 14.02.2023 року №45



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
2023

ПРЕАМБУЛА

Гарант освітньої програми:

Гриневиц Людмила Володимирівна – гарант освітньої програми, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу, професор

Члени робочої групи:

Лисиця Надія Михайлівна – професор кафедри маркетингу, доктор соціологічних наук, професор

Холодний Геннадій Олександрович – професор кафедри маркетингу, кандидат економічних наук.

Прокопенко Сергій Олександрович - здобувач вищої освіти

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 № 8, від 09.02.2023 р.
Розглянуто вченою радою факультету менеджменту і маркетингу, протокол №7, від 13.02.2023 р.

Оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору професій ДК 003:2010, Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах), затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 (із змінами); Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затверджений Постановою КМУ №44 від 12 січня 2022 р.; Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України №131 від 07.04.2022;
2. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.
3. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.
4. Пропозицій роботодавців.

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 (українською та англійською мовами)	Маркетинг (Marketing)
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	очна (вечірня, денна) форма – 55 кредитів, 4 роки; заочна форма – 55 кредитів, 4 роки
Наявність акредитації	-
Мова навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОНП	кафедра маркетингу
Вимоги до зарахування	Згідно з Правилами прийому до аспірантури Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, до аспірантури на конкурсній основі приймаються особи, які здобули вищу освіту ступеня магістра (спеціаліста). До вступних випробувань допускаються особи, які вчасно подали всі необхідні для вступу документи згідно з Правилами. Набір до аспірантури для здобуття ступеня доктора філософії здійснюється за результатами вступного іспиту з іноземної мови (англійської, німецької, французької на вибір в обов'язі, який відповідає рівню B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти) у письмовій формі та вступного іспиту зі спеціальності (в обов'язі програми рівня вищої освіти магістра з відповідної спеціальності) у письмовій формі. При розрахунку конкурсного балу вступника до аспірантури також враховуються додаткові бали, що нараховуються за попередні науково-дослідницькі досягнення за спеціальністю
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу

Кваліфікація(-ї) професійна(-і)	Не надається
Кваліфікація в дипломі	<p>Ступінь вищої освіти – доктор філософії</p> <p>Спеціальність – 075 Маркетинг</p> <p>Освітня програма – «Маркетинг»</p>
Мета освітньої програми	<p>Підготовка компетентних наукових і науково-педагогічних кадрів, на основі інтегрованого підходу, які мають фундаментальну теоретичну та практичну підготовку, необхідну для успішної роботи в маркетинговій сфері, здатні виконувати проекти або наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне, методичне та практичне значення, креативно підходити до стратегічного управління брендом та маркетингового аналізу даних для прийняття маркетингових рішень через поєднання інноваційних методів навчання та можливостей спеціалізації, достатніх для виконання, їх захисту у формі дисертації.</p>
Фокус та особливості (унікальність) програми	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Ключові слова маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова діяльність</p>
Опис предметної області	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

	<p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та проведення науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.</p> <p>Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та впровадження інноваційної маркетингової діяльності.</p>
Академічна мобільність	-
Академічні права	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих
Професійні права	<p>Навчання впродовж життя для розвитку і самовдосконалення в науковій та професійній сферах діяльності, а також в інших споріднених галузях наукових знань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навчання на 8-ому кваліфікаційному рівні Національної рамки кваліфікацій в споріднених спеціальностях; - освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії, що містять додаткові наукові та освітні компоненти
Працевлаштування випускників	<p>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</p>

II – 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	<p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>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.</p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	<p>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</p> <p>СК02. 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</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності</p>
	<p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті</p> <p>СК05. Здатність до впровадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами</p> <p>СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень</p> <p>СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем</p> <p>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> <p>СК09. Здатність застосовувати філософісько-стратегічне мислення та інструментарій наукових досліджень для прийняття маркетингових рішень і набуття креативних навичок створення та реалізації наукових проектів.</p>

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**).

