

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

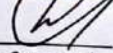
третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
кваліфікація: доктор філософії з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ

Голова вченої ради

проф. Р.В. Павелків
(протокол № 9 від «11» 09, 2024 р.)

Освітньо-наукова програма вводиться в дію з
«1» жовтня, 2024 р.


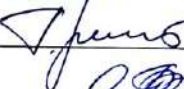
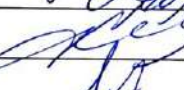


в. о. ректора  проф. Павелків Р. В.
(наказ № 163-01-01 від «13» 09, 2024 р.)

Рівне – 2024 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми
«Маркетинг»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Третій
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Доктор філософії
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 Бізнес, адміністрування та право
КВАЛІФІКАЦІЯ Доктор філософії з маркетингу

Розробники програми:

Гарант ОНП  Оксана ПАЛАМАРЧУК
Член робочої групи  Тарас МИКИТИН
Член робочої групи  Оксана ПЕЛЕХ
Член робочої групи  Тетяна ПАНЮК
Член робочої групи  Наталія ЯКУБОВСЬКА

ВНЕСЕНО

Кафедрою економіки та управління бізнесом
Протокол № 8 від «17» 08 2024 р.

Завідувач кафедри
економіки та управління бізнесом  Тетяна ПАНЮК

ПОГОДЖЕНО:

В.о. ректора  Роман ПАВЕЛКІВ

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукова програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці докторів філософії спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

Освітньо-наукова програма сформована відповідно до побажань стейкхолдерів та із врахуванням Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 333 від 07.04.2022 р.) робочою групою спеціальності 075 Маркетинг Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Паламарчук Оксана Степанівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету

Члени робочої групи:

1.Микитин Тарас Миронович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

2.Пелех Оксана Богданівна, доктор економічних наук, професор кафедри документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

3.Панюк Тетяна Петрівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

4.Якубовська Наталія Василівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

Стейкхолдери:

1.Буднікевич І.М., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу, інноваційного та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (рецензія додається).

2.Зарічна О. В., д. е. н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (рецензія додається).

1. Профіль освітньої програми доктора філософії зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Рівненський державний гуманітарний університет, кафедра економіки та управління бізнесом
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітня кваліфікація: доктор філософії з маркетингу Кваліфікація в дипломі: Ступінь вищої освіти – доктор філософії Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, у тому числі освітня складова – 60 ЄКТС; наукова складова – 180 кредитів, термін навчання 4 роки
Наявність акредитації	---
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, QF-EHEA – третій цикл, EQF LLL –8 рівень
Передумови	Другий (магістерський) рівень, ОКР спеціаліст
Мова (и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	На період навчання
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/doktor-filosofii/2308-op-doktor-filosofiyi
2 – Мета освітньої програми	
<p>Підготовка професіоналів, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та / або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Цілі ОНП відповідають місії та стратегії університету (http://www.rshu.edu.ua/images/rshu/strathia_rozvitku_rshu.pdf).</p>	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>Галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.</p> <p><i>Об'єкт діяльності:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання</i> – набуття здатності розв'язувати 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><i>Теоретичний зміст</i> предметної області: сучасні маркетингові концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності</p>

	<p>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><i>Методи, методики, та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науководослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Спеціальна освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингові інновації, наукові положення управління маркетингом, оптимізація маркетингу.</p>
Особливості програми	Програма передбачає застосування широкого кола загальнонаукових і спеціальних аналітичних методів, принципів і прийомів наукових досліджень, з урахуванням сучасного світового досвіду в сфері маркетингу, а також сучасних інформаційних систем і програмних продуктів, необхідних для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, проведення оригінальних наукових досліджень у сфері маркетингу.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, тощо в установах та організаціях.
Подальше навчання	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання на засадах студентоцентрованого та компетентнісно-орієнтованого навчання, проведення практичних занять, консультацій, проходження практики, з елементами самонавчання на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет.
Оцінювання	Усні та письмові екзамени, заліки, тестовий контроль; проміжні звіти, атестації, захист педагогічної практики, захист дисертації.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.
Загальні компетентності (ЗК)	<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 академічної доброчесності.</p>

<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>СК1. 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>СК2. 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>СК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК5. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p> <p>СК6. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК7. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p> <p>СК08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.</p>
<p>7- Програмні результати навчання (Р)</p>	
	<p>Р1. 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>Р2. 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>Р3. 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.</p> <p>Р4. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.</p> <p>Р5. 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>Р6. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної</p>

	<p>етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.</p> <p>P7. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>P8. 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>P9. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.</p>
--	---

8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньої програми

Кадрове забезпечення	Рівень освітньої та професійної кваліфікації професорсько-викладацького складу, які забезпечують реалізацію освітньої програми, відповідає державним вимогам.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання інформаційного освітнього середовища Рівненського державного гуманітарного університету та авторських розробок професорсько-викладацького складу.

