

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою університету

Голова Вченої ради
_____ Геннадій ПІВНЯК
«__» _____ 20__ р.,
протокол № _____

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ
«Маркетинг»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	D Бізнес, адміністрування та право
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	D5 Маркетинг
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Третій (освітньо-науковий)
СТУПІНЬ	Доктор філософії
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	Доктор філософії з маркетингу

Уводиться в дію з 01.09.2026р.

Ректор
_____ Олександр АЗЮКОВСЬКИЙ

Наказ від _____ № _____

Дніпро
НТУ «ДП»
2026

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ

Центр моніторингу знань та тестування
протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Директор _____ М.М. Одновол
(підпис) (ініціали, прізвище)

Відділ внутрішнього забезпечення якості вищої освіти
протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Начальник відділу _____ Т.В. Маматова
(підпис) (ініціали, прізвище)

Навчально-методичний відділ
протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Начальник відділу _____ Ю.О. Заболотна
(підпис) (ініціали, прізвище)

Відділ аспірантури та докторантури

Начальник відділу _____ Л.О. Колісник
(підпис) (ініціали, прізвище)

Науково-методична комісія спеціальності _____
Протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Голова науково-методичної комісії спеціальності _____

(підпис) (ініціали, прізвище)

Гарант освітньої програми _____ О.Ю.Красовська
(підпис) (ініціали, прізвище)

Кафедра _____
Протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри _____ Т.В. Куваєва
(підпис) (ініціали, прізвище)

Декан фінансово-економічного факультету _____ К.П. Пілова
(підпис) (ініціали, прізвище)

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Красовська Олена Юріївна, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу – гарант освітньої програми, керівник робочої групи;
2. Куваєва Тетяна Володимирівна, к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу – член робочої групи;
3. Бойченко Микола Вікторович, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту – член робочої групи;
4. Пілова Катерина Петрівна, к.е.н., доцент, декан фінансово-економічного факультету – член робочої групи;
5. Шинкаренко Наталія Валентинівна, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу – член робочої групи;

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1.ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ.....	5
2. ОBOB'ЯЗКОВІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	10
3. НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРА ФІЛОСОФІЇ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	11
4. РОЗПОДІЛ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМИ КОМПОНЕНТАМИ.....	13
5. РОЗПОДІЛ ОБСЯГУ ПРОГРАМИ ЗА ОСВІТНІМИ КОМПОНЕНТАМИ	15
6. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА	16
7. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ.....	17
8. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ.....	18

ВСТУП

Освітньо-наукова програма розроблена на основі Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.

Освітньо-освітньо-наукова програма використовується під час:

- ліцензування спеціальності та акредитації освітньої програми;
- складання навчальних планів;
- формування робочих програм навчальних дисциплін, силабусів, програм практик, індивідуальних завдань;
- формування індивідуальних навчальних планів здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії;
- розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;
- атестації докторів філософії за спеціальністю D5 Маркетинг;
- визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;
- професійної орієнтації здобувачів;
- зовнішнього контролю якості підготовки фахівців.

Користувачі освітньо-наукової програми:

- здобувачі освітньо-наукового рівня, які навчаються в НТУ «Дніпровська політехніка»;
- викладачі НТУ «Дніпровська політехніка», які здійснюють підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії за спеціальністю D5 Маркетинг;
- приймальна комісія НТУ «Дніпровська політехніка».

Освітньо-наукова програма поширюється на кафедри університету, які беруть участь у підготовці фахівців ступеня доктора філософії за спеціальністю D5 Маркетинг.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1.1 Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та навчально-науковий інститут (факультет)	Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» Відділ аспірантури та докторантури Навчально-науковий інститут економіки Фінансово-економічний факультет Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Доктор філософії Доктор філософії з маркетингу
Офіційна назва	Маркетинг

освітньої програми	
Форма здобуття вищої освіти	Очна (денна), заочна
Обсяг освітньої програми	60 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
Наявність акредитації	Акредитація програми не проводилася
Цикл/рівень	QF-ЕНЕА – третій цикл, EQF-LLL – 8 рівень, НРК України – 8 рівень
Передумови	Для здобуття ступеня доктора філософії можуть вступати особи, які здобули другий рівень вищої освіти та мають освітній ступінь магістра або спеціаліста. Особливості вступу на освітню програму визначаються Правилами прийому до Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», що затверджені Вченою радою
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Термін не може перевищувати 4 роки та/або період акредитації. Допускається коригування відповідно до змін нормативної бази вищої освіти
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Освітні програми НТУ «ДП»: https://www.nmu.org.ua/ua/content/infrastructure/structural_divisions/science_met_dep/educational_programs/ Сайт кафедри https://mk.nmu.org.ua/ua/

