

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 підприємствами  
кваліфікація: доктор філософії з маркетингу

Запоріжжя, 2025

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» 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** – керівник робочої групи, гарант ОП «Маркетинг» за ОР «PhD» доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

**Кукіна Наталія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент, 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;

**Хлівецький Володимир** – здобувач 2 курсу ОНП «Маркетинг» за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного.

**Бінчева Поліна Геннадіївна** – старший викладач кафедри маркетингу, випускниця ОНП «Маркетинг» 2023 р. Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

**Онегіна Вікторія Михайлівна** - доктор економічних наук, професор, професор кафедри глобальної економіки Державного біотехнологічного університету;

**Руденко Катерина** – координатор відділу кадрів та даних у «New Power Foreign Workers in Israel», м. Хайфа, Ізраїль;

**Артамошина Олена Вікторівна** – керівника відділу персоналу ТОВ «Хегельманн Транспорте Юкрейн»

**Столярчук Надія Миколаївна** – к.е.н., старший науковий співробітник, голову Ради молодих вчених Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки»

**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>	Особа має право здобувати ступінь доктора філософії за умови наявності в нього другого (магістерського) ступеня вищої освіти або вищої освіти за іншим напрямом підготовки (спеціальністю).
<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 (33%), освітні компоненти циклу професійної підготовки (42%), вибіркові компоненти (25%).</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-наукова
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	<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><b>Ключові слова:</b> стратегічне управління, цифровий маркетинг, бізнес модель, експортний маркетинг</p>
<b>Особливості програми</b>	<b>Освітня складова.</b> ОНП передбачає проходження

	<p>компонент, структура та зміст яких розроблений на основі міжнародного досвіду викладання дисциплін сучасного маркетингу та інноваційних моделей 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 проекту з метою обґрунтування наукової інноваційної ідеї.</p>
<p><b>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>	
<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Працевлаштування у вищих навчальних закладах освіти, 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);  2419.2 – консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.  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);  2310.2 – викладач вищого навчального закладу.</p>

<b>Продовження освіти</b>	Доктор філософії з маркетингу має право продовжити освіту за науковою програмою доктора наук, брати участь у пост докторських міжнародних програмах та програмах навчання протягом життя, навчатися як консультант.
<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	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 воєнного стану освітня підготовка відбувається онлайн з використанням ZOOM, 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.
<b>Оцінювання</b>	<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 контроль. 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> . 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 проектів, зарахування результатів проходження тренінгів та навчання на онлайн

	<p>платформах (як виду неформальної освіти).</p> <p><b>Наукова складова.</b> Результати проходження наукової складової оцінюється на основі виступів на науково-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>
<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</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</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</p>



знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.

РН3. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

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.

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.

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.

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.

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. Організувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.
<b>Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти</b>	РН10. Володіти сучасними інноваційними технологіями в сфері маркетингу із застосуванням програмного забезпечення та застосувати сучасні підходи цифрового аналізу маркетингової діяльності. РН11. Розробляти маркетингові стратегії суб'єктів господарської діяльності та маркетингові проекти провадження інноваційних процесів маркетингу з метою виходу на зовнішні ринки. РН12. Обґрунтовувати та запроваджувати інноваційні бізнес моделі маркетингової діяльності та просування товарів на внутрішніх і зовнішніх ринках.
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
Матеріально-технічне забезпечення	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
Інформаційне та навчально- методичне забезпечення	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.
<b>9. Академічна мобільність</b>	
Національна кредитна мобільність	Система ECTS з обсягом 1 кредиту 30 годин. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», <a href="#">Положення про організацію освітнього процесу в</a>

	<p><a href="#">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</p> <p><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>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</p>	<p>Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», <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 за результатами запровадження програми Erasmus+ Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану DigEco: 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-SBHE-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 дисципліни «Export Marketing» можуть бути зараховані як неформальна освіта за результатами проходження 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>
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Можливе у межах ліцензійного обсягу спеціальності після вивчення курсу української мови</p>

## 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 захист прав інтелектуальної власності	3	Диф залік
OK2	Сучасні методики викладання у вищій школі та педагогічна майстерність	3	Диф залік
OK3	Управління науковими проєктами та фінансування досліджень	3	Диф залік
OK4	Іноземна мова для академічних цілей	6 (3 кредити за кожним семестром)	1 диф. залік, 1 екзамен (2 семестр)
OK5	Методологія економічних досліджень	5	Екзамен
<b>Всього за циклом загальної підготовки</b>		<b>20</b>	<b>4 диф. заліка, 2 екзамени</b>
<b>2. Цикл професійної підготовки</b>			
OK6	Стратегічне управління маркетинговими процесами	6	Екзамен
OK7	Цифровий маркетинг та клієнтський досвід	5	Екзамен
OK8	Тренінг курс Export Marketing	4	Екзамен
OK9	Сучасні бізнес моделі в маркетингу	5	Екзамен
<i>Всього</i>		<b>20</b>	<b>4 екзамени</b>
<b>Практична підготовка</b>			
OK10	Асистентська практика	5	Диф залік
<i>Всього</i>		5	1 диф залік
<b>Всього за циклом професійної підготовки</b>		<b>25</b>	<b>1 диф. залік, 4 екзамени</b>
<b>Дисципліни за вибором здобувача</b>			
BK1	Вибіркова дисципліна №1 (курс DigEco)	5	Диф залік

