

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет



**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА**

**«Маркетинг»**

(повна назва освітньо-професійної програми)

**третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти**

**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

(шифр та найменування спеціальності)

**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

(шифр та найменування галузі знань)

**СМЯ НАУ ОНП 11.01.03 – 02 – 2021**

Освітньо-наукова програма  
Затверджена Вченою радою  
Національного авіаційного  
університету  
протокол № \_\_\_\_\_ від 24.03 2021 р.

Вводиться в дію наказом ректора  
Ректор \_\_\_\_\_ М. Луцький

Наказ № 196 від 29.03 2021 р.

КИЇВ



ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»  
Спеціальність 075 «Маркетинг»  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)

Шифр  
документа

СМЯ НАУ  
ОНП 11.01.03-04-2021

Стор. 2 з 18

Діє як тимчасова до введення стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління і адміністрування» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-наукової програми

### ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою Національного авіаційного університету

Протокол № 2

від « 23 » 03 2021 р.

Голова науково-методичної ради

[Signature] / Полухін А. В.

### ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету Економіки та бізнес-адміністрування

Протокол № 4

від « 18 » 03 2021 р.

Голова вченої ради факультету

[Signature] / Смерічевський С.Ф.

### ПОГОДЖЕНО

В.о. проректора з наукової роботи

[Signature] / Радченко О.В.

від « 22 » 03 2021 р.

### ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу

Протокол № 5

від « 17 » 03 2021 р.

Завідувач кафедри

[Signature] / Смерічевський С.Ф.

### ПОГОДЖЕНО

Науковим товариством студентів, докторантів та молодих учених НАУ

Протокол № 3

від « 18 » 03 2021 р.

Голова Наукового товариства студентів, докторантів та молодих вчених НАУ

[Signature] / Одарченко Р.С.



ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»  
Спеціальність 075 «Маркетинг»  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)

Шифр  
документа

СМЯ НАУ  
ОНП 11.01.03-04-2021

Стор. 3 з 18

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою освітньо-наукової програми (спеціальності 075 «Маркетинг») у складі:

### ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

Князева Тетяна В'ячеславівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри міжнародної економіки



(підпис)

### ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Смерічевський Сергій Францович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу



(підпис)

Касьянова Наталія Віталіївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики



(підпис)

Смерічевська Світлана Василівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри логістики



(підпис)

Полоус Ольга Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу



(підпис)

Колесник Максим Віталійович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств



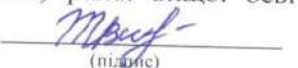
(підпис)

Астахов Кирил Володимирович – здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»



(підпис)

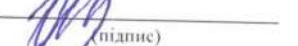
Чернишова Тая Валеріївна – здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»



(підпис)

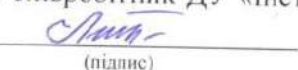
### ЗОВНІШНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ:

Колбушкін Юрій Петрович – д.е.н., доцент, начальник Департаменту економічного планування та бюджетних розрахунків НАК «Нафтогаз України»



(підпис)

Мельникова Марина Віталіївна – д.е.н., доцент, провідний науковий співробітник ДУ «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Мамутова НАН України»




(підпис)

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	<b>ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОНП 11.01.03-04-2021
		Стор. 4 з 18	

