

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Третій
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Доктор філософії
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг

Харків
2021

ПРЕАМБУЛА

Склад робочої групи:

1. Лисиця Надія Михайлівна – гарант освітньої програми, доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри маркетингу;
2. Орлов Петро Аркадійович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу;
3. Притиченко Тамара Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу;
4. Куценко Анастасія Ігорівна – здобувач вищої освіти;
5. Пастухова Олена Василівна – заступник Голови Правління, директор з маркетингу, комерції та розвитку ПрАТ «Турбогаз».

Оновлено на підставі:

1. Законодавчих та нормативних актів: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікації, Національного класифікатору професій ДК 003:2010
2. Аналізу ринку праці, з урахуванням регіонального контексту.
3. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду.
4. Пропозицій роботодавців.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються).

I. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Галузі знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальності	075 Маркетинг
Спеціалізація	-
Освітня програма (українською та англійською мовами)	Маркетинг
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	очна (денна) форма – 55 кредитів, 4 роки; заочна форма – 55 кредитів, 4 роки
Наявність акредитації	-
Мова(и) навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОП	кафедра маркетингу
Вимоги до зарахування	згідно правил прийому
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу
Кваліфікація(-ї) професійна(-і)	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – доктор філософії Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Мета освітньої програми	Забезпечити, на основі освітнього ступеня магістра, фундаментальну теоретичну та практичну підготовку наукових і науково-педагогічних кадрів у галузі управління та адміністрування за спеціальністю «Маркетинг», шляхом здобуття ними компетентностей, достатніх для виконання оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну, теоретичне, методичне та практичне значення, їх захисту після підготовки дисертації.
Фокус та особливості (унікальність) програми	Повна освіта рівня магістр за спеціальністю 075 Маркетинг Ключові слова маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова діяльність Особливість програми полягає у розширенні та поглибленні теоретико-методологічних та науково-методичних засад розвитку

	маркетингової діяльності суб'єктів господарювання, оволодіння практичним інструментарієм наукових досліджень з урахуванням світових тенденцій і здобутків у сфері маркетингу та орієнтує на співробітництво із закладами системи Академії наук України, підприємницькими структурами, зарубіжними науковими і освітніми закладами та грантову діяльність..
Опис предметної області	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів</p> <p>Цілі навчання: підготовка фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності..</p> <p>Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
Академічна мобільність	-
Академічні права	Можливе подальше продовження освіти за науковою програмою доктора наук
Професійні права	<p>Навчання впродовж життя для розвитку і самовдосконалення в науковій та професійній сферах діяльності, а також в інших споріднених галузях наукових знань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - підготовка на 9-ому кваліфікаційному рівні Національної рамки кваліфікацій в сфері маркетингу; - навчання на 8-ому кваліфікаційному рівні Національної рамки кваліфікацій в споріднених спеціальностях; - освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії, що містять додаткові наукові та освітні компоненти.
Працевлаштування випускників	<p>Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: Посади згідно класифікатору професій ДК003:2010</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі). 12 Керівники підприємств, установ, організацій 121 Керівники підприємств, установ, організацій 1210 Керівники підприємств, установ, організацій 1210.1 Керівники підприємств, установ, організацій 123 Керівники функціональних підрозділів 1233 Керівники підрозділів маркетингу

	<p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю</p> <p>1237 Керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники</p> <p>1237.1 Головні фахівці - керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники</p> <p>1237.2 Начальники (завідувачі) науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва та інші керівники</p> <p>1238 Керівники проектів та програм</p> <p>1239 Керівники інших функціональних підрозділів</p> <p>2 Професіонали</p> <p>23 Викладачі</p> <p>231 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів</p> <p>2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів</p> <p>2310.1 Професори та доценти</p> <p>2310.2 Інші викладачі університетів та вищих навчальних закладів</p> <p>24 Інші професіонали</p> <p>241 Професіонали в сфері маркетингу</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг)</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу</p> <p>2441 Професіонали в галузі економіки</p> <p>2441.1 Наукові співробітники (економіка)</p>
--	---

II – ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.
Загальні компетентності	<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 генерувати нові науково-теоретичні, методичні та практично спрямовані ідеї, шукати власні шляхи вирішення проблеми.</p> <p>ЗК5. Здатність виділяти протиріччя і не вирішені раніше завдання, проблеми або їх частини, формулювати та експериментально перевіряти наукові гіпотези.</p> <p>ЗК6. Здатність розуміння іншомовних професійних текстів, використання іноземних мов для представлення наукових результатів в усній та письмовій формі та для спілкування в міжнародному загальному, науковому і професійному середовищі.</p> <p>ЗК7. Здатність працювати у науковій та професійній групі з дотриманням етичних зобов'язань.</p> <p>ЗК8. Здатність до лідерських якостей, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт, започаткування та реалізацію проектів.</p> <p>ЗК9. Здатність здійснювати освітній процес, навчання, виховання, розвиток і професійну підготовку студентів до певного виду професійно-орієнтованої діяльності</p>

<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	<p>СК1. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.</p> <p>СК2. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних наукових текстів за напрямом досліджень.</p> <p>СК3. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності.</p> <p>СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК5. Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності.</p> <p>СК6. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК7. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень.</p> <p>СК8. Здібності до проведення оригінальних маркетингових досліджень, якість яких відповідає національному та світовому рівням.</p> <p>СК9. Здатність планувати зміст та управляти часом підготовки дисертаційного дослідження.</p> <p>СК10. Здатність брати участь у критичному діалозі у сфері маркетингових досліджень, міжнародних наукових дискусіях, висловлюючи та відстоюючи свою власну позицію.</p> <p>СК11. Здатність до генерування бізнес-ідей та прояву ініціативи щодо впровадження та практичного використання результатів наукового дослідження.</p> <p>СК12. Здатність приймати обґрунтовані маркетингові рішення з врахуванням кожного з інструментів маркетингу</p>
---	---

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (**Таблиця 1 Пояснювальної записки**).

ІІІ – НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

РН1. Знати та розуміти моделі аналізу і трансформацій тексту; способи компресії змісту текстів; ключову фахову термінологію, типовий науковий стиль; особливості побудови іншомовної статті, цитування, графічне оформлення; мовленнєвні кліше для монологічного і діалогічного спілкування.

РН2. Знати та розуміти методологічні проблеми, що виникають в сучасній науці; динаміку науково-технічного розвитку в широкому

соціокультурному контексті; призначення, змісту та функцій науки як соціального інституту; загальні закономірності розвитку науки, структуру та рівні наукового пізнання.

РН3. Розуміти особливості структури та уміти готувати наукові роботи (монографії, наукової статті, тези доповідей тощо), керуючись принципами академічної доброчесності.

РН4. Професійно відображати результати наукових досліджень у наукових статтях, опублікованих як у фахових вітчизняних виданнях, так і у виданнях, які входять до міжнародних науково метричних баз.

РН5. Вміти працювати з науковою літературою; виконувати постановку та розробляти алгоритм розв'язання маркетингових завдань; створювати інформаційну базу та працювати з нею під час виконання конкретних функцій управління маркетингом.

РН6. Знати та розуміти характеристики проектних форм наукових досліджень; технології роботи над дисертацією; принципи організації наукової праці; технології презентації, захисту та впровадження результатів наукових досліджень з урахуванням норм академічної етики.

РН7. Знати та вміти застосовувати концептуально-понятійний апарат і термінологію філософії науки до власних досліджень; формулювати проблеми і завдання конкретного наукового дослідження в професійній сфері (соціально-економічні науки), застосовувати методологічні прийомами висунення наукових гіпотез, їхньої перевірки і побудови наукової теорії.

РН8. Вміти визначити цілі маркетингової діяльності на ринку та представляти їх у вигляді дерева цілей, готувати медіа план та графік рекламної кампанії, організувати моніторинг показників медіа планування.

РН9. Володіти навичками проведення аналітичної та експериментальної наукової діяльності; методами економіко-математичного аналізу для використання у дослідженні та проектуванні складних економічних систем, статистичного оброблення отриманих результатів наукових досліджень з використанням сучасних інформаційних технологій в сфері маркетингу.

РН10. Володіти сучасними інноваційними технологіями, комп'ютерними системи та мережами, програмними продуктами для створенні нових знань, отримання наукових та практичних результатів у сфері маркетингу; навиками організації науково-дослідної діяльності;

РН11. Вміти розробляти план проведення науково-дослідних робіт; генерувати власні нові наукові ідеї з дотриманням норм професійної та академічної доброчесності, повідомляти свої знання та ідеї науковому співтовариству, розширюючи межі наукового пізнання.

