

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ "ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА"

ЗАТВЕРДЖЕНО



Вченою радою

протокол від "22" серпня 2021 року № 2

Голова вченої ради _____ Г.О. Оборський

Освітня програма вводиться в дію з _____ 2021.

починає від "22" серпня 2021 року № 42/1

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти
(назва рівня вищої освіти)

ДОКТОР ФІЛОСОФІЇ
(назва ступеня, що присвоюється)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 МАРКЕТИНГ
(код та найменування спеціальності)

ОДЕСА – 2021

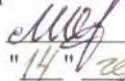
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація	-
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Ступінь	Доктор філософії
Професійна кваліфікація	2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів; 2441.1 Науковий співробітник (економіка); 2433.1 Науковий співробітник (інформаційна аналітика); 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); 2447.1 Науковий співробітник (проекти та програми у сфері матеріального та нематеріального виробництва); 2414.1 Науковий співробітник (фінансово-економічна безпека підприємств, установ та організацій) Відповідні посади в системі державного або регіонального управління, на підприємствах різної форми власності.

РОЗРОБЛЕНО

Робочою групою освітньо-наукової програми

Гарант освітньо-наукової програми

 М.А. Окландер
"14" серпня 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної та
виховної роботи

 С.А. Нестеренко
"14" серпня 2021 р.

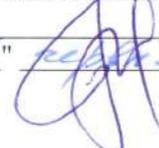
ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної та
інформаційних технологій

 Ю.М. Свінар'ов
"17" серпня 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Начальник центру із забезпечення
якості вищої освіти

 О.С. Савельєва
"16" серпня 2021 р.

I - Преамбула

Освітньо-наукова програма з спеціальності 075 «Маркетинг» розроблена робочою групою за третім (освітньо-науковим) рівнем навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та інформаційних тимчасово до введення в дію стандарту вищої освіти з спеціальності.

ВНЕСЕНО

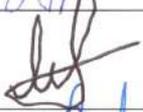
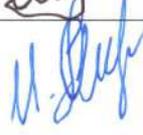
Кафедрою маркетингу

В розробці освітньо-наукової програми брали участь здобувачі вищої освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем з спеціальності 075 «Маркетинг»:

Кудіна Алевтина Володимирівна (2017 р. вступу).

Кофман Вікторія Юріївна (2019 р. вступу).

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів

Назва організації, підприємства тощо	Посада, наукова ступінь та вчене звання,	ПІБ	Підпис	Дата
ТОВ «Телекомунікаційні технології»	Комерційний директор	Артюшенко Віктор Іванович		14.06.21
ТОВ «ДК ОДЕКОМ ДЕВЕЛОПМЕНТ»	Керівник відділу маркетингу	Левковській Олег Анатолійович		14.06.21
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ	Завідувач кафедри менеджменту і маркетингу, д.е.н., професор	Ажаман Ірина Анатоліївна		15.06.21

1. ВСТУП

Відповідно до ст. 1 "Основні терміни та їх визначення" Закону України "Про вищу освіту": освітня (освітньо-професійна, освітньо-наукова) програма – єдиний комплекс освітніх компонентів (навчальних дисциплін, індивідуальних завдань, практик, контрольних заходів тощо), спрямованих на досягнення передбачених такою програмою результатів навчання, що дає право на отримання визначеної освітньої або освітньої та професійної (професійних) кваліфікації (кваліфікацій).

Освітня програма повинна містити: перелік освітніх компонентів; їх логічну послідовність; вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою; кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти.

Освітня програма використовується під час:

- розроблення навчального плану, робочих програм навчальних дисциплін і програм практик;
- розроблення засобів оцінювання (ідентифікація компетентностей та вимірювання результатів навчання) якості вищої освіти;
- внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки здобувачів;
- атестації здобувачів;
- акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю (спеціалізації за наявності);
- визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- професійної орієнтації здобувачів спеціальності.

Освітня програма враховує вимоги Закону України "Про вищу освіту", Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 (у редакції від 02.07.2020 р.) і встановлює: обсяг та термін навчання докторів філософії; загальні компетентності; спеціальні компетентності; програмні результати навчання; перелік та обсяг освітніх компонентів для опанування компетентностей освітньої програми.

