

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА**  
**«МАРКЕТИНГ»**

третього (освітньо-наукового) рівня освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
кваліфікація: доктор філософії з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради \_\_\_\_\_ /д.т.н., професор Сергій КЮРЧЕВ  
(протокол № 8 від «28» лютого 2023 р.)

Освітньо-наукова програма вводиться в дію з 02.03.2023 р.

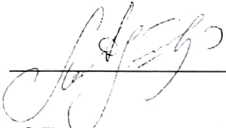
Ректор \_\_\_\_\_ /д.т.н., професор Сергій КЮРЧЕВ  
(наказ №15-ОД від «01» березня 2023 р.)



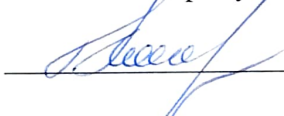
Запоріжжя, 2023

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-наукової програми**


Гарант освітньо-наукової програми

  
\_\_\_\_\_ д.е.н., професор Дар'я ЛЕГЕЗА  
«07» лютого 2023 р.

В.о. декана факультету економіки та бізнесу

  
\_\_\_\_\_ д.е.н., доцент Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА  
«17» лютого 2023 р.

Перший проректор

  
\_\_\_\_\_ к.т.н., доцент Олександр ЛОМЕЙКО  
«28» лютого 2023 р.

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування модернізовано у 2022 році відповідно до стандарту вищої освіти (Наказ МОН України від 07.04.22 за №313).

Вперше освітньо-наукову програму було введено в дію відповідно до рішення Вченої ради ТДАТУ у 2016 році.

### **Розробники освітньо-наукової програми:**

**Легеза Дар'я Георгіївна** – гарант освітньо-наукової програми, керівник робочої групи, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

**Куліш Тетяна Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

**Сокіл Яна Сергіївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

**Шквиря Наталя Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

**Арестенко Тетяна Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

**Онегіна Вікторія Михайлівна** - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та міжнародного маркетингу Державного біотехнологічного університету;

**Руденко Катерина** – координатор проекту з розвитку жіночого підприємництва та інформаційних технологій Машав, м. Хайфа;

**Майборода Ганна Олександрівна** – PhD, асистент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

### **Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:**

**Вішал Дагар** – доктор наук, доцент кафедри економіки Інституту менеджменту Великих озер, Гургаон;

**Фурсова Ірина Олександрівна** - начальник управління з розвитку підприємництва, промисловості та захисту прав споживачів;

**Куц Андрій В'ячеславович** – віце –президент Запорізької торгово-промислової палати;

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу  
Протокол № 7 від «7» лютого 2023 р.

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу  
Протокол №6 від «17» лютого 2023 р.

**1. Профіль освітньо-наукової програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, факультет економіки та бізнесу, кафедра маркетингу
<b>Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Третій (освітньо-науковий) рівень, доктор філософії з маркетингу (PhD in Marketing)
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг Спеціальність 075 «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом доктора філософії, одиничний, освітня складова 60 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
<b>Наявність акредитації</b>	відсутня
<b>Цикл / рівень</b>	QF for ENEA – третій цикл, EQF for LLL – 8 рівень; НРК України – 8 рівень
<b>Передумови</b>	Вступник має право здобувати ступінь доктора філософії за умови наявності в нього другого (магістерського) ступеня вищої освіти або вищої освіти за іншим напрямом підготовки (спеціальністю). Вимоги до вступників визначаються правилами прийому до аспірантури в ТДАТУ
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	4 роки
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/aspirantura-ta-doktorantura/navchannja/osvitno-naukovi-prohramy/075-marketynh/">http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/aspirantura-ta-doktorantura/navchannja/osvitno-naukovi-prohramy/075-marketynh/</a>
<b>2. Мета освітньо-наукової програми</b>	
Підготовка фахівців, здатних використовувати сучасні цифрові технології та розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу в аграрній та харчових галузях, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та професійної практики.	
<b>3. Характеристика освітньо-наукової програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</b>	07 – Управління та адміністрування. Спеціальність 075 «Маркетинг» <b>Об'єкт діяльності:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <b>Цілі навчання:</b> набуття здатності розв'язувати

