

1. Профіль освітньо-наукової програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Західноукраїнський національний університет, факультет економіки та управління
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Доктор філософії Доктор філософії з маркетингу
Офіційна назва освітньо-наукової програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, одиничний, 60 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
Наявність акредитації	Планова у 2024 році
Цикл/рівень	НРК України – 9 рівень
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 фахівця зі ступенем доктора філософії в галузі 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 (галузь знань, спеціальність)	Об'єкти вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного

	<p>маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснювати науково-педагогічну діяльність.</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 та технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова програма, з орієнтацією на новітні наукові дослідження у сфері маркетингу та нові тренди маркетингу
Основний фокус освітньої програми	<p>Спеціальна освіта в галузі маркетингу. Наукові дослідження в галузі маркетингу, спрямовані на реалізацію та збагачення особистісно-професійного потенціалу здобувачів.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, соціальна відповідальність маркетингу, комплекс маркетингу, культура споживання, нейромаркетинг, клієнторієнтованість.</p>
Особливості	<p>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.</p>
<p>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	

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.
Подальше навчання	Докторантура за спеціальністю 075 Маркетинг або іншими спорідненими (суміжними) спеціальностями галузі знань 07 Управління та адміністрування.
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 экзамени, 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)	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК3. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК4. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням професійної етики та академічної доброчесності.

<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>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.</p> <p>СК2. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень.</p> <p>СК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій школі.</p> <p>СК5. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p> <p>СК6. Здатність критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>ПРН1. 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.</p> <p>ПРН2. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з</p>

	<p>урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів</p> <p>ПРН3. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновки, належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.</p> <p>ПРН4. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</p> <p>ПРН5. 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.</p> <p>ПРН6. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.</p> <p>ПРН7. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>ПРН8. 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.</p> <p>ПРН9. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.</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 Sopor – 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 навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.wunu.edu.ua містить інформацію 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. Каніщенко: http://library.wunu.edu.ua . 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.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Відповідно до договорів ЗУНУ.
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до договорів ЗУНУ та договорів про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до нормативно-правових документів.

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

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
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 ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		60	

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



4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів освітнього ступеня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи (дисертації).

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері права або на її 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.

Дисертація та її анотація мають бути розміщені на сайті закладу вищої освіти (наукової установи).

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								•		•
СК 8		•								•

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
ПРН1	•									•
ПРН2								•		•
ПРН3					•					•
ПРН4							•			•
ПРН5									•	•
ПРН6						•				•
ПРН7				•						•
ПРН8		•								•
ПРН9			•		•					•