1.2 Мета освітньої програми

Підготовка науковців, дослідників, професіоналів та експертів, здатних вирішувати комплексні проблеми, продукувати нові ідеї та займатися професійною та/або дослідницько-інноваційною діяльністю в сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження теоретичного та практичного значення, спрямовані на формування відкритого динамічного середовища з метою розвитку свідомого суспільства за рахунок ресурсних, технологічних та суспільних змін на принципах відповідальності, віри та незалежності

1.3 Характеристика освітньої програми

Предметна область	<p>D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: - сучасні маркетингові концепції управління бізнесом;</p>
-------------------	--

	<p>- понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови;</p> <p>- специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків;</p> <p>- зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології:</p> <p>- загальнонаукові та спеціальні методи;</p> <p>- професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності;</p> <p>- методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.</p> <p>Інструменти та обладнання:</p> <p>сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова, академічна. Спрямована на формування та розвиток компетентностей фахівців для провадження науково-дослідницької, професійної та інноваційної діяльності в сфері маркетингу, використання сучасних технологій маркетингу та маркетингових концепцій управління бізнесом в умовах сталого розвитку.
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта в галузі D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг. Формування теоретичних та практичних навичок розв'язання комплексних проблем і та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу з врахуванням сучасних тенденцій сталого розвитку. Ключові слова: маркетингові концепції управління бізнесом, промисловий маркетинг, стратегії, брендинг, цифрові технології, інновації, сталий розвиток
Особливість і програми	Освітньо-наукова програма сконцентрована на формування здатності до інноваційно-дослідницької діяльності та нестандартних підходів до реалізації й втілення маркетингових концепцій управління організаціями, технологій брендингу в маркетингових стратегіях промислових підприємств, установ та організацій з врахуванням цілей сталого розвитку. Освітній процес передбачає проведення інтерактивних занять, виконання індивідуальних та групових проєктів на засадах PBL (Project Based Learning), презентацію та обговорення результатів досліджень в форматі «круглого столу» та фокус-груп з провідними науковцями та практиками в сфері маркетингової діяльності, участь у міжнародних проєктах, науково-практичних конференціях та інших наукових заходах на міжнародному, державному та регіональному рівнях
1.4 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, дослідників тощо в установах та організаціях відповідно до Класифікатора професій Національного Класифікатора України. Працевлаштування за ДК 003:2010: 2310 Викладачі закладів вищої освіти 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)

	2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
1.5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання на основі досліджень, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання. Навчання у середовищах Microsoft 365, MOODLE, інтерактивні лекції з використанням електронних засобів навчання, проблемних семінарів, навчальних дискусій-дебатів, кейс-стаді, фокус-груп, мозкового штурму, проєктного навчання, тренінгів, майстер-класів, воркшопів. Передбачено самостійну роботу з можливістю офлайн та онлайн-консультацій з викладачами, індивідуальні заняття, проходження викладацької практики (з виконанням навчальної, методичної, наукової та організаційної роботи) та участь в освітньому процесі як асистента викладача
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за рейтинговою шкалою (прохідні бали 60...100) та за інституційною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»), що використовується для конвертації оцінок здобувачів вищої освіти.</p> <p>Поточний контроль здійснюється шляхом оцінки на заняттях, підготовлених наукових статей, виступів на наукових конференціях та інших публічних заходах.</p> <p>Оцінювання включає весь спектр контрольних процедур у залежності від компетентнісних характеристик (знання, уміння/навички, комунікація, відповідальність і автономія) результатів навчання, досягнення яких контролюється.</p> <p>Результати навчання здобувача вищої освіти, що відображають досягнутий ним рівень компетентностей відносно очікуваних, ідентифікуються та вимірюються під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що корелюються з дескрипторами Національної рамки кваліфікацій і характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.</p> <p>Підсумковий контроль з навчальних дисциплін здійснюється у формі диференційованого заліку (за результатами поточного контролю) або екзамену (за результатами виконання комплексної контрольної роботи або/та усних відповідей).</p> <p>Оцінювання результатів проводиться відповідно до Положення університету про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.</p>
Форма випускної атестації	<p>Атестація здобувачів освітнього ступеня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.</p> <p>Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері маркетингу або на її межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, становлять оригінальний внесок у теорію маркетингу та оприлюднені у рецензованих наукових виданнях. Мінімальний обсяг основного тексту дисертації складає 4,0 авторських аркушів, максимальний – 6,5 авторських аркушів.</p> <p>Робота перевіряється на наявність плагіату згідно з процедурою, визначеною системою забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти університету.</p>

