

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 – 11.01.03–02-2022**

Освітньо-наукова програма  
Затверджена Вченою радою  
Національного авіаційного  
університету  
протокол № від 14.08.2022 2022 р.

Вводиться в дію наказом ректора  
Ректор

Максим ЛУЦЬКИЙ

Наказ № 326/2022 від 14.08.2022 2022 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 11.01.03-04-2022

Стор. 2 з 18

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-наукової програми

### ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою Національного  
авіаційного університету

Протокол № 3

від « 21 » 06 2022 р.

Голова науково-методичної ради

 / Анатолій ПОЛУХІН

### ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету Економіки та бізнес-  
адміністрування

Протокол № 7

від « 09 » червня 2022 р.

Голова вченої ради факультету

 / Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ

### ПОГОДЖЕНО

Кафедрою маркетингу

Протокол № 10

від «07» червня 2022 р.

Завідувач кафедри

 / Тетяна КНЯЗЄВА

### ПОГОДЖЕНО

Науковим товариством студентів, докторантів  
та молодих учених НАУ

Протокол № 6

від « 14 » 06 2022 р.

Голова Наукового товариства студентів,  
докторантів та молодих вчених НАУ

 / Роман ОДАРЧЕНКО



## ПЕРЕДМОВА

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

### ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

Тетяна КНЯЗЄВА доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу

  
(підпис)

### ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу

  
(підпис)

Наталія КАСЬЯНОВА доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки

  
(підпис)

Світлана СМЕРІЧЕВСЬКА доктор економічних наук, професор, професор кафедри логістики

  
(підпис)

Ольга ПОЛОУС доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу

  
(підпис)

Максим КОЛЕСНИК кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства

  
(підпис)

Кирил АСТАХОВ здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальності 075 «Маркетинг»

  
(підпис)

Тая ЧЕРНИШОВА здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальності 075 «Маркетинг»

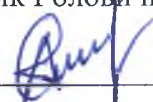
  
(підпис)

### ЗОВНІШНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ:


Тетяна АРТЬОМОВА доктор економічних наук, Головний науковий співробітник відділу економічної теорії ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

  
(підпис)

Анастасія СІМАХОВА доктор економічних наук, доцент, заступник Голови правління ВГО «Інноваційний університет»

  
(підпис)

Рівень документа – 3б  
Плановий термін між ревізіями – 1 рік  
**Врахований примірник**

	ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» Спеціальність 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Рівень вищої освіти - третій (освітньо-науковий)	Шифр документа	СМЯ НАУ ОНП 11.01.03-04-2022
		Стор. 4 з 18	

## 1. Профіль освітньо-наукової програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний авіаційний університет Факультету економіки та бізнес-адміністрування Кафедра маркетингу
1.2	Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
1.3	Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Доктор філософії / Doctor of Philosophy (Ph.D) Доктор філософії з маркетингу
1.4	Галузь знань	07 Управління та адміністрування
1.5	Спеціальність	075 Маркетинг
1.6	Офіційна назва освітньо-наукової програми	Маркетинг / Marketing
1.7	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.
1.8	Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти: доктор філософії Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг
1.9	Акредитаційна інституція	Національне агентство забезпечення якості вищої освіти
1.10	Період акредитації	До 01.07.2027
1.11	Цикл / рівень	Третій (освітньо-науковий) рівень QF for ENEA – третій цикл, EQF for LLL – 8 рівень; НРК України – 8 рівень
1.12	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)
1.13	Форма здобуття освіти	Інституційна з елементами дистанційної: очна, заочна
1.14	Мови викладання	Українська
1.15	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>



## Розділ 2. Ціль освітньо-наукової програми

2.1	Підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних на світовому ринку праці фахівців з маркетингу для наукових та освітніх установ, органів державної влади та управління, підприємств усіх форм власності, які володіють теоретичними знаннями, уміннями, 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 та практики; досягнення програмних компетентностей для проведення власного 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. ОНП «Маркетинг» відповідає місії НАУ
-----	--

## Розділ 3. Характеристика освітньо-професійної (наукової) програми

3.1	Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність (освітня) – 075 Маркетинг Об'єктом вивчення є передові концептуальні, методологічні знання науково-дослідного та професійного характеру в сфері маркетингу Теоретичний зміст предметної області: 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 реалізацію освітньої та наукової складових та має на меті підготовку дисертації. Наукова складова виконується під час всього терміну навчання. Вона не переривається при здійсненні освітньої складової, сесії та практики. Освітня складова включає опанування здобувачем основних дисциплін, які відображають сучасні тенденції розвитку маркетингу. 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>Особливістю</i> освітньо-наукової програми є її орієнтація на вирішення науково-методичного або прикладного завдання у галузі еколого-відповідального, холістичного та територіального маркетингу, розроблення маркетингових





		<p>стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу з використанням інструментарію штучного інтелекту з урахуванням сучасного світового досвіду.</p> <p>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 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 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	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