## 1. Профіль освітньо-наукової програми

<b>Розділ 1. Загальна інформація</b>		
1.1	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний авіаційний університет Факультету економіки та бізнес-адміністрування Кафедра маркетингу
1.2	Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Доктор філософії / Doctor of Philosophy (Ph.D) Доктор філософії з маркетингу
1.3	Офіційна назва освітньо-наукової програми	Маркетинг / Marketing
1.4	Тип диплому та обсяг освітньо-наукової програми	Диплом доктора філософії, одиничний; перший науковий ступінь, що здобувається на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти; 4 академічних роки; освітня складова – 60 кредитів ЄКТС.
1.5	Акредитаційна інституція	Національне агентство забезпечення якості вищої освіти
1.6	Період акредитації	Підлягає акредитації вперше
1.7	Цикл / рівень	Третій (освітньо-науковий) рівень QF for ENEA – третій цикл, EQF for LLL – 8 рівень; НРК України – 8 рівень
1.8	Передумови	Наявність освітнього ступеня магістра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст спеціальності 075 «Маркетинг» чи спорідненої / еквівалентної спеціальності (зокрема, за результатами процедури визнання іноземних документів про освіту для іноземців)
1.9	Форма навчання	Інституційна з елементами дистанційної: очна, заочна
1.10	Мови викладання	Українська
1.11	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-наукової програми	<a href="https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/ects/zagalna-informatsiya/informatsiya-po-osvitnih-programah.html">https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/ects/zagalna-informatsiya/informatsiya-po-osvitnih-programah.html</a>
<b>Розділ 2. Ціль освітньо-наукової програми</b>		
2.1	Підготовка висококваліфікованих на національному та міжнародному рівнях наукових кадрів з маркетингу для наукових та освітніх установ, органів державної влади та управління, підприємств усіх форм власності, які володіють теоретичними знаннями, вміннями, навичками та іншими компетенціями, що направлені на продукування та реалізацію інноваційних ідей, вирішення комплексних наукових завдань у різних галузях на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти, досліджень і практики; досягнення програмних компетентностей для проведення власного	

	<b>ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОНП 11.01.03-04-2021
		Стор. 5 з 18	

<p>оригінального наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення; формування у здобувачів вищої освіти (аспірантів) цінностей фаховості, прозорості, чесності та відкритості, соціальної відповідальності за результати наукової та науково-педагогічної діяльності перед суспільством, принципів міждисциплінарного підходу, розвитку і трансферу наукових досліджень. ОП «Маркетинг» відповідає місії НАУ.</p>		
<b>Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної (наукової) програми</b>		
3.1	Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)	Галузь знань – Управління та адміністрування Спеціальність (освітня) – Маркетинг <i>Об'єктом вивчення є передові концептуальні, методологічні знання науково-дослідного та професійного характеру в сфері маркетингу</i> <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> теоретико-методологічні аспекти розвитку маркетингової діяльності в сучасних умовах з урахуванням світових тенденцій
3.2	Орієнтація освітньо-наукової програми	Освітньо-наукова академічна для підготовки доктора філософії. Структура програми передбачає виконання освітньої та наукової складових. Наукова складова виконується під час усього терміну навчання, не переривається на освітню складову, сесію та практику. Зміст кожної складової програми орієнтується на сучасні наукові дослідження в управлінні та адмініструванні, враховує інноваційні підходи та методи в сфері маркетингу, базується на сучасних результатах, тенденціях науково-практичного стану в практиці управління організаціями.
3.3	Основний фокус освітньо-наукової програми	Формування у здобувачів вищої освіти (аспірантів) здатності генерувати інноваційні ідеї та розв'язувати комплексні проблеми професійної та / або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу та інших галузях з урахуванням сучасних світових тенденцій
3.4	Особливості освітньо-наукової програми	<i>Специфічною рисою</i> освітньо-наукової програми є її орієнтація на вирішення науково-методичного або прикладного завдання у галузі еколого-відповідального, холістичного та територіального маркетингу, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу з урахуванням сучасного світового досвіду  Організація освітньо-наукового процесу на основі системи методів проблемно-розвиваючого навчання та методології наукових досліджень, яка ґрунтується на принципах цілеспрямованості, бінарності (безпосередня взаємодія викладача та аспіранта, наукового керівника та аспіранта, наукового керівника та викладача для корекції процесу підготовки кожного аспіранта залежно від його