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі вищої освіти третього рівня, які навчаються в Державному університеті «Одеська політехніка»;
- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку з спеціальності 075 «Маркетинг»;
- екзаменаційна комісія спеціальності 075 «Маркетинг»;
- приймальна комісія Державного університету «Одеська політехніка».

Освітня програма поширюється на випускову кафедру маркетингу для підготовки здобувачів 075 «Маркетинг» Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій (ІБЕІТ).

Примітка: Якщо здобувач ОНП за третім (освітньо-науковим) рівнем з спеціальності 075 «Маркетинг» має бажання скористатися можливістю академічної мобільності в рамках договорів з університетами партнерами (з супроводом структурних підрозділів – Українсько-німецького навчально-наукового інституту (УНІ), Українсько-іспанського навчально-наукового інституту (УІІ), Українсько-польського навчально-наукового інституту (УПІ)), то для забезпечення можливості навчання в університетах партнерах, аспірант має володіти мовними компетентностями відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти.

2. НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

2.1 Закон України «Про вищу освіту». <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2.2 Закон України «Про освіту». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

2.3 Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 (в редакції 02.07.2020). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-p>.

2.4 Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 266 "Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти" (редакція від 11.02.2017 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF/conv>.

2.5 Постанова КМУ № 579 "Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність" від 12 серпня 2015 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/579-2015-%D0%BF>.

2.6 Постанова Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» (редакція від 19.04.2019 р.). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/261-2016-%D0%BF#n2> (Примітка: виключно для освітньо-наукових програм за третім (освітньо-науковим) рівнем).

2.7 Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010", затверджений наказом Держспоживстандарту від 28.07.2010 р. (редакція від 18.08.2020 р.). <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10/ed20150301>

2.8 Положення про організацію освітнього процесу в ОНПУ. Введено в дію наказом ректора від 03 жовтня 2019 р. № 34. <https://op.edu.ua/document/2492>

2.9 Наказ Міністерства освіти і науки України від «01» червня 2016 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 01.10.2019 р. № 1254) «Про внесення змін до методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти». http://edumns.org.ua/img/news/8635/NakMON_1254_19.pdf.

2.10 A Tuning Guide to Formulating Degree Programme Profiles Including Programme Competences and Programme Learning Outcomes. -Bilbao, Groningen and The Hague, 2010.

2.11 OECD (2011), "Tuning-AHELO Conceptual Framework of Expected and Desired Learning Outcomes in Economics", OECD Education Working Papers, No. 59, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5kghtchwb3nn-en>

2.12 Reference Points for the Design and Delivery of Degree Programmes in Business. Publicaciones de la Universidad de Deusto Apartado 1 – 48080 Bilbao, 2009. <https://www.unideusto.org/tuningeu/publications/253-reference-points-for-the-design-and-delivery-of-degree-programmes-in-business.html>

2.13 Процедура з розроблення освітніх програм. Введено в дію наказом ректора від 6 березня 2020 р. № 23. <https://op.edu.ua/document/3355>

2.14 Положення про порядок організації вивчення вибіркового освітнього компонентів. Введено в дію наказом ректора від 6 березня 2020 р. № 24. <https://op.edu.ua/document/3354>

2.15 Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності Одеського національного політехнічного університету. Введено в дію наказом ректора від 31 жовтня 2019 р. № 54. <https://op.edu.ua/document/2545>

2.16 Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність (нова редакція). Введено в дію наказом ректора від 3 жовтня 2019 № 37. <https://op.edu.ua/document/2501>

2.17 Наказ Міністерства праці та соціальної політики України «Про затвердження Випуску 1 "Професії працівників, що є загальними для всіх видів економічної діяльності" Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників» від 29.12.2004 N 336 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show>.

3. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ДОКТОР ФІЛОСОФІЇ

	Загальна інформація
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Ступінь, що присуджується	Доктор філософії
Назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	075 Маркетинг
Наявність акредитації	Відсутня
Документ про вищу освіту, що видається випускникам	Диплом доктора філософії Додаток до диплома доктора філософії європейського зразка
Передумови	Наявність ступеня магістра; ОКР «спеціаліст».
Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття освіти	На базі другого рівня з терміном навчання 4 роки; обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми – 45 кредитів ЄКТС
Термін дії освітньої програми	2021-2025 рр.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – третій цикл, QF-LLL – 8 рівень, НРК – 8 рівень
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Кваліфікація освітня	Доктор філософії з маркетингу
Кваліфікація, що присвоюється випускникам	Ступінь вищої освіти – Доктор філософії Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг
Мова (и) викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://op.edu.ua/education/programs/phd-075-0
A	Мета освітньої програми
	Забезпечити підготовку висококваліфікованих фахівців ступеня доктора філософії в галузі знань «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг», здатних розв'язувати комплексні проблеми, проводити оригінальні самостійні наукові дослідження та здійснювати науково-педагогічну діяльність; розвинути в аспірантів дослідницькі навички високого рівня в предметній сфері та підтримувати їх у виконанні оригінальних наукових досліджень, які спрямовані на отримання нових наукових знань; забезпечити набуття аспірантами компетентностей, необхідних для підготовки та захисту дисертації.
B	Характеристика програми
Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none"> Об'єкт вивчення: 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

	<p>глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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. • <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Фокус освітньої програми	Наукові дослідження в межах омніканальної парадигми та крос-функціональної взаємодії маркетингу в секторах національної економіки з акцентом на використанні комп'ютерних моделей, математико-статистичних методів і цифрових технологій дослідження ринку, що спрямовані на розроблення нової теоретико-методологічної бази та практичних рекомендацій для застосування у сфері управління та адміністрування.
Орієнтація програми	Освітньо-наукова
Особливості та відмінності	<p>Особливістю програми є підготовка наукових кадрів на основі системи класичних та цифрових інструментів маркетингу в межах крос-функціональної взаємодії з іншими сферами галузі знань «Управління та адміністрування».</p> <p>Високий рівень дослідницької частини підготовки забезпечується напрацюваннями потужної наукової школи з маркетингової та логістичної діяльності підприємств на чолі з завідувачем кафедри маркетингу, професором, доктором економічних наук, заступником голови підкомісії «Маркетинг» Науково-методичної комісії з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, віце-президентом Української асоціації маркетингу, академіком Академії економічних наук України, членом міжвідомчої робочої групи з розроблення нової системи пріоритетних напрямів розвитку наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності (Наказ Міністерства освіти і науки України від 15.02.2021 р. № 196) Окландером М.А., розвиненою співпрацею в науковій і освітній сферах, наявністю спеціалізованих лабораторій.</p> <p>Члени проектної групи та залучені до професійної і наукової підготовки мають значний досвід науково-педагогічної діяльності, виконання науково-дослідних робіт.</p>
С	Придатність до працевлаштування та подальшого навчання
Придатність до працевлаштування	<p>Фахівець може займати первинні посади (за ДК 003:2010):</p> <p>2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів;</p> <p>2441.1 Науковий співробітник (економіка);</p> <p>2433.1 Науковий співробітник (інформаційна аналітика);</p> <p>2419.1 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);</p>

	<p>2447.1 Науковий співробітник (проекти та програми у сфері матеріального та нематеріального виробництва);</p> <p>2414.1 Науковий співробітник (фінансово-економічна безпека підприємств, установ та організацій);</p> <p>Відповідні посади в системі державного або регіонального управління, на підприємствах різної форми власності. Самостійне працевлаштування.</p>
Академічні права випускників	Можливе подальше продовження освіти за науковою програмою доктора наук.
D	Стиль та методика навчання
Підходи до викладання та навчання	<p>Проблемно-орієнтоване навчання з набуттям загальних та спеціальних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі.</p> <p>Оволодіння методологією наукової роботи, навичками презентації її результатів рідною та іноземною мовами.</p> <p>Отримання навичок науково-педагогічної роботи у вищій школі.</p> <p>Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів.</p> <p>Наукове керівництво, підтримка і консультування при підготовці дисертаційної роботи.</p>
Система оцінювання	<p>Державна атестація у формі поточного контролю, есе, презентацій, екзаменів.</p> <p>Проміжний контроль у формі щорічного звіту відповідно до індивідуального плану.</p> <p>Апробація результатів досліджень на наукових конференціях.</p> <p>Публікація результатів досліджень у фахових наукових виданнях (не менше однієї – у виданні, що входять до науково метричних баз).</p> <p>Публічний захист дисертації у спеціалізованій вченій раді.</p>
E	Програмні компетентності
Інтегральна компетентність	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.
Загальні:	<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>
Спеціальні:	<p>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямів 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 англомовних 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 навчальній діяльності.</p> <p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p>