	<p>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><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> сучасні маркетингові концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><b>Методи, методика та технології:</b> загально-наукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.</p> <p>Освітні компоненти циклу загальної підготовки (40%), дисципліни циклу спеціальної (фахової) підготовки (35%), дисципліни за вибором здобувача (25%).</p>
<p><b>Орієнтація освітньої програми</b></p>	<p>Освітньо-наукова</p>
<p><b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b></p>	<p>Спеціальна вища освіта, в галузі 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг». Основний фокус програми робиться на науково-практичних навичках з стратегічного маркетингу з використанням сучасних інформаційних технологій, необхідних для наукових досліджень.</p> <p>Ключові слова: методологія наукових досліджень, стратегічне управління, цифровий маркетинг, сучасні бізнес моделі, експортний маркетинг</p>
<p><b>Особливості програми</b></p>	<p><b>Освітня складова.</b> ОНП передбачає проходження компонент, структура та зміст яких розроблений на основі міжнародного досвіду викладання дисциплін сучасного маркетингу та інноваційних моделей</p>

	<p>маркетингових процесів. У рамках програми є обов'язковою асистентська практика, результатом якої є розробка методичних рекомендацій до практичних робіт, конспекту лекцій за одним підсумковим модулем, а також проведення відкритої лекції з проведенням моніторингу якості викладання занять здобувачами та керівником практики.</p> <p><b>Наукова складова.</b> Програма передбачає використання програмних продуктів та он-лайн платформ щодо розробки, збору інформації, аналізу та реалізації маркетингового проєкту з метою обґрунтування наукової інноваційної ідеї.</p>
<b>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Працевлаштування у закладах вищої освіти, наукових/науково-дослідних установах та на підприємствах за різними видами підприємницької діяльності; в органах державного та муніципального управління; торгово-промислових палатах; у консалтингових установах та міжнародних фондах.</p> <p>Доктор філософії з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010»:</p> <p>1475 – менеджер (управитель) з маркетингу;  1233 – директор з маркетингу; начальник відділу збуту (маркетингу);  1234 – начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю);  2213.2 – сільськогосподарський експерт-дорадник;  2310.2 – викладач вищого навчального закладу.  2419.1 – молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);  2419.2 – експерт із зовнішньоекономічних питань; консультант з маркетингу; консультант із зовнішньоекономічних питань; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.</p>
<b>Продовження освіти</b>	<p>Доктор філософії з маркетингу має право продовжити освіту за науковою програмою доктора наук, брати участь у пост докторських міжнародних програмах та</p>

	програмах навчання протягом життя, навчатися як консультант.
<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Викладання здійснюється на основі студентоорієнтованого підходу. Аудиторні заняття побудовані у формі лекцій, практичних та семінарських занять. Значна частина навчання відводиться на оволодіння практичних навиків та використання сучасних методів викладання (робота у групі, публікацій статей у соц. мережах, проведення он-лайн зустрічей, використання інформаційних технологій в освітньому процесі). При вивченні кожного компонента циклу спеціальної (фахової) підготовки здобувач здійснює індивідуальну роботу, що є реальним проектом-кейсом на замовлення підприємств. В умовах дії COVID-19 широко застосовується методи онлайн навчання та контролю знань студентів. В умовах воєнного стану підготовка відбувається на базі освітнього порталу та індивідуальних онлайн зустрічей із здобувачами. Система надання інформації проходить за допомогою інформаційної платформи MOODLE, на якій розміщені конспект лекцій, завдання для виконання практичних занять та самостійної роботи, а також тестовий комплекс.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p><b>Освітня складова.</b> Оцінювання знань здобувачів вищої освіти з кожної дисципліни здійснюється на основі проведення кредитно-модульних контрольних заходів, які включають поточний, підсумковий модульний та семестровий контролі.</p> <p>Основні принципи організації та оцінювання поточного і підсумкового контролів регламентуються вимогами <a href="#">Положення про організацію освітнього процесу</a> і <a href="#">Положення про оцінювання знань здобувачів ВО</a>.</p> <p>Основними видами контролю знань здобувачів є: екзамени, диференційовані заліки, захист звітів з асистентської практики, публічний захист дисертації. Оцінювання компетенцій та результатів навчання здійснюється у формі результатів проходження тестового контролю на платформі MOODLE, презентацій, захисту індивідуальних та групових проектів, зарахування результатів проходження тренінгів та навчання на онлайн платформах (як виду неформальної освіти).</p> <p><b>Наукова складова:</b> Результати проходження наукової складової оцінюється на основі виступів на науково-</p>