		<p>індивідуальних потреб), показовому, діалогічному, евристичному, дослідницькому та програмованому методах.</p> <p>Диференціація років підготовки за спрямованістю:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– перший та другий рік підготовки – домінування освітньої складової у поєднанні за науковою;</li><li>– третій та четвертий рік підготовки – домінування наукової складової у поєднанні з освітньою (науково-педагогічною діяльністю).</li></ul> <p>Можливість зарахування до 6 кредитів ЄКТС включно (10 % від загального обсягу програми) та результатів навчання, отриманих у неформальній освіті (наприклад, курси Prometheus, Coursera, Cisco, соціально-освітній проєкт «Upgrade-yourself-with-lifecell» тощо) за таких умов:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– зарахування кредитів для обов'язкових освітніх компонентів – не більше 50 % від обсягу кредитів для кожного окремого компонента (з метою досягнення компетентностей та програмних результатів навчання, які забезпечує цей компонент; пп. 4, 5 програми);</li><li>- результати навчання, отримані у неформальній освіті, повинні співпадати або бути близькими за змістом до програмних результатів навчання (п. 5 програми), які забезпечує компонент, за яким зараховуються кредити, отримані у неформальній освіті;</li><li>– зарахування кредитів для вибіркового освітніх компонентів – додаткові обмеження та умови відсутні.</li></ul> <p>Організаційне забезпечення підготовки докторів філософії здійснюється через аспірантуру Національного авіаційного університету.</p>
<b>Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>		
4.1	Придатність до працевлаштування	<p>Доктор філософії зі спеціальності «Маркетинг» може обіймати посади відповідно до Національного класифікатора України. Випускник є придатним для працевлаштування у науковій, організаційно-управлінській та освітній галузях, на викладацьких та інших посадах у ЗВО, в органах державного управління і місцевого самоврядування, в аналітично-інформаційних інституціях, дослідницьких наукових закладах, у сфері бізнесу тощо.</p>
4.2	Подальше навчання	<p>Право на продовження освіти у докторантурі. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти</p>



### Розділ 5. Викладання та оцінювання

5.1	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	<p>Студентоцентризований підхід у навчанні та проведенні наукових досліджень з урахуванням тем дисертаційних робіт та наукових інтересів здобувачів вищої освіти (аспірантів).</p> <p>Синергетичне поєднання освітньої та наукової складових під час підготовки аспірантів.</p> <p>Проблемно-орієнтований стиль викладання, що реалізується через систему методів проблемно-розвиваючого навчання (показового, діалогічного, евристичного, дослідницького, програмованого); інтерактивних методів навчання (метод групової роботи, синектика, дискусії, рольові ігри, кейс-метод, метод портфолію, метод проєктів), які сприяють розвитку дослідницької, творчої та пізнавальної діяльності аспірантів; методик тренінгового навчання у вигляді виконання пошукових, розрахункових та творчих завдань з використанням сучасних інформаційних технологій, роботи з базами бібліографічних, статистичних та інших видів даних, проходження науково-педагогічної практики, апробація результатів самостійного наукового дослідження (наукові конференції, семінари тощо).</p> <p>Тематика наукових досліджень (теми дисертацій) аспірантів повинна безпосередньо відповідати хоча б одному освітньому компонентові освітньо-наукової програми</p>
5.2	Оцінювання	<p>Система оцінювання знань включає поточний і підсумковий контроль.</p> <p>Поточний контроль здійснюється шляхом оцінки роботи здобувача на контактних заняттях, підготовлених наукових статей, виступів на наукових конференціях та інших публічних заходах, виконання науково-дослідницьких завдань тощо.</p> <p>Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену або заліку з урахуванням накопичених балів поточного контролю.</p> <p>Здобувач вважається допущеним до підсумкового контролю з дисципліни у разі виконання всіх видів робіт, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни.</p> <p>Виконання дисертаційного дослідження щорічно обговорюється на засіданні кафедри, за якою закріплено здобувача, виходячи з тематики дисертації.</p> <p>Оцінювання дисертації здійснюється за підсумками публічного захисту у спеціалізованих або тимчасових радах із захисту дисертацій.</p>



