МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОЄКТ

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«Маркетинг»
третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Тернопіль 2021

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

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Західноукраїнський національний університет, кафедра маркетингу.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Доктор філософії Доктор філософії з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, одиничний, 60 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 9 рівень (8 рівень до набрання чинності ЗУ «Про освіту № 2545-VIII від 05.09.2017 року та НРК в редакції Закону № 392-IX від 18.12.2019 р.»)
Передумови	Наявність ступеня магістра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	**www.wunu.edu.ua**
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка докторів філософії з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3 – Характеристика освітньої 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 докторів філософії з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. **Теоретичний зміст предметної області**: суть 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. **Методи, методики та технології наукового пізнання,**

	загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. **Інструменти та обладнання**: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова програма, з орієнтацією на новітні наукові дослідження у сфері маркетингу та нові тренди маркетингу
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта в галузі маркетингу. Наукові дослідження в сфері маркетингу, спрямовані на реалізацію та збагачення особистісно-професійного потенціалу здобувачів. ***Ключові слова***: маркетинг, інтернет-маркетинг, брендинг, маркетингова логістика, управління рекламою, нейромаркетинг, моделювання маркетингу, прогнозування маркетингу, автоматизація маркетингу.
Особливості програми	Навчання, базоване на дослідженнях із застосуванням загальнонаукових і економіко-математичних методів, постановці дослідницьких завдань та їх реалізації під час роботи над дисертацією і дослідницької 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	
Придатність до працевлаштування	Робота на посадах, пов’язаних з науково-дослідною, викладацькою, експертною та прикладною професійною діяльністю у сфері маркетингу. Професії, професійні назви робіт (відповідно до чинної редакції Національного класифікатора України: Класифікатор професій): наукові співробітники; наукові співробітники-консультанти; викладачі закладів освіти; керівник підрозділу маркетингу (директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу)); керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; професіонали у сфері маркетингу
Подальше навчання	Продовження навчання для здобуття наукового ступеня доктора наук.
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, 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 практики, захист дисертаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв’язувати комплексні проблеми в галузі професійної, у тому числі дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність планувати та управляти часом.

(ЗК)	ЗК2. Здатність бути критичним і самокритичним. ЗК3. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
Спеціальні (фахові)компетентності (СК)	СК1. Мати цілісні глибокі знання з теорії і практики маркетингу. СК2. Здатність виявляти актуальні проблеми сучасної теорії маркетингу. СК3. Здатність коректного формулювання мети та структури завдань наукового дослідження в галузі маркетингу. СК4. Здатність проведення наукового пошуку з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в міжнародному науковому середовищі. СК5. Бути здатним здійснити внесок у розвиток сучасної теорії маркетингу на основі критичного аналізу результатів останніх теоретичних досліджень. СК6. Здатність виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень. СК7. Здатність коректного застосування комплексу загальних та спеціальних методів наукових досліджень в галузі маркетингу.
7 – Програмні результати навчання	
	ПРН1. Демонструвати належний рівень знань із , найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ПРН2. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток. ПРН3. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки. ПРН4. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу. ПРН5. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі. ПРН6. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів. ПРН7. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності. ПРН8. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта. ПРН9. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.