	<p>СК05. Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень.</p>
F	Програмні результати 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 нефахівцями 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>РН04. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</p> <p>РН05. Представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень, результати яких 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>РН06. 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>РН07. 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>
G	Ресурсне забезпечення реалізації програми
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	<p>Проектна група: 3 доктори економічних наук.</p> <p>Гарант освітньої програми (керівник проектної групи): завідувач кафедри маркетингу, професор, доктор економічних наук Окландер М.А. є заступником голови підкомісії «Маркетинг» Науково-методичної комісії з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, віце-президентом Української асоціації маркетингу, академіком Академії економічних наук України.</p> <p>Окландер М.А. є членом міжвідомчої робочої групи з розроблення нової системи пріоритетних напрямів розвитку наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності (Наказ Міністерства освіти і науки України від</p>

	<p>15.02.2021 р. № 196), членом спеціалізованої вченої ради Д 41.052.10 із захисту дисертацій за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (075 «Маркетинг»), керівником кафедральних науково-дослідних робіт. Під його керівництвом захищено 5 дисертацій на здобуття ступеню доктора економічних наук, 6 дисертацій на здобуття ступеню кандидата економічних наук.</p> <p>Члени проектної групи д.е.н., професор Яшкіна О.І, д.е.н., доцент Чукурна О.П. мають значний досвід наукової та педагогічної діяльності.</p> <p>Всі науково-педагогічні працівники задіяні у викладанні професійно-орієнтованих дисциплін є штатними співробітниками, мають наукові ступені та вчені звання, високий рівень наукової і професійної активності.</p>
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	<p>Використання сучасного обладнання, зокрема https://op.edu.ua/about/reports#11</p>
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	<p>Використання віртуального навчального середовища Державного університету «Одеська політехніка» та авторських розробок професорсько-викладацького складу. https://op.edu.ua/library https://el.opu.ua</p>
Н	Академічна мобільність
Нормативно-правові акти	<p>Академічна мобільність регламентується Постановою КМУ № 579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12 серпня 2015 року та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність (нова редакція). (Введено в дію наказом ректора від 3 жовтня 2019 №37). https://op.edu.ua/document/2501</p>
Національна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між Державним університетом «Одеська політехніка» та університетами України</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>У рамках програм ЄС Еразмус на основі спільних договорів між Державним університетом «Одеська політехніка» та університетами партнерами.</p>
І	Навчання іноземних здобувачів
Умови	<p>На загальних умовах та вивчені освітнього компоненту «Українська мова як іноземна»</p>

4. ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

4.1 Розподіл змісту освітньо-наукової програми за групами освітніх компонентів та циклами підготовки

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти ОП (обов'язкова частина за НП)	Вибіркові компоненти ОП (вибіркова частина за НП)	Всього за весь термін навчання
1	Навчальні дисципліни загальної підготовки	21,0/46,7	-/-	21,0/46,7
2	Навчальні дисципліни професійної підготовки	12,0/26,6	12,0/26,7	24,0/53,3
3	Курсові проекти	-/-	Немає	-/-
4	Практична підготовка	-/-	Немає	-/-
5	Атестація	-/-	Немає	-/-
6	Всього за весь термін навчання: доктор філософії за ОНП	33,0/73,3	12,0/26,7	45/100