ВК2	Вибіркова дисципліна №2 (курс за напрямом дослідження)	5	Диф залік
ВК3	Вибіркова дисципліна №3 (курс з отримання Soft Skills)	5	Диф залік
<b><i>Всього дисциплін за вибором здобувача</i></b>		<b><i>15</i></b>	<b><i>3 диф. заліка</i></b>
<b>Всього за обов'язковою частиною підготовки</b>		<b>45</b>	5 диф. заліків, 6 екзаменів
<b>Всього за вибірковою частиною підготовки</b>		<b>15</b>	3 диф. заліка
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>60</b>	<b>8 диф. заліків, 6 екзаменів</b>

## 2.1 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.

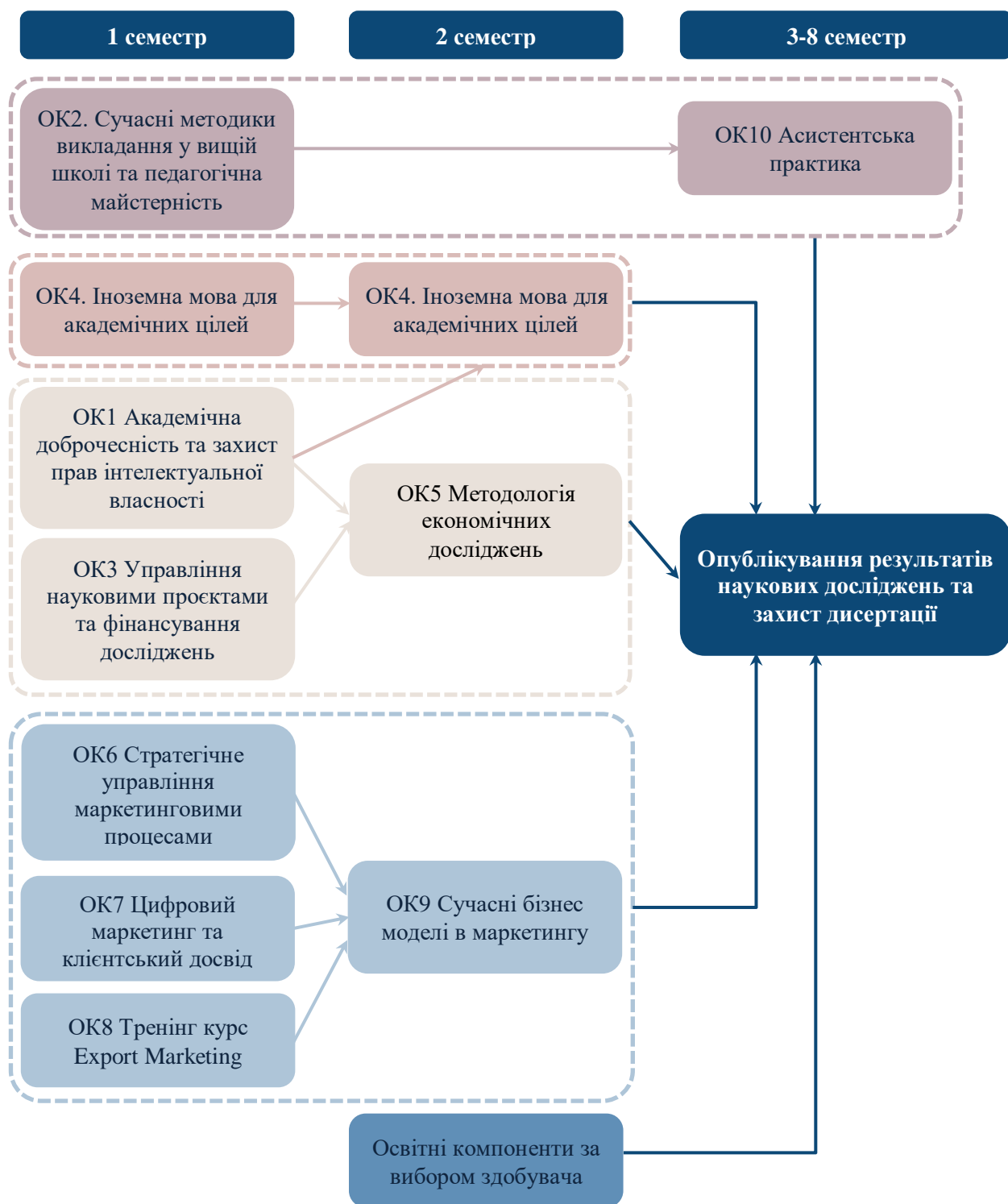


Рис. 2.1. Структурно-логічна схема ОНП за спеціальністю 075 «Маркетинг»