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та зарубіжними закладами вищої освіти http://dir.rshu.edu.ua/partners/
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Так, за умови вільного володіння українською мовою

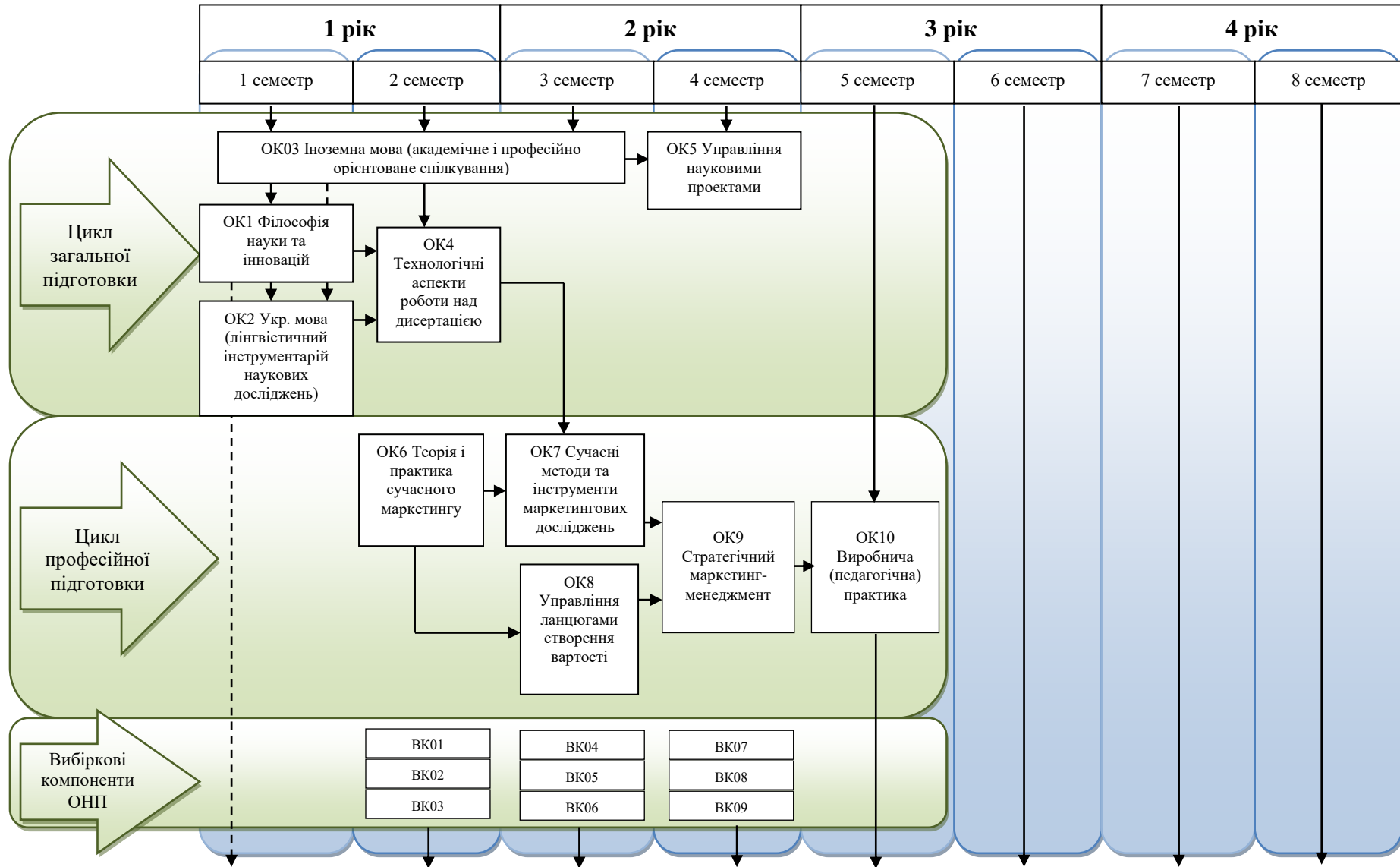
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент ОП

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОНП				
1. Цикл загальної підготовки (20 кредитів).				
1.	ОК 01	Філософія науки та інновацій	4	Екзамен
2.	ОК 02	Українська мова (лінгвістичний інструментарій наукових досліджень)	3	Залік
3.	ОК 03	Іноземна мова (академічне і професійно орієнтоване спілкування)	6	Залік, залік, екзамен
4.	ОК 04	Технологічні аспекти роботи над дисертацією	4	Екзамен
5.	ОК 05	Управління науковими проектами	3	Залік