4.2 Перелік компонент освітньо-наукової програми

Код н/д	Компоненти освітньої складової	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1 ОBOB'ЯЗKOBA ЧАСТИНА			
1.1 ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНО-НАУКОВОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>Цикл дисциплін, що формують загальнонаукові компетентності та універсальні навички дослідника</i>			
ОЗ 01	ІНОЗЕМНА (АНГЛІЙСЬКА, НІМЕЦЬКА, ІСПАНЬСКА) МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ	7,0	3, E
ОЗ 02	ПСИХОЛОГІЯ ТА ПЕДАГОГІКА ВИЩОЇ ШКОЛИ	4,0	E
ОЗ 03	ФІЛОСОФІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	4,0	E
ОЗ 04	УПРАВЛІННЯ НАУКОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	6,0	E
1.2 ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОП 01	КОМП'ЮТЕРНІ МОДЕЛІ І ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В МАРКЕТИНГУ	4	E
ОП 02	СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ	4	E
ОП 03	ОМНІКАНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ	4	E
ОП 01	ПЕДАГОГІЧНА ПРАКТИКА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ**		3
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		кредитів / %	
		33 /	
2 ВИБІРKOBA ЧАСТИНА			
2.1 ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ВП 01	МОДЕЛІ І МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ В СЕКТОРАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	4	E
ВП 02	МАРКЕТИНГ В СЕКТОРАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	4	E
ВП 03	МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ, ПРОГРАМАМИ ТА ПОРТФЕЛЯМИ ПРОЕКТІВ	4	E
ВП 04	КРОС-ФУНКЦІОНАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ	4	E
ВП 05	ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	4	E
ВП 06	МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ	4	E

Загальний обсяг вибірових компонент		кредитів / %	
		12 (33)	
ВЗ 01	УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ІНОЗЕМНА***	7	3, 3
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		45	

Примітка: Згідно із Законом України “Про вищу освіту” здобувачі вищої освіти мають право на: вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. При цьому здобувачі певного рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням з керівником відповідного факультету чи підрозділу.

* англійська, німецька, іспанська

** аспіранти проходять педагогічну практику за професійним спрямуванням в обсязі 50 годин

*** вивчається тільки іноземними аспірантами

**** аспіранти обирають дисципліни спеціальної підготовки з вибіркової частини загальним обсягом 12,0 кредитів ЄКТС за погодженням з науковим керівником. Аспірант може обрати навчальну дисципліну (дисципліни) з навчальних планів для інших рівнів освіти.

4.3. Структурно-логічна схема ОНП

1 семестр – 21	2 семестр – 21	3 семестр – 3	4 семестр
Іноземна (Англійська, Німецька, Іспанська) мова за проф. спрямуванням (2,0)	Іноземна (Англійська, Німецька, Іспанська) мова за проф. спрямуванням (2,0)	Іноземна (Англійська, Німецька, Іспанська) мова за проф. спрямуванням (3,0)	Педагогічна практика за професійним спрямуванням
Психологія та педагогіка вищої школи (4,0)	Управління науковою діяльністю (3,0)		
Філософія та методологія наукових досліджень (4,0)	Оmnіканальний маркетинг (4,0)		
Управління науковою діяльністю (3,0)	Моделі і методи прийняття інвестиційних рішень в секторах національної економіки **** (4,0)		
Комп'ютерні моделі та програмне забезпечення в маркетингу (4,0)	Маркетинг в секторах національної економіки**** (4,0)		
Соціально-етичний маркетинг (4,0)	Методологія управління проектами, програмами та портфелями проектів **** (4,0)		
	Крос-функціональна взаємодія маркетингу і логістики**** (4,0)		
	Інформаційно-аналітичне забезпечення економічних досліджень **** (4,0)		
	Методологія дослідження ринку**** (4,0)		
Українська мова як іноземна 4,0	Українська мова як іноземна 3,0		
ОБОВ'ЯЗКОВА ЧАСТИНА		ВИБІРКОВА ЧАСТИНА	
Дисципліни загально-наукової підготовки (21,0)	Дисципліни професійної підготовки (12,0)	Дисципліни, що вивчаються тільки іноземними аспірантами (10)	Дисципліни професійної підготовки (12,0)

**** аспіранти обирають дисципліни спеціальної підготовки з вибіркової частини загальним обсягом 12,0 кредитів ЄКТС за погодженням з науковим керівником. Аспірант може обрати навчальну дисципліну (дисципліни) з навчальних планів для інших рівнів освіти.