III – 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 напрямку, 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 не фахівцями 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. Організувати і здійснити освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.

РН10. Вміти застосовувати філософсько-стратегічне мислення та інструментарій наукових досліджень для прийняття маркетингових рішень і набуття креативних навичок створення та реалізації наукових проектів.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

№	Освітні компоненти	Кредити ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	26	47%
2	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	5	9%
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
3	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	9	17%
4	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	15	27%
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :		55	100%
<i>в тому числі: вибіркова складова</i>		20	36%

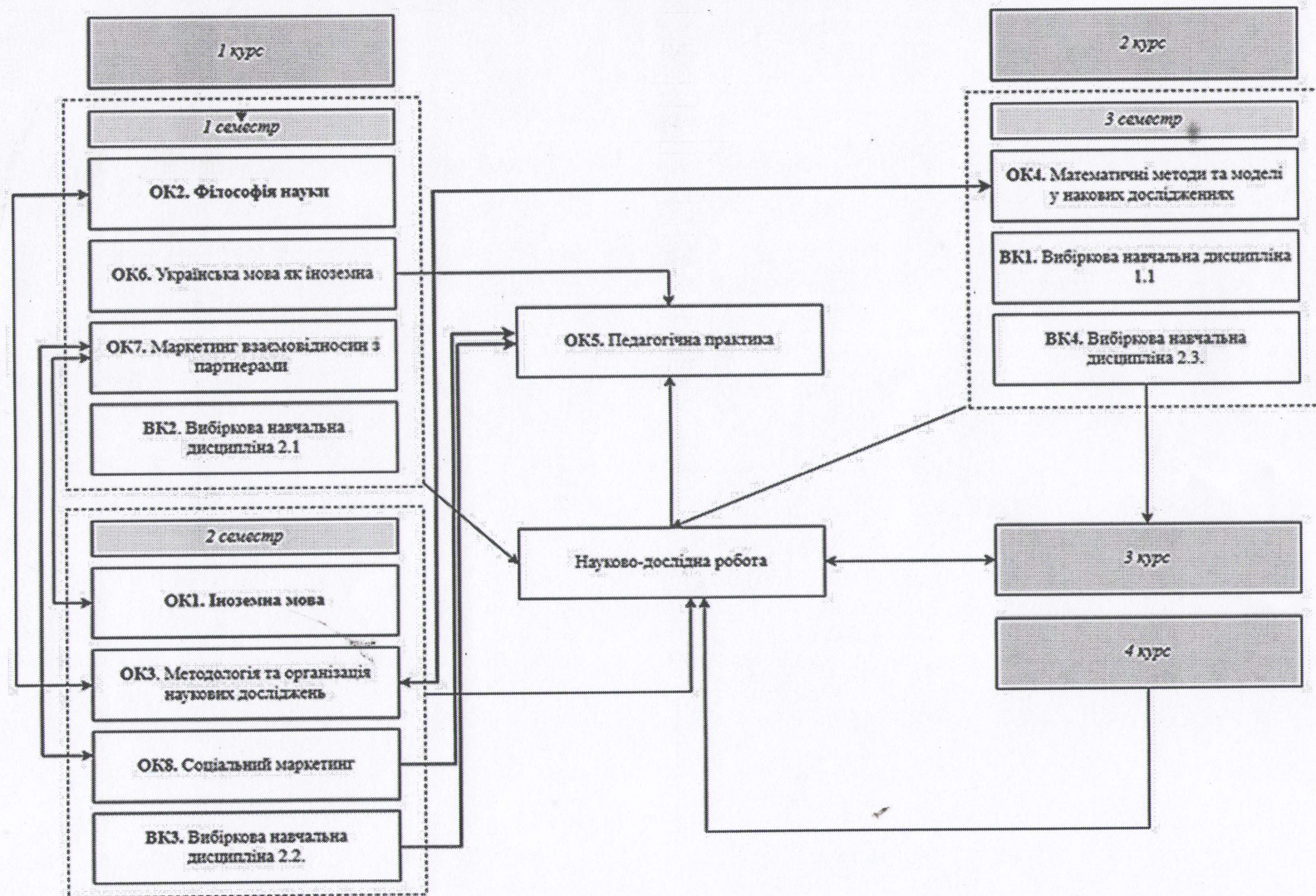
Код ОК	Освітні компоненти	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК1	Іноземна мова*	6	Залік
ОК2	Філософія науки	4	Іспит
ОК3	Методологія та організація наукових досліджень	6	Залік
ОК4	Математичні методи та моделі у наукових дослідженнях	5	Залік
ОК5	Педагогічна практика	5	Звіт
ОК6	Українська мова як іноземна**	4	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			