	<p>Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації.</p> <p>Дисертаційна робота доктора філософії має бути розміщена на сайті університету.</p>
1.6 Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<p>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</p>	<p>Науково-педагогічні працівники, які задіяні в реалізації освітньо-наукової програми відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p> <p>До реалізації освітнього процесу та проведення аудиторних занять залучаються фахівці, які мають відповідні публікації дотичні до освітніх компонентів у фахових виданнях України та виданнях, які індексуються у наукометричних базах. Також до освітнього процесу залучаються в якості консультантів-практиків профільні фахівці з маркетингу провідних українських та міжнародних установ та організацій.</p>
<p>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</p>	<p>Освітньо-наукова програма забезпечується матеріально-технічною базою НТУ «Дніпровська політехніка», яка відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.</p> <p>Матеріально-технічне забезпечення освітньої програми включає ресурси університету та випускової кафедри, лабораторії.</p> <p>Здобувачі програми мають доступ до університетської бібліотеки, коворкінг просторів Colibry, Unica, мережі Інтернет через WiFi, спортивного обладнання, системи харчування, студентського містечка тощо. Аудиторії обладнані мультимедійною технікою. Здобувачі забезпечені вільним доступом до WiFi, відеоконтенту, репозиторію університету тощо. Задля реалізації програми у дистанційному форматі для викладачів та здобувачів передбачено безкоштовний доступ до професійної версії пакету Microsoft 365 та платформи Moodle, включаючи додаток Teams. Аспіранти мають прямий доступ до мережі міжнародних культурно-освітніх центрів, зокрема центрів мовної підготовки. Здобувачі мають можливість співпраці та представництва в Раді аспірантів університету, яка сприяє розвитку наукового потенціалу, організації заходів для обміну досвідом, підтримки академічних ініціатив і вирішення питань аспірантської спільноти.</p>
<p>Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення</p>	<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення провадження освітньої діяльності для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти відповідає вимогам нормативних документів НТУ «Дніпровська політехніка». Відповідно до чинних «Ліцензійних вимог провадження освітньої діяльності закладами вищої освіти» та Положення про навчально-методичне забезпечення освітнього процесу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» навчально-методичне забезпечення освітньої програми складається з робочих програм та силабусів обов'язкових та вибіркових навчальних дисциплін (включають програму дисципліни, заплановані результати навчання, порядок оцінювання результатів навчання, рекомендовані джерела інформації), програму викладацької практики, які розміщено у вільному доступі та на платформі дистанційної освіти Moodle. Інформаційне забезпечення</p>

	включає пакети прикладних програм Microsoft Office 365 (зокрема Word, Excel, Power Point, Project, Teams), програмні продукти SPSS, Kahoot!, Mentimeter.
1.7 Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Програмою дозволяється можливість академічної мобільності у відповідності з угодами, підписаними НТУ «Дніпровська політехніка», згідно з чинним законодавством.
Міжнародна кредитна мобільність	Доступні програми, представлені на сайті НТУ «Дніпровська політехніка», сторінці Центру міжнародної співпраці - https://projects.nmu.org.ua/ua/projects/List/projects.php Наявні програми дозволяють здобувачам побудувати власну індивідуальну траєкторію міжнародної мобільності з урахуванням сфери наукових інтересів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не передбачається.

2. ОBOB'ЯЗКОВІ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Інтегральна компетентність доктора філософії з маркетингу – здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

2.1 Загальні компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.

Шифр	Компетентності
1	2
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.
ЗК04	Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.

2.2. Спеціальні компетентності доктора філософії з маркетингу

2.2.1. Спеціальні компетентності доктора філософії з маркетингу наведені відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.