	<p>практичних конференціях, наукових семінарах, публікації результатів наукових досліджень у фахових виданнях України, у наукових журналах, що входять до наукометричних баз Scopus та WoS, отриманні авторських свідоцтв на інноваційні методики та методології аналізу маркетингових процесів.</p> <p>Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації у разовій спеціалізованій раді.</p>
<b>6. Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	<p>ІК. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, та застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.</p>
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК3. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК4. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та доброчесності.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності, визначені стандартом вищої освіти</b>	<p>ФК1. 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>ФК2. 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.</p> <p>ФК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>ФК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>ФК5. Здатність провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p>

	<p>ФК6. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>ФК7. 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>ФК8. 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</p>
<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності, визначені закладом вищої освіти</b></p>	<p>ФК9. Здатність використовувати технології, концепції та архітектуру цифрового управління та визначати їх роль у підтримці цифрової трансформації.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати ключові принципи цифрового маркетингу та комунікації із зацікавленими сторонами.</p> <p>ФК11. Здатність використовувати ключові напрями, моделі та стратегії цифрових інновацій.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати концепції, можливості та проблеми, що пов'язані з реалізацією інтегрованої маркетингової стратегії виходу на експортні ринки.</p>
<p><b>7. Програмні результати навчання</b></p>	
<p><b>Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти</b></p>	<p>РН1. 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>РН2. 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 маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.</p> <p>РН3. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків</p>

	<p>належні докази, зокрема результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.</p> <p>РН4. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</p> <p>РН5. 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.</p> <p>РН6. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотримання норм професійної та академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.</p> <p>РН7. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові і прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>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.</p> <p>РН9. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.</p>
<p><b>Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти</b></p>	<p>РН10. Володіти сучасними інноваційними технологіями в сфері маркетингу із застосуванням програмного забезпечення та застосувати сучасні підходи цифрового аналізу маркетингової діяльності.</p> <p>РН11. Розробляти маркетингові стратегії суб'єктів господарської діяльності та маркетингові проекти провадження інноваційних процесів маркетингу з</p>

	<p>метою виходу на зовнішні ринки.</p> <p>PH12. Обґрунтовувати та запроваджувати інноваційні бізнес моделі маркетингової діяльності та просування товарів на внутрішніх і зовнішніх ринках.</p>
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Навчальні корпуси ТДАТУ, навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, лабораторія VIDEL, лабораторія BOOST (Business opportunity and orbit for students), мультимедійне обладнання, точки бездротового доступу до мережі Internet, наукова бібліотека ТДАТУ, гуртожитки, соціально-побутова інфраструктура, програмні продукти</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний сайт ТДАТУ <a href="http://www.tsatu.edu.ua/">http://www.tsatu.edu.ua/</a>; освітній портал ТДАТУ <a href="http://op.tsatu.edu.ua/">http://op.tsatu.edu.ua/</a>, на якому розміщено навчально-методичні матеріали з дисциплін навчального плану, наукова бібліотека ТДАТУ <a href="http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/">http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/</a>, репозитарій ТДАТУ <a href="http://elar.tsatu.edu.ua/">http://elar.tsatu.edu.ua/</a>, методичні кабінети кафедр, сайт факультету економіки та бізнесу <a href="http://www.tsatu.edu.ua/feb/">http://www.tsatu.edu.ua/feb/</a>, сайт кафедри маркетингу <a href="http://www.tsatu.edu.ua/mk/">http://www.tsatu.edu.ua/mk/</a>, сайт науки <a href="http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/aspirantura-ta-doktorantura/">http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/aspirantura-ta-doktorantura/</a>, сайти кафедр, точки бездротового доступу до мережі Інтернет; наявність доступу до баз даних Scopus та Web of science, необмежений доступ до мережі Інтернет, вільний доступ до освітніх платформ Coursera та Ukrainian Global Faculty, сайт проекту DigEco.</p>
<b>9. Академічна мобільність</b>	
Національна кредитна мобільність	<p>Система ECTS з обсягом 1 кредиту 30 годин.</p> <p>Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», <a href="#">Положення про організацію освітнього процесу в ТДАТУ</a> та <a href="#">Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти ТДАТУ</a>.</p> <p>Можливість перезарахування кредитів у межах кредитно-трансферної системи на основі двосторонніх договорів між Таврійським державним агротехнологічним університетом імені Дмитра Моторного та закладами вищої освіти України <a href="http://www.tsatu.edu.ua/akademichna-mobilnist/">http://www.tsatu.edu.ua/akademichna-mobilnist/</a>.</p> <p>При викладанні дисциплін спеціальної (фахової) підготовки передбачено пере зарахування кредитів в межах неформальної освіти (тренінги, участь у наукових академічних школах та/ або міжнародних проектах, проходження он-лайн курсів).</p>
Міжнародна	Відповідно до Закону України «Про вищу освіту»,