РН12. Вміння та навики виявляти комплексні проблеми сучасного маркетингу та знаходити способи їхнього розв'язання шляхом продукування нових знань; аналізувати основні тенденції та генерувати пріоритетні напрями розвитку маркетингу; ефективно використовувати основні положення сучасних теорій маркетингу для подолання конкурентів, формувати маркетингові стратегії з огляду на ціннісні орієнтири сучасного суспільства та стан їх наукової розробки.

PH13. Вміти обґрунтовувати управлінські рішення, використовуючи нагромаджене теоретичне підґрунтя у галузі маркетингу, ідентифікувати підприємницькі ризики від впровадження маркетингової діяльності.

PH14. Бути здатним приймати обґрунтовані рішення, саморозвиватися і самовдосконалюватися, нести відповідальність за достовірність і новизну власних наукових досліджень та прийняття рішень, вміти мотивувати співробітників рухатися до спільної мети..

PH15. Презентувати результати досліджень у вигляді доповідей, звітів, проектів, захищати результати дисертаційного дослідження та вміти впроваджувати результати власних досліджень у сфері маркетингу.

IV. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

4.1. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ТА ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ

№	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Структура, %
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	26	47%
2	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	5	9%
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
3	<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	9	17%
4	<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>	15	27%
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ :		55	100%
<i>в тому числі: вибіркова складова</i>		20	36%

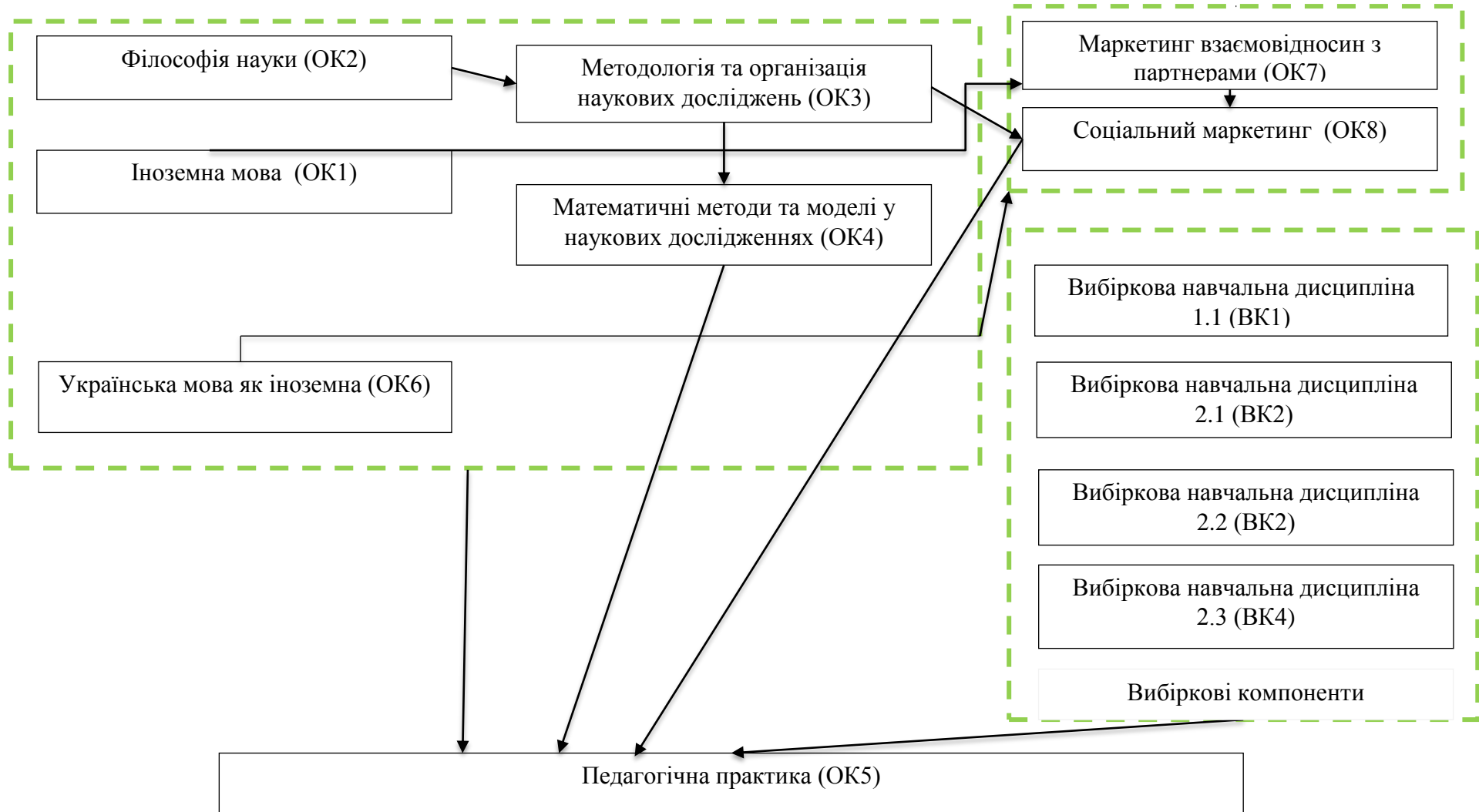
Код ОК	Освітні компоненти (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кредити ЄКТС	Форми підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ОК1	Іноземна мова*	6	Залік
ОК2	Філософія науки	4	Іспит
ОК3	Методологія та організація наукових досліджень	6	Залік