ВК1	Вибіркова навчальна дисципліна 1.1	5	Залік
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК7	Маркетинг взаємовідносин з партнерами	4	Іспит
ОК8	Соціальний маркетинг	5	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
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, уподобання 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 вибіркового навчальних дисциплін складає 20 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на навчальну дисципліну).

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



V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	<p>Атестація здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою закладу вищої освіти чи наукової установи на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації. Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання здобувачем його індивідуального навчального плану та індивідуального плану наукової роботи. Звітування за виконанням індивідуального плану аспіранта проводиться 2 рази на рік на засіданні випускової кафедри.</p>
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері маркетингу або на його межі з іншими спеціальностями, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Вимоги до оформлення дисертацій встановлює МОН України. Обсяг основного тексту дисертації 5-8 авторський аркуша</p>
Вимоги до публічного захисту	<p>Вимоги щодо процедури та особливих умов проведення публічного захисту визначаються Порядком присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженим постановою КМУ №44 від 12 січня 2022 р. (зі змінами).</p>

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті розроблені на підставі Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.

Політика щодо забезпечення якості вищої освіти	<p>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</p>
---	--

	<p>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 напрямками 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.</p>
<p>Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм</p>	<p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм здійснюється згідно з діючими нормативними актами університету. Перегляд освітніх програм здійснюється на основі аналізу задоволення освітніх потреб здобувачів вищої освіти: можливості побудови індивідуальної траєкторії навчання, дотримання 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.</p>
<p>Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів</p>	<p>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.</p>

Забезпечення якості студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання	Планування, розподіл та надання навчальних ресурсів і забезпечення підтримки здобувачів вищої освіти враховують їх потреби та принципи студентоцентрованого 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.

	<p>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.</p>
<p>Забезпечення академічної доброчесності</p>	<p>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 антиплагіатним програмним забезпеченням.</p>

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом (за наявності) 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 дискрипторам НРК

Класифікація компетентностей	Знання	Уміння	Комунікація	Відповідність і автономія
Перелік компетентностей	ЗН1 Концептуальні та методологічні знання в галузі чи на межі галузей знань або професійної діяльності	УМ1. Спеціалізовані уміння/навички і методи, необхідні для розв'язання значущих проблем у сфері професійної діяльності, науки та/або інновацій, розширення та переоцінки вже існуючих знань і професійної практики	К1. Вільне спілкування з питань, що стосуються сфери наукових та експертних знань, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством загалом	ВА 1. Демонстрація значної авторитетності, інноваційність, високий ступінь самостійності, академічна та професійна доброчесність, послідовна відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності
		УМ2. Започаткування, планування, реалізація та коригування послідовного процесу ґрунтового наукового дослідження з дотриманням належної академічної доброчесності.	К2. Використання академічної української та іноземної мови у професійній діяльності та дослідження	ВА 2. Здатність до безперервного саморозвитку та вдосконалення
		УМ3. Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та		