кредитна мобільність	<p><a href="#">«Положення про організацію освітнього процесу у ТДАТУ»</a> та <a href="#">«Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу ТДАТУ за кордоном»</a>.</p> <p>Підготовка здобувачів відбувається у рамках програми Erasmus+ Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану DigEco: 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-SVNE-JP <a href="https://sites.google.com/tsatu.edu.ua/digeco-en/home/">https://sites.google.com/tsatu.edu.ua/digeco-en/home/</a>.</p> <p>Окремі теми дисциплін «Export Marketing» створені на основі курсу <a href="#">Export Academy</a>, який реалізується Institut Marketiing (Estonia) за підтримкою Посольства США в Україні.</p> <p>Можлива реалізація програм подвійного диплому, програм Стажування та наукове співробітництво на основі двосторонніх договорів між ТДАТУ та навчальними закладами Німеччини, Польщі, Франції, Китаю, Литви, Ізраїлю, Болгарії, Казахстану, Угорщини, Таджикистану та інших країн <a href="http://www.tsatu.edu.ua/vmz/partnery-universytetu/">http://www.tsatu.edu.ua/vmz/partnery-universytetu/</a></p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе у межах ліцензійного обсягу спеціальності після вивчення курсу української мови

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

### 2.1 Перелік компонент освітньо-наукової програми

Перелік компонент освітньо-наукової програми представлено в таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Перелік компонент освітньо-наукової програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
<b>1. Цикл загальної підготовки</b>			
OK1	Академічна доброчесність та академічне письмо	2	Диф залік
OK2	Філософія науки	2	Екзамен
OK3	Сучасні методики викладання у вищій школі та педагогічна майстерність	2	Диф залік

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
OK4	Інтелектуальна власність та захист авторських прав	2	Диф залік
OK5	Управління науковими проєктами та фінансування досліджень	2	Екзамен
OK6	Іноземна мова для академічних цілей	6	
OK7	Методологія економічних досліджень	6	Екзамен
<b>Всього за циклом загальної підготовки</b>		<b>22</b>	<b>3 диф. заліки, 4 екзамени</b>
<b>2. Цикл професійної підготовки</b>			
OK8	Стратегічне управління маркетинговими процесами	5	Екзамен
OK9	Цифровий маркетинг та клієнтський досвід	5	Екзамен
OK10	Сучасні бізнес моделі в маркетингу	4	Екзамен
OK11	Тренінг курс Export Marketing	4	Екзамен
	<b>Всього</b>	<b>18</b>	<b>4 екзамени</b>
<b>2.1 Практична підготовка</b>			
OK12	Асистентська практика	5	Диф залік
	<b>Всього</b>	<b>5</b>	<b>1 диф залік</b>
<b>Всього за циклом професійної підготовки</b>		<b>23</b>	<b>1 диф. залік, 4 екзамени</b>
<b>Дисципліни за вибором здобувача</b>			
BK1	Дисципліна за вибором №1 (курс Erasmus+ DigEco)	5	Диф залік
BK2	Дисципліна за вибором №2 (курс за напрямом дослідження)	5	Диф залік
BK3	Дисципліна за вибором №3 (курс з отримання Soft Skills)	5	Диф залік
<b>Всього дисциплін за вибором здобувача</b>		<b>15</b>	<b>3 диф. заліка</b>
<b>Всього за обов'язковою частиною підготовки</b>		<b>45</b>	<b>5 диф. заліків, 7 екзаменів</b>
<b>Всього за вибірковою частиною підготовки</b>		<b>15</b>	<b>3 диф. заліка</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>60</b>	<b>7 диф. заліків, 8 екзаменів</b>