### Розділ 6. Програмні компетентності

6.1	Інтегральна компетентність (ІК)	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.
6.2	Загальні компетентності (ЗК)	<b>ЗК01.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу <b>ЗК02.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел <b>ЗК03.</b> Здатність працювати в міжнародному науковому контексті. <b>ЗК04.</b> Здатність приймати та нести відповідальність за ініційовані види дослідницько-інноваційної діяльності та проекти, ризикувати та активно діяти в умовах невизначеності.
6.3	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<b>СК01.</b> 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. <b>СК02.</b> Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англійських наукових текстів за напрямом досліджень. <b>СК03.</b> Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності. <b>СК04.</b> Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. <b>СК05.</b> Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності. <b>СК06.</b> Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. <b>СК07.</b> Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень.





		<p><b>СК08.</b> Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми дослідницького характеру відповідно до сучасного наукового дискурсу в сфері маркетингу, моделювати відповідні об'єкти досліджень, математично обробляти дані, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень.</p> <p><b>СК09.</b> Здатність ініціювати, розробляти і реалізовувати комплексні інноваційні наукові проекти в сфері маркетингу та дотичні до неї міждисциплінарні проекти, застосовувати сучасні методи наукометрії під час їх реалізації.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність до системного наукового світогляду, загальнокультурного кругозору, застосування сучасних методологій та методів наукової діяльності за фахом.</p> <p><b>СК11.</b> Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку.</p> <p><b>СК12.</b> Здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо особливостей розвитку сучасних теорій і концепцій маркетингу, розширення та переоцінка існуючих знань і професійної практики, створення нових знань з використанням прогресивних методів наукового пошуку</p>
<b>Розділ 7. Програмні результати навчання</b>		
7.1	Програмні результати навчання (ПР)	<p><b>ПР01.</b> 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><b>ПР02.</b> 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><b>ПР03.</b> 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><b>ПР04.</b> Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</p>



**ПР05.** 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.

**ПР06.** 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.

**ПР07.** 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.

**ПР8.** Формулювати наукову проблему з огляду на ціннісні орієнтири сучасного суспільства та стан її наукової розробки, а також робочі гіпотези досліджуваної проблеми, які мають розширювати і поглиблювати стан наукових досліджень в обраній сфері.

**ПР9.** Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень (опитувань, спостережень тощо) і математичного та / або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

**ПР10.** Планувати і виконувати експериментальні та / або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під час реалізації наукових проєктів.

**ПР11.** Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема, статистичні методи аналізу даних великого обсягу та / або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.


**ПР12.** Фахово здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті та застосовувати сучасні освітні технології вищої школи.

**ПР13.** Ефективно застосовувати сучасні інформаційні технології, бази даних та інші електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності.




### Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

8.1	Кадрове забезпечення	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Наукове керівництво аспірантом здійснюється активним дослідником, який має публікації з теми, що відповідає темі дисертаційного дослідження аспіранта, результати наукової роботи керівника публікуються чи практично впроваджуються не рідше, ніж раз на два роки.</li><li>2. До наукового керівництва аспірантами не допускаються особи, які були притягнуті до відповідальності за порушення академічної доброчесності.</li><li>3. До додаткового наукового консультування аспірантів за необхідності (відповідно до їх потреб) може бути залучений будь-який науково-педагогічний чи науковий працівник факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ (структурний підрозділ, який забезпечує реалізацію освітньо-наукової програми відповідно до п. 1.1) з організаційним забезпеченням такого залучення з боку гаранта освітньо-наукової програми та декана зазначеного факультету.</li><li>4. Навчальні дисципліни та інші освітні компоненти освітньо-наукової програми викладаються та забезпечуються науково-педагогічними та науковими працівниками, наукова діяльність яких (публікації, НДР, гранти, стажування тощо) відповідає змісту зазначених навчальних дисциплін та інших освітніх компонентів, які ними викладаються та / або забезпечуються.</li><li>5. Представники академічної та наукової спільноти, зокрема міжнародної, а також роботодавці залучаються до організації та реалізації освітнього процесу та / або наукового консультування аспірантів.</li><li>6. Ураховуються вимоги п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (Постанова КМУ від 30.12.2015 р. № 1187).</li></ol>
8.2	Матеріально-технічне забезпечення	<p>Для реалізації освітньої діяльності за освітньо-науковою програмою та здійснення наукових досліджень може бути залучене за необхідності (відповідно до потреб аспірантів та потреб реалізації освітніх компонентів) будь-яке обладнання та програмне забезпечення лабораторії «Інформаційні системи маркетингу» та аудиторний фонд кафедри маркетингу, а також інших кафедр, які входять до складу факультету Економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету (структурний підрозділ, який забезпечує реалізацію освітньо-наукової програми відповідно до п. 1.1).</p>