		комплексних ідей		
Загальні компетентності				
ЗК01	ЗН1	УМ1 УМ3	К1	БА2
ЗК02	ЗН1	УМ2 УМ3		БА1 БА2
ЗК03		УМ1 УМ3	К1 К2	БА1
ЗК04	ЗН1	УМ1 УМ2	К1	БА1 БА2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК01	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К1	БА1
СК02			К1 К2	
СК03	ЗН1	УМ1 УМ2	К1	БА2
СК04	ЗН1	УМ1 УМ2	К1 К2	БА1
СК05	ЗН1	УМ1 УМ2	К1	БА1

		YM3		
CK06	3H1	YM1 YM2 YM3	K1	BA1 BA2
CK07		YM1 YM3	K1	BA1 BA2
CK08	3H1	YM1 YM2 YM3	K2	BA1
CK09		YM1 YM3	K1	BA1 BA2

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

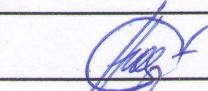

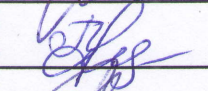


Програмні результати навчання	Загальні компетентності				Спеціальні (фахові) компетентності								
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9
PH1	OK3	OK1 OK6		OK1	OK1 OK6		OK2		OK3	OK4		OK1	
PH2	OK2	OK8	OK7	OK7	OK2 OK8	OK3	OK8		OK6	OK2	OK4	OK5	OK7
PH3	OK1	OK3		OK3	OK7	OK3	OK8			OK3	OK4	OK5	
PH4	OK2	OK5	OK6	OK7	OK1	OK3	OK6	OK5 OK5	OK4	OK8	OK6	OK7	OK7
PH5	OK7	OK3 OK8	OK8		OK1	OK1 OK6 OK7 OK8	OK7	OK8	OK7	OK2	OK8	OK5	OK8
PH6	OK3	OK5	OK2	OK7	OK8	OK1	OK4		OK3	OK2	OK2	OK3	OK7 OK8
PH7		OK3	OK7	OK1	OK5	OK7	OK2	OK1	OK1	OK2		OK5	OK7 OK8
PH8	OK4	OK4 OK7	OK3	OK6	OK7	OK1	OK8		OK3	OK8	OK4 OK7	OK7	OK7 OK8
PH9	OK8	OK3 OK8	OK5	OK3	OK4	OK5	OK2	OK3	OK8	OK5	OK7	OK3	OK8
PH10				OK7								OK7 OK8	OK7

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	

Проректор



НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ

Державна установа

**«Центр оцінювання діяльності наукових установ та наукового
забезпечення розвитку регіонів України НАН України»**

01601, м. Київ-30, вул. Володимирська, 54.

Телефон: (044) 239-67-24, 235-31-21, факс: (044) 234-84-08, e-mail: innov@nas.gov.ua

ЄДРПОУ 01209280

№ 238-1/17 від 01.02.2023 р.

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового)
рівня вищої освіти за спеціальністю

075 «Маркетинг» у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця

Для прискорення розв'язання проблем щодо подолання наслідків повоєнного відновлення економіки України, особливо в регіонах, які зазнали значних руйнувань унаслідок військової агресії, гостро постає потреба у висококваліфікованих фахівцях різних сфер діяльності, здатних забезпечити ефективне виконання поставлених завдань. Однією з ключових професійних груп, які мають активно долучитися до процесів відбудови економіки після завершення бойових дій, є висококваліфіковані маркетологи. У цьому контексті освітньо-наукова програма «Маркетинг», розроблена кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця за участю роботодавців, випускників, представників наукової спільноти та інших стейкхолдерів, є актуальною та спрямованою на задоволення потреб вищої освіти й бізнес-середовища у висококласних фахівцях з маркетингу, які здатні творчо мислити та ефективно вирішувати складні багаторівневі завдання в умовах різних ринків товарів і послуг.

Вивчення матеріалів освітньо-наукової програми «Маркетинг» дозволяє стверджувати, що дана програма має чітку структуру, зорієнтована на основний фокус, визначену мету, предметну область. У програмі сформульовані особливості, що покликані забезпечити підготовку та працевлаштування випускників-маркетологів у відповідності до Класифікатора спеціальностей.