4.2	Подальше навчання	Право на продовження освіти у докторантурі. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти
4.3.	Академічні права випускників	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
<b>Розділ 5. Викладання та оцінювання</b>		
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 портфоліо, 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>Використання матеріально-технічної бази кафедри маркетингу, яка входить до складу Факультету економіки та бізнес-адміністрування, в якому реалізовується освітня програма (п. 1.1).</p> <p>Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється за допомогою дистанційних технологій через освітній контент <i>Google Classroom</i> та сервіс онлайн-конференцій <i>Meet</i>.</p> <p>Тематика наукових досліджень (теми дисертацій) аспірантів повинна безпосередньо відповідати хоча б одному освітньому компонентові освітньо-наукової програми</p>
5.2	Інструменти та обладнання	Сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.
5.3	Оцінювання	<p>Система оцінювання знань включає поточний і підсумковий контроль.</p> <p>Поточний контроль здійснюється шляхом оцінки роботи здобувача на контактних заняттях, підготовлених наукових</p>



		<p>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 двічі на рік 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>
<b>Розділ 6. Програмні компетентності</b>		
6.1	Інтегральна компетентність (ІК)	<p>Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми в галузі 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.</p>
6.2	Загальні компетентності (ЗК)	<p><b>ЗК01.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу</p> <p><b>ЗК02.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</p> <p><b>ЗК03.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК04.</b> 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.</p>
6.3	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p><b>СК01.</b> Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.</p> <p><b>СК02.</b> Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень.</p> <p><b>СК03.</b> Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси, економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p><b>СК04.</b> Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p>





		<p><b>СК05.</b> Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p> <p><b>СК06.</b> Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p><b>СК07.</b> Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p> <p><b>СК08.</b> Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.</p> <p><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 (РН)	<p><b>РН01.</b> Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.</p> <p><b>РН02.</b> Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми з маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.</p> <p><b>РН03.</b> Формулювати і перевіряти гіпотези;</p>



використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

**РН04.** Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.

**РН05.** Представляти та оприлюднювати 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.

**РН06.** Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотримання норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.

**РН07.** 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.

**РН8.** 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.

**РН9.** Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчальне-методичне та нормативне забезпечення.

**РН10.** 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.

**РН11.** 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.


**РН12.** Фахово здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті та застосовувати сучасні освітні технології



		вищої школи. <b>РН13.</b> Ефективно застосовувати сучасні інформаційні технології, бази даних та інші електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності.
<b>Розділ 8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>		
8.1	Кадрове забезпечення	<ol style="list-style-type: none"><li><b>1.</b> 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><b>2.</b> До наукового керівництва аспірантами не допускаються особи, які були притягнуті до відповідальності за порушення академічної доброчесності.</li><li><b>3.</b> 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><b>4.</b> 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><b>5.</b> Представники академічної та наукової спільноти, зокрема міжнародної, а також роботодавці залучаються до організації та реалізації освітнього процесу та / або наукового консультування аспірантів.</li><li><b>6.</b> Ураховуються вимоги п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).</li></ol>
8.2	Матеріально-технічне забезпечення	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). 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, 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://jrn1.nau.edu.ua">http://jrn1.nau.edu.ua</a> ), кафедри маркетингу та інших кафедр Факультету економіки та бізнес-адміністрування.
<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


	<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 11.01.03-04-2022
		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) компетентностями</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 освіти	3	Диф. залік	3
1.3	<b><i>Цикл дисциплін із оволодіння глибинними 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 компетентностей</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 вибірових компонент 15 кредитів ЄКТС</b>				
<b>Загальний обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми 60 кредитів ЄКТС</b>				



	<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 11.01.03-04-2022
		Стор. 14 з 18	


*\*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.*

## 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 освіти	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
OK1.5.1	Фахова науково-педагогічна практика	3	OK1.1.1, OK1.2.2, OK1.3.1
	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

	<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 11.01.03-04-2022
		Стор. 15 з 18	

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 тез доповідей	Звітування про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік
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

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації
<b>Вимоги до дисертації на здобуття ступеня доктора філософії</b>	Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язування конкретної наукової задачі в сфері сучасного маркетингу або на межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення, становлять оригінальний внесок у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти (наукової установи)

Підсумкова атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-науковою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі у дисертаційної роботи та завершується видачою 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. (із змінами, внесеними згідно з постановою КМУ від 03.04.2019 р. №283):

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. Вимоги до створення міждисциплінарних освітньо-наукових програм

Для міждисциплінарних освітньо-наукових програм для зазначення спеціальності 075 Маркетинг в освітній кваліфікації необхідно забезпечити опанування здобувачами третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти компетентностей ЗК02, ЗК04, СК01, СК03, СК06, СК07, СК08 та результатів навчання РН01, РН02, РН03, РН06, РН08.

#### 5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-наукової 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
<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	
<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				
<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				
<b>СК12</b>			X			X	X	X	X				

#### 6. 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
<b>РН01</b>	X		X	X		X	X	X	X	X			
<b>РН02</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
<b>РН03</b>			X	X			X						
<b>РН04</b>	X	X		X			X	X	X	X			
<b>РН05</b>	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	
<b>РН06</b>			X			X	X	X	X	X			
<b>РН07</b>	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	
<b>РН08</b>			X	X		X	X	X	X	X			
<b>РН09</b>				X		X	X	X	X	X			
<b>РН10</b>			X			X	X	X	X	X			
<b>РН11</b>			X				X						X
<b>РН12</b>				X	X						X	X	X
<b>РН13</b>				X	X		X						