	<b>ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОНП 11.01.03-04-2021
		Стор. 12 з 18	

		В Університеті наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура (гуртожитки, їдальня, спортивні зали та відкриті спортивні майданчики, тренажерні зали, медичний комплекс), кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
8.3	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчально-методичні матеріали навчальних дисциплін (конспекти лекцій, лабораторні практикуми тощо), репозитарій НАУ ( <a href="https://er.nau.edu.ua">https://er.nau.edu.ua</a> ), ресурси Науково-технічної бібліотеки НАУ ( <a href="http://www.lib.nau.edu.ua">http://www.lib.nau.edu.ua</a> ), безоплатні з локальної мережі університету доступ до повнотекстових ресурсів видавництва Springer, а також повнофункціональний доступ до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science; для публікації та апробації результатів наукових досліджень аспірантів – фахові наукові журнали НАУ ( <a href="http://jml.nau.edu.ua">http://jml.nau.edu.ua</a> ), кафедри маркетингу та інших кафедр факультету економіки та бізнес-адміністрування, організатором чи співорганізатором яких є НАУ та публікації в яких індексуються наукометричними базами даних Scopus та Web of Science ( <a href="http://iee.nau.edu.ua">http://iee.nau.edu.ua</a> ).
<b>Розділ 9. Академічна мобільність</b>		
9.1	Національна кредитна мобільність	Відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Національному авіаційному університеті, введеного в дію наказом ректора від 09.07.2019 р. № 336/од. Програми міжнародної академічної мобільності Erasmus+, Mevlana.
9.2	Міжнародна кредитна мобільність	
9.3	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Реалізація освітньої та наукових складових освітньо-наукової програми англійською мовою для іноземців та осіб без громадянства (за потреби), врахування особливостей передумов, викладених у п. 1.8, умови вступу для іноземців та осіб без громадянства регулюються Правилами прийому до аспірантури та докторантури Національного авіаційного університету.


	ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» Спеціальність 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОНП 11.01.03-04-2021
		Стор. 13 з 18	

## 2. Перелік компонентів освітньо-наукової програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонентів

Код н/д	Компоненти освітньо-наукової програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3	4	5
<b>Обов'язкові компоненти</b>				
1.1	<b><i>Цикл дисциплін з оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетенціями</i></b>			
OK1.1.1	Філософія науки та інновацій	3	Екзамен	1
OK1.1.2	Інноваційні методи прийняття рішень в соціотехнічних та соціокультурних системах	3	Екзамен	2
OK1.1.3	Когнітивні технології прогнозування стану соціотехнічних та соціокультурних систем	3	Диф. залік	2
1.2	<b><i>Цикл дисциплін із набуття універсальних навичок дослідника та викладача</i></b>			
OK1.2.1	Правове, економічне та інформаційне забезпечення наукових досліджень	6	Диф. залік	1
OK1.2.2	Андрагогіка та інноваційні освітні технології вищої школи	3	Диф. залік	3
1.3	<b><i>Цикл дисциплін із оволодіння глибокими знаннями зі спеціальності</i></b>			
OK1.3.1	Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу	3	Диф. залік	1
OK1.3.2	Штучний інтелект в маркетингу	3	Екзамен	2
OK1.3.3	Глобальний маркетинг	3	Екзамен	2
OK1.3.4	Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління	3	Екзамен	3
OK1.3.5	Стратегічне управління ланцюгами створення цінностей	3	Екзамен	3
1.4	<b><i>Цикл дисциплін зі здобуття мовних компетенцій</i></b>			
OK1.4.1	Англійська мова наукового спрямування	3	Екзамен	1
OK1.4.2	Академічне письмо англійською мовою (English academic writing)	3	Диф. залік	2
1.5	<b><i>Цикл практичної підготовки</i></b>			
OK1.5.1	Фахова науково-педагогічна практика	6	Диф. залік	3
	Дисертаційна робота доктора філософії		Захист	8
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</b>		<b>45 кредитів ЄКТС</b>		
<b>Вибір дисциплін</b>				
ВК1		5	Диф. залік	4
ВК2		5	Диф. залік	4
ВК3		5	Диф. залік	4
<b>Загальний обсяг вибіркових компонентів:</b>		<b>15 кредитів ЄКТС</b>		
<b>Загальний обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми:</b>		<b>60 кредитів ЄКТС</b>		