Усі освітні компоненти освітньо-наукової програми логічно узгоджуються між собою та дозволяють здобувачам вищої освіти набути професійних компетентностей і отримати необхідні програмні результати. Однією з ключових переваг програми є наявність креативного маркетингу, який направлено на розробку креативних проєктів та розвиток соціальних навичок, що доповнює соціальний маркетинг. Акцент програми саме на практичній підготовці та креативному підході обумовлений актуальними вимогами міжнародного середовища пов'язаними з необхідністю підготовки фахівців, які володіють не тільки різносторонніми теоретичними знаннями, але й без додаткової перепідготовки здатні до виконання практичних завдань безпосередньо після отримання документу про науковий ступінь. Важливо відзначити, що врахований галузевий аспект та профіль економічної освіти Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

На нашу думку, рецензована освітньо-наукова програма відповідає світовим трендам та європейським принципам здобуття освіти у вищій школі, тому може використовуватися для підготовки здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг».

З повагою, завідувач відділу ООДНУ

Центру оцінювання діяльності наукових установ
та наукового забезпечення розвитку регіонів
України НАН України
член-кореспондент НАН України



Ігор ЄГОРОВ

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-наукову програму «Маркетинг»
третього рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеня
«доктора філософії»
за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та
адміністрування», розроблена на кафедрі маркетингу Харківського
національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Освіта - основа розвитку особистості, суспільства, нації та держави, запорука майбутнього України. Актуальним завданням розвитку нашої держави є забезпечення якісної освіти протягом життя для всіх громадян та наукового розвитку в контексті стимулювання соціально-економічного розвитку країни. З цією метою необхідно розробляти освітні та наукові програми, які створюють умови для розвитку компетентних фахівців, здатних здійснювати якісні, оригінальні наукові дослідження і розробки, вести викладацьку діяльність та демонструвати конкурентоспроможність у сфері маркетингу.

Освітня програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти», що реалізується кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, спрямована на підготовку висококваліфікованих науковців та професіоналів, здатних розвивати сучасні маркетингові концепції, методології та технології. Програма враховує актуальні тенденції цифрової трансформації, сталого розвитку та поведінкової економіки, що сприяє формуванню компетентностей для науково-дослідницької та викладацької діяльності.

Програма відповідає сучасним викликам ринку, інтегруючи інноваційні підходи до стратегічного маркетингу, бренд-менеджменту, маркетингової аналітики та цифрового маркетингу. Важливим аспектом є міждисциплінарність – поєднання економіки, соціології, психології та інформаційних технологій.

Особливої уваги заслуговує науковий компонент програми, що передбачає підготовку здобувачів до самостійної дослідницької роботи,

публікацій у високорейтингових наукових журналах та участі у міжнародних наукових заходах.

Програма структурована відповідно до стандартів третього рівня вищої освіти, охоплює такі ключові блоки: теоретико-методологічні основи маркетингу; методологія та організація наукових досліджень; цифрові та інтерактивні технології у маркетингу; стратегічний та міжнародний маркетинг; викладацька практика. Розподіл навчального навантаження та інтеграція практичного компонента відповідають європейським стандартам та рекомендаціям Національної рамки кваліфікацій.

Програма реалізується висококваліфікованими викладачами, серед яких доктори економічних наук, професори, фахівці з великим досвідом. Важливим аспектом є залучення запрошених лекторів із провідних бізнес-шкіл, консалтингових компаній та наукових установ.

Освітня програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеня «доктора філософії», що розроблена кафедрою маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця є сучасною, інноваційною та відповідає міжнародним тенденціям у підготовці науковців. Вона забезпечує здобувачів необхідними компетентностями для подальшої академічної та дослідницької діяльності. Програма відповідає стандартам PhD-освіти, орієнтована на розвиток наукового потенціалу здобувачів та сприяє формуванню конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу.

ТОВ «Аїтінедія проуп»

Керівник: Дробинський Даниїл
Олександрович