## 2.2 Структурно-логічна схема освітньо-наукової програми за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Структурно-логічна схема освітньо-наукової програми за спеціальністю 075 «Маркетинг» наведено на рисунку 2.1.

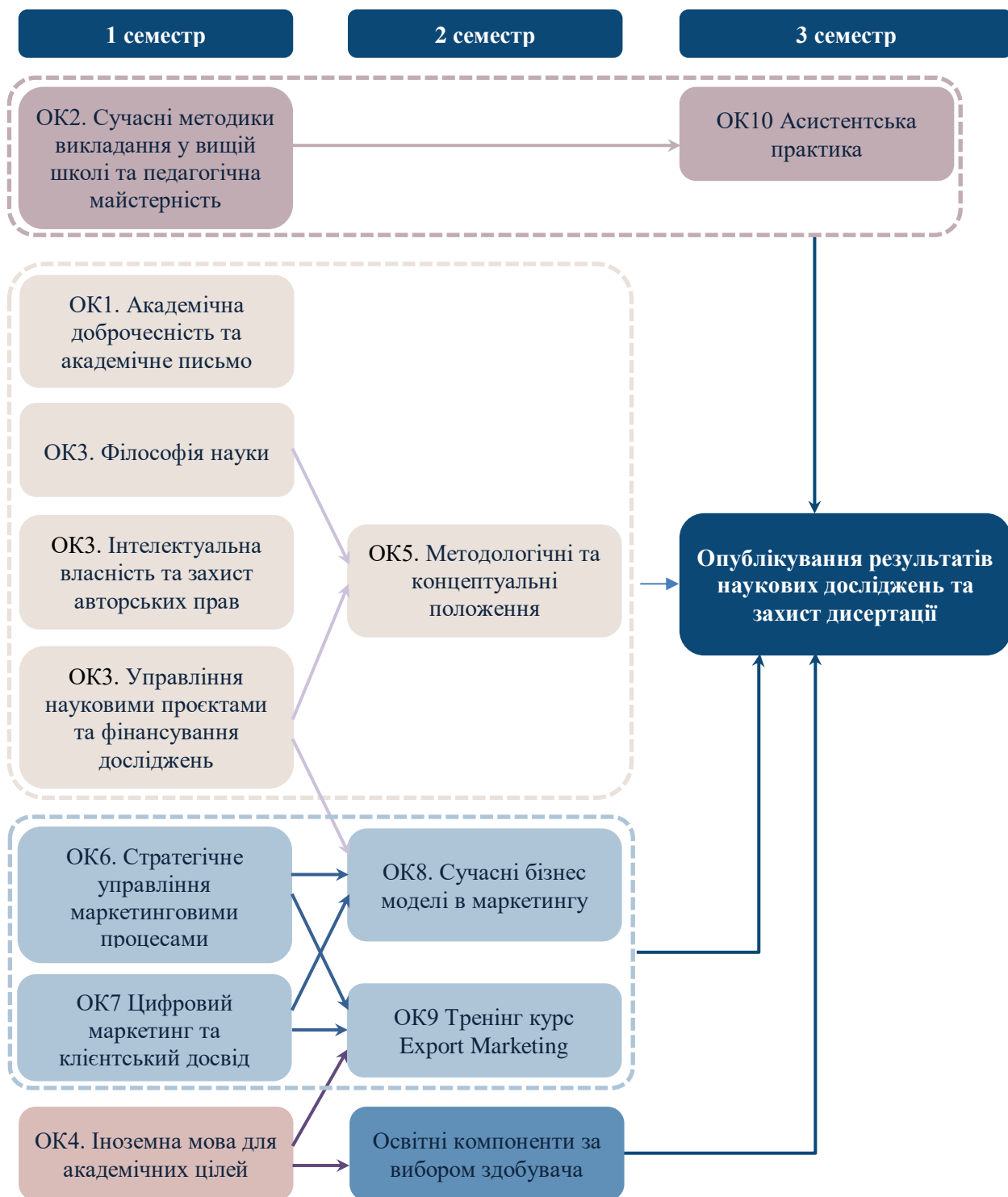


Рис. 2.1. Структурно-логічна схема ОНП за спеціальністю 075 «Маркетинг»

### 2.3 Наукова складова освітньо-наукової програми

Рік підготовки	Зміст наукової роботи здобувача	Форма звітності
1 рік 1 семестр	1 Підготовка плану дослідження, обґрунтування актуальності дослідження. 2 Виступ на внутрішньовузівській науково-практичній конференції.	1. Індивідуальний план здобувача 2. Тези конференції у збірнику наук. праць внутрішньовузівської конференції
1 рік 2 семестр	3 Теоретичне обґрунтування методики дослідження наукової проблеми. 4 Виступ на міжнародній науково-практичній конференції.	3 Методика дослідження. Розділ 1.3. 4 Тези у збірнику наук. праць міжнародної конференції
2 рік 3 семестр	5. Теоретичне обґрунтування предмета та об'єкта дослідження наукової проблеми. 6. Публікація теоретичних результатів наукових досліджень у фаховому журналі.	5. Теоретична частина дисертації. Розділи 1.1 та 1.2. 6. Наукова стаття у фаховому журналі
2 рік 4 семестр	7. Збір даних, проведення анкетування, формування фокус-груп для проведення досліджень.	7. База даних результатів дослідження, анкети, результати опитування та фокус-групи
3 рік 5 семестр	8. Проведення експериментальної частини дослідження. 9. Виступ на внутрішньовузівській науково-практичній конференції.	8. Аналітична частина дисертації. Розділ 2.1 та 2.2. 9. Тези конференції у збірнику наук. праць внутрішньовузівської конференції
3 рік 6 семестр	10. Проведення експериментальної частини дослідження. 11. Публікація результатів наукових досліджень у фаховому журналі.	10. Аналітична частина дисертації. Розділ 2.3 11. Наукова стаття у фаховому журналі
4 рік 7 семестр	12. Виконання проєктної частини дослідження. 13. Виступ на міжнародній науково-практичній	12. Проєктна частина дисертації. Розділ 3.1 та 3.2. 13. Тези у збірнику наук. праць міжнародної



	конференції.	конференції