*\*Реалізація права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін та створення індивідуальної освітньої траєкторії регламентується законом України «Про вищу освіту» та внутрішніми нормативними актами НАУ.*


	<b>ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОНП 11.01.03-04-2021
		Стор. 14 з 18	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньо-наукової програми	Семестр	Міждисциплінарний зв'язок
OK1.1.1	Філософія науки та інновацій	1	-
OK1.2.1	Правове, економічне та інформаційне забезпечення наукових досліджень	1	OK1.1.1
OK1.3.1	Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу	1	OK1.1.1
OK1.4.1	Англійська мова наукового спрямування	1	OK1.3.1
OK1.1.2	Інноваційні методи прийняття рішень в соціотехнічних та соціокультурних системах	2	OK1.1.1, OK1.2.1
OK1.1.3	Когнітивні технології прогнозування стану соціотехнічних та соціокультурних систем	2	OK1.1.1, OK1.1.2, OK1.2.1
OK1.3.3	Глобальний маркетинг	2	OK1.3.1, OK1.1.3, OK1.3.2
OK1.3.2	Штучний інтелект в маркетингу	2	OK1.1.1, OK1.2.1
OK1.4.2	Академічне письмо англійською мовою (English academic writing)	2	OK1.4.1, OK1.3.1
OK1.2.2	Андрагогіка та інноваційні освітні технології вищої школи	3	OK1.3.1, OK1.1.2
OK1.3.4	Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління	3	OK1.3.1, OK1.1.3, OK1.3.2
OK1.3.5	Стратегічне управління ланцюгами створення цінностей	3	OK1.3.1, OK1.2.3, OK1.3.2
	Дисертаційна робота доктора філософії	8	OK1.1.1; OK1.2.1; OK1.3.2; OK1.4.2; OK1.3.3; OK1.3.4; OK1.3.5

## 4. Наукова складова

Рік підготовки	Зміст наукової роботи здобувача вищої освіти (аспіранта)	Форма контролю
Перший рік	Вибір теми дисертаційного дослідження аспіранта, формування індивідуального плану роботи здобувача вищої освіти; виконання дисертаційної роботи під керівництвом наукового керівника; підготовка та подання до друку не менше однієї публікації за темою дисертації та участь у науково-практичних конференціях (семінарах) з публікацією тез доповідей	Затвердження на вченій раді факультету економіки та бізнес-адміністрування, звітування двічі на рік про виконання індивідуального плану аспіранта
Другий рік	Виконання під керівництвом наукового керівника дисертаційного дослідження; підготовка та подання до друку не менше однієї публікації за темою дисертації відповідно чинних вимог; участь у науково-практичних конференціях (семінарах) з публікацією тез доповідей	Звітування про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік
Третій рік	Виконання під керівництвом наукового керівника дисертаційної роботи; підготовка та подання до друку не менше двох публікацій за темою дисертації відповідно чинних вимог; участь у науково-практичних конференціях (семінарах) з публікацією	Звітування про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік

	<b>ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»</b> Спеціальність 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОНП 11.01.03-04-2021
		Стор. 15 з 18	

	тез доповідей	
Четвертий рік	Завершення та оформлення дисертаційної роботи, підведення підсумків щодо повноти висвітлення результатів дисертації у наукових статтях відповідно чинних вимог; подання документів на попередню експертизу дисертації; підготовка наукової доповіді для підсумкової атестації (захисту дисертації) Звітування про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік.	Надання висновку про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертаційного дослідження

### 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Підсумкова атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-науковою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі у дисертаційної роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження йому ступеня доктора філософії з присвоєнням кваліфікації «Доктор філософії з маркетингу».

Відповідно до п. 30 «Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук», затвердженого Постановою КМУ № 261 від 23.03.2016 р.:

**3.1.** Атестація здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії здійснюється постійно діючою або разовою спеціалізованою вченою радою на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації.

**3.2.** Стан готовності дисертації аспіранта до захисту визначається науковим керівником (або консенсусним рішенням двох керівників);

**3.3.** Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання аспірантом його індивідуального навчального плану та індивідуального плану наукової роботи.

### 4. Матриця відповідності програмних компетентностейкомпонентам освітньо-наукової програми

	OK 1.1.1	OK 1.1.2	OK 1.1.3	OK 1.2.1	OK 1.2.2	OK 1.3.1	OK 1.3.2	OK 1.3.3	OK 1.3.4	OK 1.3.5	OK 1.4.1	OK 1.4.2	OK 1.5.1
<b>ЗК01</b>	X		X		X	X	X						
<b>ЗК02</b>			X			X	X						
<b>ЗК03</b>						X		X			X	X	
<b>ЗК04</b>		X		X			X	X	X	X			X
<b>СК01</b>							X	X	X	X			
<b>СК02</b>		X					X	X	X	X	X		
<b>СК03</b>		X					X	X		X			
<b>СК04</b>					X	X					X		
<b>СК05</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	
<b>СК06</b>							X	X	X	X			X
<b>СК07</b>						X	X			X			
<b>СК08</b>						X	X	X	X	X			
<b>СК09</b>		X				X	X	X	X	X			
<b>СК10</b>	X	X	X	X		X	X	X	X	X			
<b>СК11</b>		X					X	X	X	X			
<b>СК12</b>		X	X			X	X	X	X	X			



## 5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1.1.1	ОК 1.1.2	ОК 1.1.3	ОК 1.2.1	ОК 1.2.2	ОК 1.3.1	ОК 1.3.2	ОК 1.3.3	ОК 1.3.4	ОК 1.3.5	ОК 1.4.1	ОК 1.4.2	ОК 1.5.1
ПРН01			X	X		X	X	X	X	X			
ПРН02	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
ПРН03			X	X			X						
ПРН04		X		X			X	X	X	X			
ПРН05	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	
ПРН06			X			X	X	X	X	X			
ПРН07	X	X	X	X		X	X	X	X	X			
ПРН08			X	X		X	X	X	X	X			
ПРН09				X		X	X	X	X	X			
ПРН10			X			X	X	X	X	X			
ПРН11			X				X						X
ПРН12					X						X	X	
ПРН13					X		X						







16.02.21 № 7/1-37  
На № \_\_\_\_\_

**РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**  
**на освітньо-наукову програму «Маркетинг»**  
**третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти**  
**підготовки доктора філософії**  
**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**  
**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

Освітньо-наукова програма третього рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» спрямована на підготовку здобувачів вищої освіти з поглибленими знаннями, вміннями, навичками та іншими компетентностями, які має здобути фахівець у сфері маркетингу, достатніми для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, а також проведення наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

Зміст освітньо-наукової програми має чітку структуру, освітні компоненти, включені до освітньо-наукової програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання. Компетентності мають практичне спрямування та можуть бути використані у професійній діяльності майбутніх фахівців і передбачають набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок, що відповідають заявленим цілям освітньо-наукової програми.

