

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

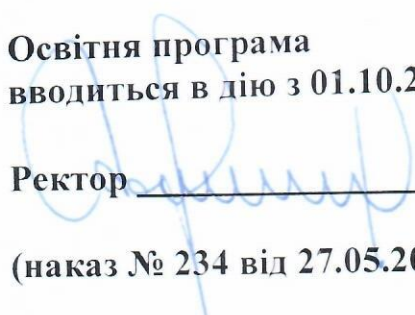
ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
(протокол № 9 від 26.05.2021 р.)

Внесено зміни Вченою радою
Голова вченої ради

 _____ А. І. Крисоватий

(протокол № _____ від _____ 2021 р.)

Освітня програма
вводиться в дію з 01.10.2021р.

Ректор  _____ А. І. Крисоватий

(наказ № 234 від 27.05.2021 р.)

Тернопіль 2021

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми

«МАРКЕТИНГ»

Третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 МАРКЕТИНГ

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: Доктор філософії з маркетингу

Перший проректор

М. І. Шинкарик

Начальник відділу моніторингу
якості освіти та методичної роботи

С. К. Шандрук

Голова ГЗ з маркетингу
Протокол №4 від 12.05.2021 р.

Т. М. Борисова

Декан факультету економіки
та управління

В. М. Островерхов

Завідувач кафедри маркетингу
Протокол № 8 від 12.05.2021 р.

Т. М. Борисова

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

1. Профіль освітньо-наукової програми зі спеціальності
075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Західноукраїнський національний університет, кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 – Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Очна (денна, вечірня), заочна
Освітня кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу за спеціальністю «Маркетинг»
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – доктор філософії Галузь знань «Управління та адміністрування» Спеціальність – 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньо-наукової програми	Диплом доктора філософії, одиничний, 60 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
Передумови	Наявність ступеня магістра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньо-наукової програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-наукової програми	www.wunu.edu.ua
2 – Мета освітньо-наукової програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми в 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; здійснювати науково-педагогічну діяльність.	
3 – Характеристика освітньо-наукової програми	
Предметна область 075 Маркетинг 07 Управління та адміністрування	Об'єкти вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми в 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;

	<p>здійснювати науково-педагогічну діяльність.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: сутність маркетингу як сучасної 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 та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової інноваційної діяльності та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та імплементації інноваційних маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньо-наукової програми	Освітньо-наукова програма, з орієнтацією на новітні наукові дослідження у сфері маркетингу та нові тренди маркетингу
Особливості програми	Навчання, базоване на дослідженнях із застосуванням загальнонаукових і економіко-математичних методів, постановці дослідницьких завдань та їх реалізації під час роботи над кваліфікаційною роботою (дисертацією) і науково-педагогічної практики. Освітньо-наукова програма передбачає можливість проходження наукового стажування в зарубіжних закладах вищої освіти, з якими укладено угоди про академічну мобільність та співпрацю у сфері наукових досліджень. Програма спрямована на розвиток методологічної, дослідницької та іншомовної компетентностей.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Працевлаштування випускників	Працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників в наукових установах і закладах вищої освіти, інших посадах, що потребують кваліфікації 8 рівня НРК, зокрема на посадах працівників найвищої кваліфікації у дослідницьких, проектних, конструкторських й т.п. установах і підрозділах підприємств певної галузі, посадах наукових консультантів в органах влади, установах та організаціях.
Академічні права випускників	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Освітньо-науковий процес здійснюється на засадах компетентнісного, системного, інтегративного підходів із застосуванням інноваційних та інтерактивних технологій, елементів дистанційного навчання, виконання проектів, науково-педагогічної практики, що визначає гуманістичнотворчий стиль суб'єкт-суб'єктної взаємодії, дослідницький характер навчання.
Оцінювання	Поточні звіти, усні презентації, поточний контроль, заліки, усні та письмові екзамени, захист звіту з науково-педагогічної практики, захист кваліфікаційної роботи (дисертації).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукове дослідження,

	результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення для галузі сучасного маркетингу.
Загальні компетентності (ЗК)	<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. Формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору у сфері маркетингу.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати інноваційних наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.</p> <p>СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англійських наукових текстів за напрямом досліджень.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчально-педагогічній діяльності.</p> <p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій школі із застосування сучасних підходів, методик та інструментів, дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності.</p> <p>СК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p> <p>СК06. Здатність 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 та розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p>
7 – Нормативний зміст підготовки доктора філософії, сформульований у термінах результатів навчання	
	<p>РН01. 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 напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.</p> <p>РН02. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефхівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>РН03. 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 напрямках.</p>