4 рік 8 семестр	14. Виконання проєктної частини дослідження. 15. Публікація результатів наукових досліджень в журналах, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS	14. Проєктна частина дисертації. Розділ 3.3 15. Наукова стаття у фаховому журналі, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS

### 3 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.
Вимоги до дисертації	<p>Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання наукової задачі в сфері сучасного маркетингу або на межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення, становить оригінальний внесок у розвиток відповідної спеціальності та оприлюднені у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях.</p> <p>Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти (наукової установи).</p> <p>Дисертація перевіряється на академічний плагіат.</p> <p>Дисертація робота має відповідати іншим вимогам, встановленим законодавством.</p> <p>Дисертація розміщується у репозитарії ТДАТУ.</p>
Вимоги до публічного захисту	<p>До публічного захисту надається дисертаційна робота, наукова доповідь та презентація основних положень та результатів, що розроблені здійснення наукового дослідження. У період захисту здобувач повинен надати ґрунтовні відповіді щодо вирішення проблеми з управління маркетингової діяльності підприємства/підприємств та виокремити новизну наукових результатів.</p> <p>Захист дисертації відбувається прилюдно на засіданні разової спеціалізованої вченої ради. Обов'язковою передумовою допуску до захисту дисертації є опублікування основних результатів у фахових наукових виданнях (відповідно до вимог Постанови КМУ № 44 від 12.01.2022 р.)</p>

#### 4 ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В Таврійському агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного впроваджено систему управління якістю, що підтверджено сертифікатами на відповідність системи управління якістю в ТДАТУ вимогам міжнародного стандарту якості ISO 9001:2015 «Quality management systems – Requirements» та Національного стандарту якості ДСТУ EN ISO 9001:2018. <http://www.tsatu.edu.ua/op/sertyfikaty-systemy-vnutrishnoho-zabezpechennja-jakosti/>

В ТДАТУ функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка регламентується «[Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного](#)».