5.1. Матриці співвідношення компетентностей до освітніх компонентів ОНП

Шифри освітніх компонент	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності			Спеціальні компетентності						
		ЗК01	ЗК02	ЗК03	СК01	СК02	СК03	СК04	СК05	СК06	СК07
1 ОBOB'ЯЗKOBA ЧАСТИНА											
1.1 ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНО-НАУКОВОЇ ПІДГОТОВКИ											
ОЗ 01	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
ОЗ 02	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОЗ 03	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОЗ 04	+	+	+	+	+		+			+	+
1.2 ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ											
ОП 01	+	+	+		+		+			+	+
ОП 02	+	+	+		+		+			+	+
ОП 03	+	+	+		+		+			+	+
ПЕДАГОГІЧНА ПРАКТИКА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ											
ОП 01	+	+	+			+		+	+	+	
2 ВИБІРKOBA ЧАСТИНА											
2.1 ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ											
ВП 01	+	+	+		+		+			+	+
ВП 02	+	+	+	+	+		+			+	+
ВП 03	+	+	+		+		+			+	+
ВП 04	+	+	+		+		+			+	+
ВП 05	+	+	+		+		+			+	+
ВП 06	+	+	+		+		+			+	+
ВЗ 01	+	+	+	+		+	+	+	+	+	

5.2 Матриці співвідношення програмних результатів навчання до програмних компетентностей

Результати навчання	Компетентності									
	Інтегральна компетентність									
	Загальні компетентності			Спеціальні (фахові) компетентності						
	ЗК01	ЗК02	ЗК03	СК01	СК02	СК03	СК04	СК05	СК06	СК07
PH01	+	+	+	+		+			+	+
PH02	+	+	+		+	+	+	+	+	
PH03	+	+		+		+			+	+
PH04	+	+	+	+		+	+	+	+	+
PH05	+	+			+		+	+	+	
PH06	+	+		+		+			+	+
PH07	+	+		+		+			+	+

5.3. Матриця співвідношення програмних результатів навчання до освітніх компонент

Програмні результати навчання	Шифри освітніх компонент ОНП (обов'язкові)														
	О3 01	О3 02	О3 03	О3 04	ОП 01	ОП 02	ОП 03	ОП 01	ВП 01	ВП 02	ВП 03	ВП 04	ВП 05	ВП 06	В3 01
PH 01				+					+	+	+	+			
PH 02	+												+	+	+
PH 03					+										
PH 04		+	+						+						
PH 05		+						+					+	+	
PH 06						+	+		+	+	+	+			
PH 07			+							+			+	+	

6 ВИМОГИ ДО РІВНЯ НАУКОВОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗДОБУВАЧА

6.1 Здобувач повинен підготувати дисертацію, опублікувати основні наукові результати у наукових публікаціях, набути теоретичні знання, уміння, навички та відповідні компетентності в результаті засвоєння наукової складової освітньо-наукової програми доктора філософії.

6.2 Дисертація виконується здобувачем особисто, повинна містити наукові положення, нові науково обґрунтовані теоретичні та/або експериментальні результати проведених здобувачем досліджень, що мають істотне значення для галузі знань та підтверджуються документами, які засвідчують проведення таких досліджень, а також свідчити про особистий внесок здобувача в науку та характеризуватися єдністю змісту.

6.3 Основні наукові результати дисертації повинні бути висвітлені не менше ніж у трьох наукових публікаціях, які розкривають основний зміст дисертації. До таких наукових публікацій зараховуються:

- не менше однієї статті у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу, з наукового напрямку, за яким підготовлено дисертацію здобувача;

- статті у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України (замість однієї статті може бути зараховано монографію або розділ монографії, опублікованої у співавторстві).

Наукова публікація у виданні, віднесеному до першого – третього кuartилів (Q 1 - Q 3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports, прирівнюється до двох публікацій, які зараховуються відповідно до першого пункту.