OK4	Математичні методи та моделі у наукових дослідженнях	5	Залік
OK5	Педагогічна практика	5	ЗВІТ
OK6	Українська мова як іноземна**	4	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК1	Вибіркова навчальна дисципліна 1.1	5	Залік
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
OK7	Маркетинг взаємовідносин з партнерами	5	Іспит
OK8	Соціальний маркетинг	5	Залік
<i>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</i>			
ВК2	Вибіркова навчальна дисципліна 2.1	5	Залік
ВК3	Вибіркова навчальна дисципліна 2.2	5	Залік
ВК4	Вибіркова навчальна дисципліна 2.3	5	Залік

4.2. ВИБІРКОВА СКЛАДОВА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ / НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

Вибіркова навчальна дисципліна – умовна назва навчальних дисциплін, які обираються здобувачами для включення до свого індивідуального навчального плану та які відображають його наукові інтереси, вподобання та плани на майбутнє дослідження. Вибіркові навчальні дисципліни є обов'язковими для вибору здобувачами і входять до загального обсягу кредитів ЄКТС за освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії. Загальний обсяг вибіркового навчальних дисциплін складає 20 кредитів ЄКТС (по 5 кредитів на дисципліну).

4.3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ освітньо-наукової програми Маркетинг третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти



V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційного іспиту (за наявності)	-
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері маркетингу або на його межі з іншими спеціальностями, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Дисертаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертаційна робота та її автореферат мають бути розміщені на сайті закладу вищої освіти (наукової установи). Дисертаційна робота має відповідати іншим вимогам, встановленим законодавством.
Вимоги до публічного захисту (за наявності)	

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті розроблені на підставі Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Політика щодо забезпечення якості вищої освіти	Безперервне вдосконалення якості навчального середовища, в якому якість освітньої програми, якість навчання і викладання, якість результатів і кваліфікацій, навчальні можливості та ресурсне забезпечення відповідають затвердженим стандартам, потребам стейкхолдерів, а також вимогам інших органів, що здійснюють зовнішнє забезпечення якості.
Забезпечення якості розроблення, затвердження, моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм	Процедурами забезпечення якості освіти є: <ul style="list-style-type: none"> розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти; розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;

- розробка системи оцінювання знань докторів філософії, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярного оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб, згідно з розробленими та затвердженими правилами.
 - організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
 - формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
 - створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
 - оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
 - розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти;
 - інших процедур і заходів.
- Здійснюється моніторинг і періодичний перегляд програм з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, слід інформувати всі зацікавлені сторони.
- Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання:
- змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам;
 - потреб суспільства, що змінюються;
 - навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми;
 - ефективності процедур оцінювання студентів;
 - очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання;
 - навчального середовища відповідності меті і змісту програми;
 - якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти.
- Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів

Забезпечення зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів	
Забезпечення якості студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання	<p>Оцінювання докторів філософії базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері; • критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь; • оцінювання докторів філософії дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання; • оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніж дві особи; • процедури оцінювання докторів філософії повинні враховувати пом'якшувальні обставини; • оцінювання докторів філософії є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур; • наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти.
Забезпечення якості науково-педагогічних працівників	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації; • прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації; • моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності; • обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; • оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації.
Ресурсне забезпечення освітнього процесу (навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти)	<p>Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними та доступними для докторів філософії ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.)та здійснюють відповідну підтримку студентів.</p> <p>При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки докторів філософії враховуються потреби різноманітного контингенту (такого як докторів філософії: з досвідом, заочної форми навчання, працюючі, іноземні, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання.</p>

	Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а докторів філософії поінформовані про їх наявність.
Інформаційне забезпечення (інформаційний менеджмент)	З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності докторів філософії; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.
Публічність інформації про освітні програми, освітню, наукову діяльність	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 075 Маркетинг публікується на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця, включаючи програми для потенційних докторів філософії, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг», включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.
Забезпечення академічної доброчесності	Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, базується на таких принципах: <ul style="list-style-type: none"> • дотримання загальноприйнятих принципів моралі; • демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм; • повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності; • дотримання норм законодавства про авторське право; • посилання на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей; • самостійне виконання індивідуальних завдань. У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих у ХНЕУ ім. С. Кузнеця положень та норм.

Пояснювальна записка

Матриця відповідності визначених Стандартом (за наявності) компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання ЗН1 Найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі науково-дослідної та/або професійної діяльності і на межі предметних галузей	Уміння	Комунікація К1 спілкування в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та/або професійної діяльності	Автономія та відповідальність
		УМ1 Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та складних ідей УМ2 Розроблення та реалізація проектів, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язання значущих соціальних, наукових, культурних, етичних та інших проблем		АВ1 Ініціювання інноваційних комплексних проектів, лідерство та повна автономність під час їх реалізації АВ2 Соціальна відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень АВ3 Здатність саморозвиватися і самовдосконалюватися протягом життя, відповідальність за навчання інших
Загальні компетентності – 9				
ЗК1	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК2		УМ1		АВ1
ЗК3.		УМ2	К1	АВ1
ЗК4	ЗН1	УМ1		АВ2
ЗК5	ЗН1	УМ1	К1	АВ2
ЗК6		УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2	К1	АВ3
ЗК9	ЗН1	УМ1		АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 12				
СК1	ЗН1	УМ1	К1	АВ1

ПРОЕКТ

CK2		YM2	K1	AB2
CK3	3H1	YM1	K1	AB2
CK4		YM1	K1	AB1
CK5		YM2		AB2
CK6	3H1	YM2	K1	AB2
CK7		YM1		AB1
CK8	3H1	YM2	K1	AB2
CK9	3H1	YM1	K1	AB2
CK10	3H1	YM2		AB1
CK11		YM1	K1	AB3
CK12	3H1	YM2		AB1

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів

Програмні результати навчання	Загальні компетентності									Спеціальні (фахові) компетентності											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PH1			OK1, OK6			OK1, OK6			OK5	OK1, OK6											
PH2	OK2	OK8								OK2, OK8					OK2						
PH3		OK3		OK3	OK3						OK3				OK3						
PH4						OK3												OK9			
PH5	OK7	OK3, OK8					OK1, OK3				OK1, OK6, OK7, OK*								OK3		
PH6						OK3, OK4			OK3			OK4						OK3			
PH7					OK2										OK2						
PH8		OK4, OK7			OK8										OK8	OK4, OK7	OK7				
PH9		OK3		OK3				OK4									OK3				OK4
PH10								OK4				OK4									
PH11				OK3														OK3			
PH12	OK3, OK4							OK7	OK5				OK5	OK4, OK5				OK3, OK5	OK7		

PH13								OK4, OK7												OK7	OK4
PH14							OK4			OK3										OK3	OK4
PH15	OK1, OK6	OK1, OK6							OK5, OK7		OK1, OK3, OK5, OK6, OK7										

**Гарант ОП
Маркетинг**

_____ **Надія ЛИСИЦЯ**
(підпис)

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньої програми Маркетинг**

Назва структурного/ функціонального підрозділу/ посадова особа	Дата, підпис
1. Навчальний відділ	
2. Відділ забезпечення якості освіти та інноваційного розвитку	
3. Завідувач випускової кафедри	
4. Заступник керівника (проректор з науково-педагогічної роботи)	

Структура рецензії-відгуку на ОП

РЕЦЕНЗІЯ

Назва ОП, спеціальність _____, рівень вищої освіти _____

1. Актуальність ОП.
2. Короткий зміст.
3. Загальна оцінка.
4. Недоліки.
5. Висновки.