Навчальний план підготовки здобувачів ступеня доктора філософії освітньо-наукової програми «Маркетинг» повністю відповідає її завданням. Послідовність вивчення компонентів освітньо-наукової програми, план та графік навчального процесу, перелік та обсяг обов'язкової та вибіркової компоненти відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», визначена роль кожного освітнього компонента у досягненні програмних результатів навчання, що відповідають запитам практики та дослідницько-інноваційної діяльності.

Рецензована освітньо-наукова програма має належний рівень кадрового, матеріально-технічного, інформаційного та навчально-методичного забезпечення.

Розроблена освітньо-наукова програма за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» відповідає третьому (освітньо-

науковому) рівню вищої освіти, а фахові компетентності спеціальності та програмні результати навчання відбивають її спрямованість на формування у здобувачів навичок дослідницької роботи та здатностей до науково-педагогічної діяльності.

**Начальник Департаменту  
економічного планування  
та бюджетних розрахунків  
НАК «Нафтогаз України»**



**Ю.П. Колбушкін**

**РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**  
**на освітньо-наукову програму «Маркетинг»**  
**третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти**  
**підготовки доктора філософії**  
**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**  
**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

Освітньо-наукова програма підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг», що проводиться на кафедрі маркетингу Національного авіаційного університету, відзначається актуальністю та прикладною доцільністю.

Метою освітньо-наукової програми є підготовка наукових кадрів, які здатні розв'язувати складні комплексні проблеми маркетингу, проводити дослідницьку діяльність.

Обсяг, зміст і структура освітньо-наукової програми відповідають встановленим вимогам до освітніх програм такого рівня освіти і враховують стратегічні напрями реформування національної економіки та орієнтовані на тенденції розвитку спеціальності, ринку праці, інтересів здобувачів вищої освіти. Безпосередньо структура освітньої програми передбачає можливість формування здобувачами вищої освіти ступеня доктора філософії власної освітньої стратегії через індивідуальний вибір навчальних дисциплін.

Обов'язкові та вибіркові компоненти освітньо-наукової програми «Маркетинг» розкривають сутність актуальних на сьогодні проблем в сфері маркетингу, сприяють формуванню необхідних для цього рівня освіти компетентностей, а їх перелік є логічним і послідовним. Програмою передбачена необхідна практична підготовка, яка дозволяє оволодіти компетенціями та соціальними навичками, необхідними у подальшій професійній діяльності.

Форми та методи навчання, викладення й контролю сприятимуть досягненню заявлених у освітньо-науковій програмі цілей і програмних результатів навчання, відповідають вимогам академічної доброчесності та принципам академічної свободи. Освітньо-наукова програма передбачає можливість надання випускникам аспірантури системних знань, вмінь, розвинути їх здатність до комунікації, відповідальності та автономності.

Здобувачі вищої освіти ступеня доктора філософії мають продемонструвати ключові результати навчання: володіння сучасними теоріями і концепціями у сфері маркетингу; можливість організувати та проводити оригінальні наукові дослідження у сфері маркетингу на фаховому рівні, досягати наукових результатів, що створюють нові знання для розв'язання

актуальних проблем теорії та практики; здатність ініціювати, розробляти та реалізовувати проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

Освітньо-наукова програма підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» вирізняється чіткою структурою, запровадженням системного підходу до її побудови. Освітні компоненти, що включені до неї, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти поставленої мети і програмних результатів, що дає підстави рекомендувати освітньо-наукову програму до використання в освітньому процесі.

Провідний науковий співробітник  
ДУ «Інститут економіко-правових  
досліджень імені В.К. Макутова НАН України»  
доктор економічних наук, доцент



М.В. Мельникова

Підпис М.В. Мельникової засвідчую:  
вчений секретар ДУ «Інститут економіко-правових  
досліджень імені В.К. Макутова НАН України»  
кандидат юридичних наук



В.К. Малолітнева