Шифр	Компетентності
<i>1</i>	<i>2</i>
СК01	Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.
СК02	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.
СК03	Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.
СК04	Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.
СК05	Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проєктами.
СК06	Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.
СК07	Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.
СК08	Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.

2.2.2. Спеціальні компетентності доктора філософії з маркетингу, що характеризують особливості освітньої програми.

Шифр	Компетентності
<i>1</i>	<i>2</i>
СК09	Здатність розробляти та впроваджувати інноваційні науково-дослідні та прикладні проєкти, спрямовані на інтеграцію методів маркетингового управління у діяльність підприємств з урахуванням принципів сталого розвитку.
СК10	Здатність застосовувати маркетингові концепції, методи, інструменти та технології брендингу в маркетингових стратегіях промислових підприємств, установ та організацій з врахуванням цілей сталого розвитку.

3. НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРА ФІЛОСОФІЇ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Кінцеві, підсумкові та інтегративні результати навчання доктора філософії спеціальності D5 Маркетинг, що визначають нормативний зміст підготовки і корелюються з переліком загальних і спеціальних компетентностей, подано нижче.

Шифр	Результати навчання
1	2
Результати навчання за Стандартом вищої освіти	
PH01	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.
PH02	Розробляти та реалізовувати наукові та 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 урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.
PH03	Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.
PH04	Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосовувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.
PH05	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.
PH06	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.
PH07	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.
PH08	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.
PH09	Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.
Спеціальні результати навчання з урахуванням особливостей освітньої програми (за потреби та з урахуванням рекомендацій стейкхолдерів)	
PH10	Розробляти та впроваджувати інноваційні науково-дослідні та прикладні проекти, спрямовані на інтеграцію методів маркетингового управління у діяльність підприємств з урахуванням принципів сталого розвитку.
PH11	Застосовувати маркетингові концепції, методи, інструменти та технології брендингу в маркетингових стратегіях промислових підприємств, установ та організацій з врахуванням цілей сталого розвитку

4. РОЗПОДІЛ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМИ КОМПОНЕНТАМИ

Шифр РН	Результати навчання	Найменування освітніх компонентів
1	2	3
1 ОBOB'ЯЗKOBA ЧACТИHA		
РН01	Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.	Методологія наукових досліджень Сучасні концепції та стратегії маркетингу в умовах сталого розвитку Брендинг підприємств та установ
РН02	Розробляти та реалізовувати наукові та 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 урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.	Філософія науки та професійна етика Методологія наукових досліджень Методологія маркетингових досліджень в системі управління інноваційними проектами
РН03	Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.	Сучасні інформаційні технології у науковій діяльності та управління проектами Методологія наукових досліджень Методологія маркетингових досліджень в системі управління інноваційними проектами
РН04	Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосовувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.	Філософія науки та професійна етика Методологія наукових досліджень Педагогічна майстерність та прикладна психологія Сучасні концепції та стратегії маркетингу в умовах сталого розвитку Викладацька практика
РН05	Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.	Філософія науки та професійна етика Іноземна мова для науки і освіти (англійська/німецька/французька) Педагогічна майстерність та прикладна психологія Викладацька практика

1	2	3
PH06	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.	Філософія науки та професійна етика Іноземна мова для науки і освіти (англійська/німецька/французька) Сучасні інформаційні технології у науковій діяльності та управління проектами Методологія наукових досліджень Методологія маркетингових досліджень в системі управління інноваційними проектами
PH07	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.	Іноземна мова для науки і освіти (англійська/німецька/французька)
PH08	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.	Сучасні інформаційні технології у науковій діяльності та управління проектами Методологія маркетингових досліджень в системі управління інноваційними проектами
PH09	Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.	Педагогічна майстерність та прикладна психологія Викладацька практика
Розподіл результатів навчання, що враховують особливості освітньої програми		
PH10	Розробляти та впроваджувати інноваційні науково-дослідні та прикладні проекти, спрямовані на інтеграцію методів маркетингового управління у діяльність підприємств з урахуванням принципів сталого розвитку.	Сучасні концепції та стратегії маркетингу в умовах сталого розвитку Маркетингове управління промисловими підприємствами Методологія маркетингових досліджень в системі управління інноваційними проектами
PH11	Застосовувати маркетингові концепції, методи, інструменти та технології брендингу в маркетингових стратегіях промислових підприємств, установ та організацій з врахуванням цілей сталого розвитку.	Сучасні концепції та стратегії маркетингу в умовах сталого розвитку Брендинг підприємств та установ Маркетингове управління промисловими підприємствами
<p style="text-align: center;">2 ВИБІРКОВА ЧАСТИНА</p> <p style="text-align: center;">Визначається завдяки вибору здобувачами навчальних дисциплін із запропонованого переліку</p>		