Для організації та функціонування системи забезпечення якості вищої освіти в установі створено відділ, який керується «[Положенням про відділ моніторингу якості освітньої діяльності у Таврійському державному агротехнологічному університеті](#)».

З метою здійснення внутрішнього моніторингу якості освіти у процесі реалізації освітньої програми «Маркетинг» проводяться моніторинг змісту освітньої програми через:

- самоаналіз стану підготовки фахівців відповідно до нормативно-правових актів і документів, ліцензійних і акредитаційних вимог тощо ;
- періодичний (по завершенню кожного семестру) аналіз успішності студентів та якості знань на освітньому порталі <https://op.tsatu.edu.ua/>;
- періодичний (за рішенням навчально-наукового центру ТДАТУ) зріз знань у формі проходження комп'ютерного тестування перед іспитом та на початку наступного семестру для виявлення рівня залишкових знань <https://op.tsatu.edu.ua/>;
- опитування роботодавців та представників місцевої влади щодо якості підготовки здобувачів вищої освіти <https://bit.ly/3wVydEL>;
- опитування, анкетування здобувачів вищої освіти про якість освітньої програми та рівень викладання <https://bit.ly/3ihUwQQ>;
- опитування випускників щодо якості освітньої програми та рівня підготовки здобувачів вищої освіти <https://bit.ly/3oOyavD>;
- опитування викладачів щодо рівня підготовки здобувачів вищої освіти <https://bit.ly/3ng4yad>;
- розміщення аналітичних звітів щодо результатів опитування стейкхолдерів з пропозиціями робочої групи щодо підвищення якості освіти за даною ОПП на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/op/monitorynh-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;
- розміщення інформації про освітню програму для можливості

публічного перегляду, інформування про зміни в освітній програмі на сайті кафедри / факультету <https://bit.ly/3fPJ0KX>;

- періодичну перевірку відділом моніторингу якості освітньої діяльності ТДАТУ якості проведення занять викладачами кафедри та методичного забезпечення освітнього процесу;

- залучення молодих викладачів та здобувачів вищої освіти до роботи [Вищої школи педагогічної майстерності](#), яку спрямовано на вивчення та ознайомлення з сучасними інноваційними технологіями навчання й виховання;

- організація відкритих лекцій та практичних занять викладачами кафедри маркетингу;

- проведення щорічного рейтингу викладачів <http://www.tsatu.edu.ua/nmc/osvitnyj-proces/rejtynh-vykladacha/>;

- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу (матеріально-технічна база, навчально-методичне та інформаційне забезпечення, освітній портал MOODLE), що відповідає ліцензійним вимогам;

- використання інформаційних систем для ефективного управління освітньою діяльністю: контролю поточної успішності «Osvita», електронних навчальних курсів дисциплін на освітньому порталі MOODLE, [Web-сайту Наукової бібліотеки](#) з репозитарієм;

- дотримання всіма учасниками освітнього процесу норм академічної доброчесності, що регламентуються [Кодексом честі ТДАТУ](#) та [Антикорупційною програмою ТДАТУ](#),

- перевірку дисертацій на плагіат програмою Unicheck.

Навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін щорічно оновлюється та удосконалюється, що реалізується через:

- щорічне оновлення робочих навчальних програм та силабусів;

- оновлення і розробку нових засобів діагностики навчальних досягнень (у т.ч. засобів поточного і підсумкового контролю, тестових комплексів);

- впровадження новітніх форм активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти;

- впровадження в освітній процес результатів наукових досліджень;

- використання досвіду, отриманого під час підвищення кваліфікації викладачів та стажування.