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

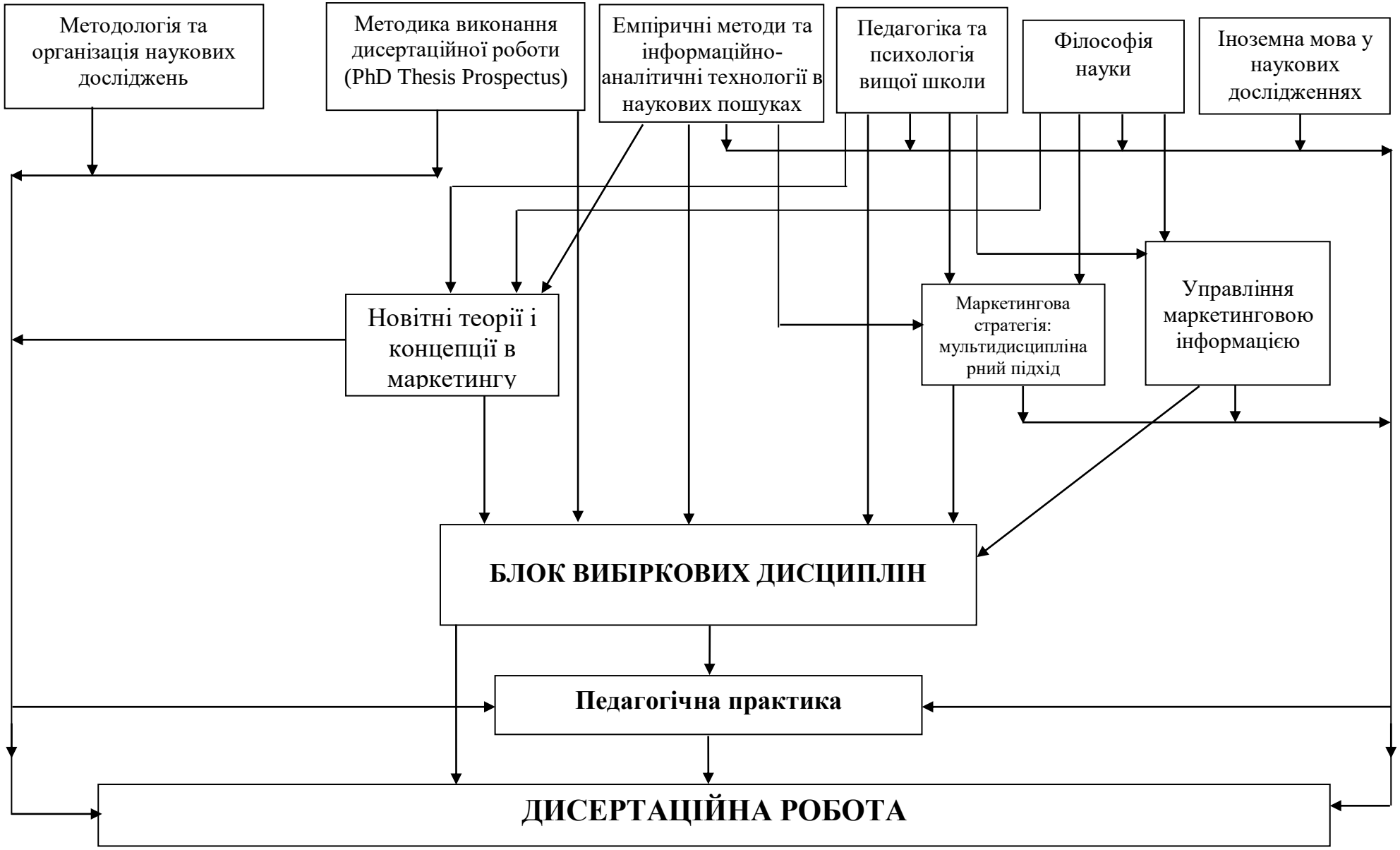
	необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає нормативним вимогам. Комп'ютерні лабораторії, що обладнані наступним устаткуванням: мультимедійний екран Sopur – 1 шт.; проектор Leater LX402U-LCD 1024 x 768 XGA (1 шт.); лазерний принтер Canon i-SENSYS LBP6020; ПК DEPO Race X140S (1шт.); ПК DEPO Neos 260 W7_P64 (11 шт.); монітор 19 Samsung E1920NR (12); ПК Athlon x2 220 2,8 GHr (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. Каніщенка: 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 угод ЗУНУ.
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до угод ЗУНУ та угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до нормативно-правових документів.

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

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	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)	4	залік
ОК 6	Емпіричні методи та інформаційно-аналітичні технології в наукових пошуках	6	залік
ОК 7	Новітні теорії і концепції в маркетингу	5	екзамен
ОК 8	Маркетингова стратегія: мультидисциплінарний підхід	5	екзамен
ОК 9	Управління маркетинговою інформацією	5	екзамен
ОК 10	Педагогічна практика	2	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**45**	
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**15**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**60**	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми «Маркетинг»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів освітнього ступеня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертаційної роботи.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері психології або на її межі з іншими спеціальностями, й передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

Дисертаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації.

Дисертаційна робота та її автореферат мають бути розміщені на сайті закладу вищої освіти (наукової установи).

Дисертаційна робота має відповідати іншим вимогам, встановленим законодавством.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої 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		●	●							●
СК 1					●					●
СК 2				●						●
СК 3						●				●
СК 4					●					●
СК 5									●	●
СК 6							●			●
СК 7								●		●

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

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10
ПРН 1	●									●
ПРН 2				●						●
ПРН 3					●					●
ПРН 4						●				●
ПРН 5									●	●
ПРН 6							●			●
ПРН 7								●		●
ПРН 8		●	●							●
ПРН 9					●					●