5. РОЗПОДІЛ ОБСЯГУ ПРОГРАМИ ЗА ОСВІТНИМИ КОМПОНЕНТАМИ

Шифр	Освітній компонент	Обсяг, кред.	Підсум. контр.	Розподіл за чвертями
1	2	3	4	5
1	ОБОВ'ЯЗКОВА ЧАСТИНА	40		
1.1	Цикл загальної підготовки	10		
31	Філософія науки та професійна етика	4,0	Диф.залік	3;4
32	Іноземна мова для науки і освіти (англійська/німецька/французька)	6,0	Іспит	1;2;3;4
1.2	Цикл спеціальної підготовки	27		
1.2.1	Базові дисципліни за галуззю знань	9		
Б1	Сучасні інформаційні технології у науковій діяльності та управління проєктами	3,0	Диф.залік	1;2
Б2	Методологія наукових досліджень	3,0	Диф.залік	3
Б3	Педагогічна майстерність та прикладна психологія	3,0	Диф.залік	4
1.2.2	Фахові освітні компоненти за спеціальністю	18		
Ф1	Сучасні концепції та стратегії маркетингу в умовах сталого розвитку	6,0	Іспит	1,2,3,4
Ф2	Брендинг підприємств та установ	4,0	Диф.залік	5,6
Ф3	Маркетингове управління промисловими підприємствами	4,0	Іспит	5,6
Ф4	Методологія маркетингових досліджень в системі управління інноваційними проєктами	4,0	Іспит	5,6
1.3	Практична підготовка за спеціальністю та атестація	3		
П1	Викладацька практика	3,0	Диф.залік	8
2	ВИБІРКОВА ЧАСТИНА	20		
	Визначається завдяки вибору здобувачами навчальних дисциплін із запропонованого переліку			

6. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА

Послідовність навчальної діяльності здобувача за денною формою навчання подана нижче.

Курс	Семестр	Чверть	Шифри освітніх компонентів	Річний обсяг, кредити	Кількість освітніх компонентів, що викладаються протягом		
					чверті	семестру	Навчально-го року
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
1	1	1	32, Б1, Ф1	25	3	3	6
		2	32, Б1, Ф1		3		
	2	3	31, 32, Б2, Ф1		4	5	
		4	31, 32, Б3, Ф1		4		
2	3	5	Ф2, Ф3, Ф4	35	3	3	4
		6	Ф2, Ф3, Ф4		3		
	4	В					

7. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ

Таблиця 1. Матриця відповідності визначених освітньою програмою компетентностей компонентам освітньої програми

Компетентності	Компоненти освітньо-наукової програми									
	З1	З2	Б1	Б2	Б3	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	П1
ЗК01	+		+	+		+				+
ЗК02			+						+	+
ЗК03	+	+	+		+					
ЗК04	+				+	+				
СК01				+		+	+	+	+	
СК02		+			+					
СК03			+		+	+	+		+	+
СК04	+				+					+
СК05			+						+	
СК06	+			+		+			+	
СК07			+	+		+	+	+	+	
СК08		+		+		+	+	+	+	
СК09						+	+	+	+	
СК10						+	+	+	+	

Таблиця 2. Матриця відповідності результатів навчання компонентам освітньої програми

		Компоненти освітньої програми									
		З1	З2	Б1	Б2	Б3	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	П1
Результати навчання	РН1				+		+	+			
	РН2	+			+					+	
	РН3			+	+					+	
	РН4	+			+	+	+				+
	РН5	+	+			+					+
	РН6	+	+	+	+					+	
	РН7		+								
	РН8			+						+	
	РН9					+					+
	РН10						+		+	+	
	РН11						+	+	+		

8. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма розроблена з урахуванням нормативних та інструктивних матеріалів міжнародного, галузевого та державного рівнів.

1. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджене Наказом Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2019 р. № 977. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 08 серпня 2019 р. за № 880/33851. [Електронний ресурс]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-19>.