## **5. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ЩОДО ВІДПОВІДНОСТІ СКЛАДОВИХ ОНП**

Узгодженість складових елементів освітньо-наукової програми демонструється через відповідність:

- матриця відповідності визначених освітньо-науковою програмою

- результатів навчання та компетентностей (таблиця 5.1);
- матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньої програми з науковою складовою (таблиця 5.2);
  - матриця відповідності визначених освітньою програмою компетентностей та обов'язкових компонент ОНП з науковою складовою (таблиця 5.3).

Таблиця 5.1

**Матриця відповідності визначених освітньою програмою  
результатів навчання та компетентностей**

Програмні результати навчання	ІК	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ФК 1	ФК 2	ФК 3	ФК 4	ФК 5	ФК 6	ФК 7	ФК 8	ФК 9	ФК 10	ФК 11	ФК 12
РН 1	+	+	+		+	+		+		+	+		+	+	+	+	+
РН 2	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
РН 3	+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+			+
РН 4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
РН 5	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+			+
РН 6	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
РН 7	+		+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
РН 8	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+
РН 9	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+			+
РН 10	+		+	+	+	+		+	+	+			+	+	+	+	+
РН 11	+		+	+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+
РН 12	+		+	+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+

Таблиця 5.2

**Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН)  
відповідними компонентами освітньої програми з науковою складовою**

Результати навчання	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	Наукова складова
РН 1		+		+	+		+						+
РН 2				+	+		+	+	+	+	+		+
РН 3		+			+		+		+				+
РН 4			+				+					+	+
РН 5	+		+	+	+		+					+	+
РН 6	+							+	+	+	+		+
РН 7	+					+		+	+	+	+	+	+
РН 8					+		+	+			+		+
РН 9	+		+	+			+					+	
РН 10								+	+	+	+		+
РН 11				+				+	+		+		+
РН 12					+				+	+	+		+

Таблиця 5.3

**Матриця відповідності визначених освітньою програмою компетентностей та обов'язкових компонент ОП з науковою складовою**

Компетентності	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	Наукова складова
ЗК 1		+		+			+	+			+		+
ЗК 2					+		+	+	+	+	+	+	+
ЗК 3				+		+			+	+	+		+
ЗК 4	+	+	+		+		+					+	+
ФК 1		+		+	+		+	+					+
ФК 2	+		+			+			+	+	+		+
ФК 3					+		+	+	+		+	+	+
ФК 4		+	+			+	+					+	+
ФК 5		+			+		+	+	+	+			+
ФК 6		+	+	+			+						+
ФК 7	+						+	+	+	+	+		+
ФК 8	+			+	+	+		+	+	+	+		+
ФК 9									+	+	+	+	+
ФК 10	+					+			+	+	+	+	+
ФК 11									+	+	+	+	+
ФК 12		+							+	+	+	+	+

## 6. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

1. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Відомості Верховної Ради України. 2014. №37-38. Ст. 2004. URL: <https://bit.ly/3fM38gZ>. (дата звернення 08.12.2022 р.)

2. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2017. №38-39. Ст. 380. <https://bit.ly/34IdliR> (дата звернення 08.12.2022 р.)

3. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань «Управління та адміністрування» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Міністерство освіти та науки України. URL: <https://bit.ly/3gHLf2h>. (дата звернення 08.12.2022 р.)

4. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 від 28.07.2010 р. № 327 (зі змінами від 15.02.2019 р.). Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. URL: <https://bit.ly/34EFo8m>. (дата звернення 08.12.2022 р.)


5. Національна рамка кваліфікацій : Постанова Кабінету Міністрів України №1341 від 23.11.2011 (зі змінами) URL: <https://bit.ly/3cf7D1A>. (дата звернення 08.12.2022 р.)

6. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 266. URL: <https://bit.ly/2RifQL3>. (дата звернення 08.12.2022 р.)

7. Положення про освітні програми в ТДАТУ. 2021. URL: <https://bit.ly/3yYLo9S>. (дата звернення 08.12.2022 р.)

8. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: <https://bit.ly/3g4vceH>. (дата звернення 08.12.2022 р.)

Гарант освітньо-наукової програми



Дар'я ЛЕГЕЗА  
ім'я та прізвище