## 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 проектної частини дослідження. 13. Виступ на міжнародній науково-практичній	12. Проектна частина дисертації. Розділ 3.1 та 3.2. 13. Тези у збірнику наук. праць міжнародної

Рік підготовки	Зміст наукової роботи здобувача	Форма звітності
	конференції.	конференції
4 рік 8 семестр	14. Виконання проектної частини дослідження. 15. Публікація результатів наукових досліджень в журналах, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS	14. Проектна 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 кваліфікаційної роботи	<p>Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання конкретної 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.</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

У Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного функціонує система управління якістю, яка відповідає 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/>

У ТДАТУ впроваджена 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 ОНП «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 Навально-наукового центру ТДАТУ) зріз знань у формі проходження комп'ютерного тестування перед екзаменом та на початку наступного семестру для виявлення рівня залишкових знань <https://op.tsatu.edu.ua/>;
- аналіз відгуків керівників асистентської практики;
- онлайн-опитування, анкетування стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, випускників, роботодавців, викладачів тощо) щодо якості освітньої програми та організації освітнього процесу на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschojiosvity/onlajn-opytuvannja-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/> ;
- 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/monitorynhsteykholderiv-schodo-jakosti-osvity/> ;
- розміщення інформації про освітню програму для можливості публічного перегляду, інформування про зміни в освітній програмі на сайті науки <http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/aspirantura-ta-doktorantura/navchannja/osvitno-naukovi-prohramy/075-marketynh/> ;
- періодичну перевірку відділом моніторингу якості освітньої

діяльності ТДАТУ якості проведення занять викладачами кафедри та методичного забезпечення освітнього процесу;

- організація відкритих лекцій та практичних занять викладачами кафедри маркетингу;

- оцінювання досягнень науково-педагогічних працівників по завершенню навчального року, що здійснюється відповідно до [«Положення про рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників ТДАТУ»](#) згідно затверджених критеріїв та оприлюднюється на вебсайті університету;

- регулярне підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, що забезпечують освітній процес за програмою, яка спрямоване на посилення практичної складової шляхом проходження довгострокових стажувань на підприємствах, установах, організаціях, участі у міжнародних проєктах, грантових програмах;

- 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;

- 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](#), [Положенням про академічну доброчесність учасників освітнього процесу](#) та [Антикорупційною програмою ТДАТУ](#);

- регулярні анонімні онлайн-опитування здобувачів вищої освіти щодо дотримання норм академічної доброчесності на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschojosvity/onlajn-opytuvannja-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;

- всі кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти, наукові та навчальні праці науково-педагогічних працівників ТДАТУ перевіряються на предмет академічного плагіату.

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

- щорічне оновлення робочих програм навчальних дисциплін 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:

- програмних результатів та компетентностей, визначених освітньо-науковою програмою (таблиця 5.1);
- програмних результатів навчання та освітніх компонент (таблиця 5.2);
- програмних компетентностей компонентам освітньо-наукової програми (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	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			+				+	+	+		+

**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	Наукова складова
ЗК 1		+	+	+	+	+				+	+
ЗК 2		+	+		+	+	+		+	+	+
ЗК 3	+	+	+	+			+	+		+	+
ЗК 4	+	+			+	+	+	+	+	+	+
ФК 1	+		+	+	+	+		+	+		+
ФК2	+	+				+		+	+	+	+
ФК3		+	+			+	+	+	+	+	+
ФК 4		+								+	+
ФК 5		+	+			+		+		+	+
ФК 6		+		+	+	+	+	+	+	+	+
ФК 7		+	+		+	+	+	+	+	+	+
ФК 8			+	+	+	+	+	+	+		+
ФК 9		+	+			+	+			+	+
ФК 10						+	+	+			+
ФК11			+			+	+	+	+		+
ФК12		+				+		+	+	+	+

## 6. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ 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 13.01.2024 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 13.01.2024 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://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2022/04/08/075-Marketynh-07.04.22-313.pdf> (дата звернення 13.01.2024 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 13.01.2024 р.).

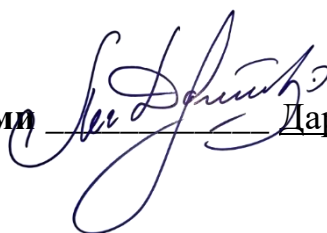
5. Національна рамка кваліфікацій : Постанова Кабінету Міністрів України №1341 від 23.11.2011 (зі змінами) URL: <https://bit.ly/3cf7D1A> (дата звернення 13.01.2024 р.).

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 13.01.2024 р.).

7. Положення про освітні програми в Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного / Ломейко О.П., Кувачов В.П, Галько С.В., Колокольчикова І.В., Іванова І.Є., Скляр Р.В. – Запоріжжя: ТДАТУ, 2023. – 36 с. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/nmc/wp-content/uploads/sites/52/polozhennja-pro-osvitni-prohramy-v-tdatu-2023-02.03.23.pdf>

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

Гарант освітньо-наукової програми



Дар'я ЛЕГЕЗА