2. Критерії оцінювання якості освітньої програми. Додаток до Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (пункт 6 розділу I). [Електронний ресурс]. <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/09/Критерії.pdf>.

3. Квіт Сергій. Дорожня карта реформування вищої освіти України. Освітня політика. Портал громадських експертів. [Електронний ресурс]. <http://education-ua.org/ua/articles/1159-dorozhnya-karta-reformuvannya-vishchoji-osviti-ukrajini>.

4. Глосарій. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. [Електронний ресурс]. <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2020/01/%d0%93%d0%bb%d0%be%d1%81%d0%b0%d1%80%d1%96%d0%b9.pdf>.

5. Довідник користувача ЄКТС [Електронний ресурс]. http://mdu.in.ua/Ucheb/dovidnik_koristuvacha_ekts.pdf.

6. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

7. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

8. Лист Міністерства освіти і науки України від 28.04.2017 р. №1/9-239 щодо використання у роботі закладів вищої освіти примірних зразків освітніх програм.

9. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2016 р. № 600 (зі змінами).

10. Стандарт вищої освіти України третього (освітньо-наукового) рівня, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. № 313. СВО-2022. – К. : МОН України, 2022. – 14 с.

11. Постанова Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності». <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-p/page>.

12. Лист Міністерства освіти і науки України від 05.06.2018 р. №1/9-377 щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм.

13. Національний класифікатор України: Класифікатор профемій ДК 003:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>

14. Національна рамка кваліфікацій.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>

15. Положення про організацію освітнього процесу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», затверджене Вченою радою НТУ «ДП» 25.10.2019 р., протокол №15.

https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Pologenie_pro_organizacii_osvit_process_2019.pdf

16. Положення про формування переліку та обрання навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», затверджене Вченою радою НТУ «ДП» 17.01.2020р., протокол №1 (зі змінами).

17. Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка», затверджене Вченою радою НТУ «ДП» 26.12.2017 р., протокол № 20 (зі змінами). / Мін-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. – Д.: НТУ «ДП», 2017. – 27 с.

18. Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», затверджене Вченою радою НТУ «ДП» 11.12.2018 р., протокол № 15. / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. – Д. : НТУ «ДП», 2018. – 21 с.

19. Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка», затверджене Вченою радою НТУ «ДП» 11.12.2018 р., протокол №15. / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. – Д. : НТУ «ДП», 2018. – 40 с.

20. Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка» Дніпро, НТУ «ДП», 2025. – 9 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://surl.li/kktnoq>

21. Доповнення до Положення про організацію освітнього процесу та Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти в Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка» щодо використання дистанційних технологій для атестації здобувачів вищої освіти, затверджене Вченою радою НТУ «ДП» 28.05.2020 р., протокол №5. / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. – Д. : НТУ «ДП», 2020. – 11 с.

22. Доповнення до Положення про організацію освітнього процесу в Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка» під час використання дистанційних технологій (поточний та семестровий контроль результатів навчання здобувачів вищої освіти), затверджене Вченою радою НТУ «ДП» 28.05.2020 р., протокол №5. / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. – Д. : НТУ «ДП», 2020. –7 с.

З нормативними документами НТУ «Дніпровська політехніка» можна ознайомитися за посиланням

https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/

Освітня програма оприлюднюється на сайті університету до початку прийому студентів на навчання.

Освітня програма поширюється на всі кафедри університету та вводиться в дію з¹ ____ _____ 202_ року.

Термін дії освітньої програми не може перевищувати 3 роки 10 місяців та/або період акредитації. Освітня програма підлягає перегляду та доопрацюванню відповідно до змін нормативної бази України в сфері вищої освіти.

Відповідальність за якість та унікальні конкурентні переваги освітньої програми несе гарант освітньої програми.

¹ Дата вводу в дію визначається початком занять з відповідної освітньої програми. Для бакалаврів та магістрів з 01 вересня, для докторів філософії – відповідно до графіку навчального процесу.

Навчальне видання

Олена КРАСОВСЬКА
Тетяна КУВАЄВА
Микола БОЙЧЕНКО
Катерина ПІЛОВА
Наталія ШИНКАРЕНКО

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ
ДОКТОРА ФІЛОСОФІЇ СПЕЦІАЛЬНОСТІ D5 МАРКЕТИНГ

Електронний ресурс

Видано
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842 від 11.06.2004.
49005, м. Дніпро, просп. Дмитра Яворницького, 19.