	<p>PH04. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</p> <p>PH05. Представляти 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.</p> <p>PH06. 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.</p> <p>PH07. 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.</p> <p>PH08. Набуття універсальних навичок дослідника, зокрема усної та письмової презентації результатів власного наукового дослідження українською мовою, застосовування сучасних інформаційні технології у науковій діяльності, пошуку та критичного аналізу інформації, концептуалізацію та реалізацію наукових проектів, управління науковим проектами, складення пропозицій щодо фінансування досліджень та/або проектів, реєстрації прав інтелектуальної власності.</p> <p>PH09. Опанування іноземної мови на рівні достатньому для представлення та обговорення результатів своєї наукової діяльності іноземною мовою в усній та письмовій формі, а також для повного розуміння іншомовних професійних, наукових та навчальних публікацій з маркетингової тематики.</p>
--	--

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої складової освітньо-наукової програми мають науковий ступінь і/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам ліцензійних умов. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями. Наявність технічних засобів (мультимедійне устаткування, комп'ютери), обладнання, приладів та інструментів (тематичні стенди, таблиці, дидактичні матеріали). Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає нормативним вимогам. Комп'ютерні лабораторії, що обладнані наступним устаткуванням: мультимедійний екран Sorur – 1 шт.; проектор Leater LX402U-LCD 1024 x 768 XGA (1 шт.); лазерний принтер Canon i-SENSYS LBP6020; ПК DEPO Race X140S (1шт.); ПК DEPO Neos 260 W7_P64 (11 шт.); монітор 19 Samsung E1920NR (12); ПК Athlon x2 220 2,8 GHz (8 шт.); монітор Samsung 21 (8 шт.).
Інформаційне та	Офіційний веб-сайт http://www.wunu.edu.ua містить інформацію

навчально-методичне забезпечення	<p>про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-наукової програми викладені в інституційному репозитарії бібліотеки ЗУНУ ім. Л. Каніщенка: http://library.wunu.edu.ua.</p> <p>Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://www.wunu.edu.ua. Вільний доступ через сайт ЗУНУ до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Відповідно до угод ЗУНУ.
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до угод ЗУНУ та угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до нормативно-правових документів.

**Перелік компонент освітньо-наукової програми «Маркетинг»
та їх логічна послідовність**

2.1. Перелік компонент ОНП

Код н/д	Компоненти освітньо-наукової програми (навчальні дисципліни, курсіві проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОНП			
ОК 1	Філософія науки	4	екзамен
ОК 2	Методологія та організація наукових досліджень	4	залік
ОК 3	Педагогіка та психологія вищої школи	4	залік
ОК 4	Іноземна мова у наукових дослідженнях	6	екзамен
ОК 5	Методика виконання дисертаційної роботи (PhD Thesis Prospectus)	5	залік
ОК 6	Емпіричні методи та інформаційно-аналітичні технології в наукових пошуках	5	залік
ОК 7	Новітні теорії і концепції в маркетингу	4	екзамен
ОК 8	Маркетингова стратегія: мультидисциплінарний підхід	4	екзамен
ОК 9	Управління маркетинговою інформацією	4	екзамен
ОК 10	Науково-педагогічна практика	5	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		45	
Загальний обсяг вибіркового компонент:		15	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ		60	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-наукової програми «Маркетинг»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання конкретної наукової задачі певної спеціальності або на її межі з іншими спеціальностями, результати якого становлять оригінальний внесок у розвиток відповідної спеціальності та оприлюднені у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти (наукової установи).
Вимоги до публічного захисту	Відповідно до чинного законодавства України

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-наукової програми «Маркетинг»

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10
ЗК 1	•									•
ЗК 2		•	•							•
ЗК 3		•	•							•
ЗК 4							•			
СК 1					•					•
СК 2				•						•
СК 3						•				•
СК 4					•					•
СК 5									•	•
СК 6							•			•
СК 7								•		•

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-наукової програми «Маркетинг»

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10
РН01	•									•
РН02				•						•
РН03					•					•
РН04						•				•
РН05									•	•
РН06							•			•
РН07								•		•
РН08		•	•							•
РН09					•					•