Наукові публікації зараховуються за темою дисертації з дотриманням таких умов:

- обґрунтування отриманих наукових результатів відповідно до мети статті (поставленого завдання) та висновків;

- опублікування статей у наукових фахових виданнях, які на дату їх опублікування внесені до переліку наукових фахових видань України, затвердженого в установленому законодавством порядку;

- опублікування статей у наукових періодичних виданнях інших держав з наукового напрямку, за яким підготовлено дисертацію здобувача, за умови повноти викладу матеріалів дисертації, що визначається радою;

- опублікування не більше ніж однієї статті в одному випуску (номері) наукового видання.

7 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

Атестація докторів філософії спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи (дисертації) та завершується видачою документів встановленого зразка про присудження йому ступеня доктора філософії – диплома доктора філософії.

Форма атестації	Публічний захист дисертаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	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. Дисертаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертаційна робота та її автореферат мають бути розміщені на сайті закладу вищої освіти. Дисертаційна робота має відповідати іншим вимогам, встановленим законодавством.
Вимоги до публічного захисту	Вимоги щодо процедури та особливих умов проведення публічного захисту визначаються згідно Постанови КМУ від 9 червня 2021 р. № 608 «Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 27 липня 2016 р. № 567 і від 6 березня 2019 р. № 167». Публічний захист дисертації проводиться на засіданні ради. Захист дисертації повинен мати характер відкритої наукової дискусії, в якій зобов'язані взяти участь голова та члени ради, а також за бажанням присутні на засіданні. Під час захисту відповідно до законодавства радою забезпечується аудіофіксація (запис фонограми) та відеофіксація. Запис (звукозапис, відеозапис) такого засідання ради оприлюднюється на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти не пізніше наступного робочого дня з дати проведення засідання та зберігається на відповідному веб-сайті не менше трьох місяців з дати набрання чинності наказом закладу вищої освіти про видачу здобувачеві диплома доктора філософії.

8 Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Державного університету «Одеська політехніка» складається з таких процедур і заходів, передбачених законом «Про вищу освіту»:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності затверджено Вченою радою, протокол від 29.10.2019 р. № 3 та введено в дію наказом ректора від 31.10.2019 р. № 54.

Інформаційний додаток до ОП – Співвідношення компетентностей, результатів навчання до вибірових освітніх компонентів

Шифр вибіркової ОК	Назва вибіркової ОК	Компетентності	Результати навчання
ВП01	МОДЕЛІ І МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ В СЕКТОРАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	<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>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямів і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	<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>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>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямів і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та</p>	<p>РН04. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</p>

		<p>навчальній діяльності. СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень.</p>	
		<p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	<p>РН06. 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>
ВП02	МАРКЕТИНГ В СЕКТОРАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	<p>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 СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії 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>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>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	
		<p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії 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>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	<p>РН06. 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>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних</p>	<p>РН07. 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>

		галузей. СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень	
ВП03	МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ, ПРОГРАМАМИ ТА ПОРТФЕЛЯМИ ПРОЕКТІВ	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 СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності. СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень	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.
		ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних	РН06. 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>напрямах і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	
ВП04	КРОС- ФУНКЦІОНАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ	<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>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямах і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</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>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють</p>	РН06. Демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних

		<p>нові знання у теорії 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>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	і прикладних результатів.
ВП05	ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	<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>СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних 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 навчальній діяльності.</p> <p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК05. Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень</p>	РН02. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефаківцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відобразити результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.
		<p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з</p>	РН04. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових

		<p>різних джерел. ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	<p>досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці. комунікативні технології</p>
		<p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів</p>	<p>РН07. 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>

		маркетингу на основі прикладних досліджень	
ВП06	МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ	<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>СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних 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 навчальній діяльності.</p> <p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК05. Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень</p>	<p>РН02. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями 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>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>СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямів і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності</p> <p>СК04. Здатність здійснювати</p>	<p>РН04. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці. комунікативні технології</p>

		<p>науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	
		<p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень</p>	<p>РН07. 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>