2. Цикл професійної підготовки (25 кредитів)				
6.	ОК 06	Теорія і практика сучасного маркетингу	4	Екзамен
7.	ОК 07	Сучасні методи та інструменти маркетингових досліджень	4	Екзамен
8.	ОК 08	Управління ланцюгами створення вартості	3	Залік
9.	ОК 09	Стратегічний маркетинг-менеджмент	5	Екзамен
10.	ОК 10	Виробнича (педагогічна) практика	9	Залік
Всього за обов'язковими компонентами			45	6 екзаменів 6 заліків
Вибіркові компоненти ОНП				
(здобувач обирає по одній дисципліні з переліку кожного блоку: 2 навчальні дисципліни відповідно до наукових інтересів за спеціальністю 075 Маркетинг; 1 – із блоку вибіркових дисциплін інших ОНП університету)				
Блок 1				
11.	ВК 01	Теорія експерименту в маркетингу	5	Залік
12.	ВК 02	Теорія і методика викладання маркетингу у вищій школі		
13.	ВК 03	Вибір		
Блок 2				
14.	ВК 04	Маркетинг у цифровому середовищі	5	Залік
15.	ВК 05	Data і Text Mining в маркетингових дослідженнях		
16.	ВК 06	Вибір		
17.	ВК 07	Поведінковий маркетинг	5	Залік
18.	ВК 08	Нейромаркетинг і маркетингова психологія		
19.	ВК09	Вибір		
Загальний обсяг вибіркових компонентів			15	3 заліки
Загальний обсяг освітньо-наукової програми			60	6 екзаменів 9 заліків

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



НДР. Підготовка дисертації; експериментальна робота з об'єктом дослідження; написання та подання наукових статей до фахового видань; участь у конференціях, семінарах та ін.; проведення апробації роботи на кафедрі; засідання наукової ради, факультету; попередній захист дисертації (публічна презентація здобувачем наукових результатів дисертації) на здобуття наукового ступеня доктора філософії (PhD).

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-наукової програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі публічного захисту дисертації і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня доктора філософії із присвоєнням кваліфікації: доктор філософії з маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.
Вимоги до дисертації на здобуття ступеня доктора філософії	<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, становлять оригінальний внесок у розвиток відповідної спеціальності та оприлюднені у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях.</p> <p>Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p> <p>Дисертація має бути оприлюднена на офіційному сайті Рівненського державного гуманітарного університету, кафедри економіки та управління бізнесу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення дисертацій, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (8-й рівень)

Класифікація компетентностей	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Перелік компетентностей	ЗН1. Концептуальні та методологічні знання в галузі чи на межі галузей знань або професійної діяльності	УМ1. Спеціалізовані уміння/навички і методи, необхідні для розв'язання значущих проблем у сфері професійної діяльності, науки та/або інновації, розширення та переоцінки вже існуючих знань і професійної практики	К1. Вільне спілкування з питань, що стосуються сфери наукових та експертних знань, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством загалом	ВА1. Демонстрація значної авторитетності, інноваційності, високий ступінь самостійності, академічна та професійна доброчесність, послідовна відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної або наукової діяльності
		УМ2. Започаткування, планування, реалізація та коригування послідовного процесу ґрунтовного наукового дослідження з дотриманням належної академічної доброчесності	К2. Використання академічної української та іноземної мови у професійній діяльності та дослідженнях	ВА2. Здатність до безперервного саморозвитку та самовдосконалення
		УМ3. Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та комплексних ідей.		
Загальні компетентності				
ЗК01	ЗН1	УМ1 УМ3	К1	ВА2
ЗК02	ЗН1	УМ2 УМ3		ВА1 ВА2
ЗК03		УМ1 УМ3	К1 К2	ВА1
ЗК04	ЗН1	УМ1 УМ2	К1	ВА1 ВА2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК01	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К1	ВА1
СК02			К1 К2	
СК03	ЗН1	УМ1 УМ2	К1	ВА2
СК04	ЗН1	УМ1 УМ2	К1 К2	ВА1
СК05	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К1	ВА1
СК06	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К1	ВА1 ВА2
СК07	ЗН1	УМ1 УМ3	К1	ВА1 ВА2
СК08	ЗН1	УМ1 УМ2 УМ3	К2	ВА1

**5. Матриця відповідності програмних результатів навчання (Р)
відповідним компонентам освітньої програми**

	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09	ОК 10	ВК 01	ВК 02	ВК 03	ВК 04	ВК 05	ВК 06	ВК 07	ВК 08	ВК 09			
P01				•		•		•	•		•		Вибір	•	•	Вибір	•	•	Вибір			
P02				•		•																
P03	•	•		•	•						•				•		•					
P04					•	•	•	•	•	•		•								•	•	
P05	•		•				•			•		•										
P06	•			•	•	•	•								•		•			•	•	
P07		•	•																			
P08							•		•						•		•					
P09		•	•			•				•	•	•										

6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Рівненському державному гуманітарному університеті функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗВО та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ЗВО, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працівників ЗВО та здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) може за поданням Рівненським державним гуманітарним університетом оцінюватися Національним агенством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агенством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти).

Гарант освітньо-наукової програми



Оксана ПАЛАМАРЧУК