

# ПРОЄКТ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти  
Ступінь вищої освіти: доктор філософії  
за спеціальністю **D5 «Маркетинг»**  
галузі знань **D «Бізнес, адміністрування та право»**  
Кваліфікація: Доктор філософії з маркетингу

**РОЗГЛЯНУТО ТА ЗАТВЕРДЖЕНО  
ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

протокол №\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

освітньо-наукова програма вводиться в

з «\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

наказ №\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

Ректор \_\_\_\_\_ Лариса ІВАНЧЕНКОВА

Одеса – 2025 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
освітньої програми  
«Маркетинг»

галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
спеціальність	D5 «Маркетинг»
спеціалізація	-
рівень вищої освіти	третій
ступінь	Доктор філософії

**ПОГОДЖЕНО**

Директор ННІЕУіБ ім. Г.Е. Вейнштейна

\_\_\_\_\_ Катерина КОЗАК  
(підпис)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025р.

Завідувач відділу аспірантури  
і докторантури

\_\_\_\_\_ Людмила БЕРЕЗОВСЬКА  
(підпис)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

**СХВАЛЕНО ТА РЕКОМЕНДОВАНО**

Методичною Радою зі спеціальності D5  
«Маркетинг» галузі знань D Бізнес,  
адміністрування та право  
протокол №\_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025р.

Голова Ради зі спеціальності

\_\_\_\_\_ Володимир ЛАГОДІЄНКО  
(підпис)

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукова програма Маркетинг третього рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право розроблена робочою групою у складі:

1. Керівник робочої групи (гарант освітньо-наукової програми): Лагодієнко Володимир Вікторович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі.

2. Член робочої групи: Басюркіна Наталія Йосипівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом.

3. Член робочої групи: Савченко Тетяна Вікторівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі.

4. Член робочої групи: Павлова Олена Миколаївна, д.е.н., проф. завідувачка кафедра економіки, підприємництва та маркетингу Волинського національного університету ім. Лесі Українки.

5. Член робочої групи: аспірантка першого року навчання Богданова Марія Валеріївна.

Рецензії – відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Самчук Галина Анатоліївна, директор ТОВ «ВЕСНА АГРО»

2. Надія Сергіївна Красиленко, керівник відділу маркетингу ТОВ «Алколайн»

3. Данько Юрій Іванович, проректор з наукової та міжнародної діяльності, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та логістики Сумського Національного аграрного університету.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів розміщені за посиланням <http://marketing.ontu.edu.ua/osvitno-profesijni-programi/>.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» підготовки фахівців третього рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 року № 1556-VII зі змінами, Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015р. № 1187 (змін до Постанови КМУ від 30.12.2015р. № 1187, в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 10.05.2018р. № 347 та змін до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 03 березня 2020 р. № 180); Постанови КМУ № 261 від 23.03.2016 р. "Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах)", Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для третього рівня вищої освіти, затвердженого Наказом МОН України від 07.04.2022 р. № 313, Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого Наказом МОН України від 11.07.2019р. № 977 тощо.

# 1. Профіль освітньо-наукової програми «Маркетинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Одеський національний технологічний університет Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі
<b>Рівень вищої освіти</b>	Третій (освітньо-науковий) рівень
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Доктор філософії
<b>Галузь знань</b>	D «Бізнес, адміністрування та право»
<b>Спеціальність</b>	D5 «Маркетинг»
<b>Форми здобуття освіти</b>	Очна (денна) та заочна
<b>Освітня кваліфікація</b>	Доктор філософії з маркетингу
<b>Професійна кваліфікація</b>	Не присвоюється
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – доктор філософії Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії становить 48 кредитів ЄКТС. Термін підготовки 4 роки. Наукова складова передбачає проведення власного наукового дослідження та оформлення його результатів у вигляді дисертації
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитація відсутня
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – третій цикл, EQF LLL – 8 рівень
<b>Передумови</b>	Для здобуття освітнього рівня «доктор філософії» зі спеціальності D5 «Маркетинг» можуть вступати особи, які здобули освітній рівень «магістр» (ОКР спеціаліста). Програма фахових вступних випробувань для осіб, що здобули попередній рівень вищої освіти за іншими спеціальностями повинна передбачати перевірку набуття особою компетентностей та результатів навчання, що визначені стандартом вищої освіти зі спеціальності D5 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти.
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До 30.09.2029
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://nmv.ontu.edu.ua/filosof">http://nmv.ontu.edu.ua/filosof</a>

## 2 – Мета освітньої програми

Підготовка фахівців, здатних розв'язувати комплексні задачі в галузі професійної та дослідницько-інноваційної діяльності з формування програмних компетентностей, що дозволять оволодіти базисними знаннями, вміннями, навичками, необхідними для здійснення оригінального наукових досліджень у сфері маркетингу і забезпечать підготовку кадрів з розробки, запровадження і розвитку технологій для здорового, тривалого життя людини, а також здійснювати науково-педагогічну діяльність у сфері маркетингу.

### 3 - Характеристика освітньої програми

<p><b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b></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 предметної області:</i> загальнонаукові 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><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові 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><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>
<p><b>Орієнтація освітньої програми</b></p>	<p>Освітньо-наукова</p>
<p><b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b></p>	<p>Акцент робиться на вирішенні широкого спектру комплексних проблеми професійної, педагогічної та дослідницько - інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу з врахуванням специфіки діяльності ринкових суб'єктів у різних галузях підприємництва та зростаючої ролі формування довгострокових лояльних взаємовідносин зі споживачами.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетинг взаємодії, маркетингові стратегії, інновації в маркетингу.</p>
<p><b>Особливості програми</b></p>	<p>Програма охоплює дисципліни, що передбачають поєднання теоретичних аспектів із практичними прикладами майбутньої діяльності, що дозволяє здобувачам освіти набутти необхідних навичок. Орієнтована на глибоку професійну підготовку сучасних фахівців, підприємців, аналітиків, експертів, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного глобального бізнес-середовища. Формує фахівців управлінців з новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи дослідження, але й розробляти нові на базі сучасних наукових досягнень, впроваджувати інноваційні проекти та забезпечувати маркетинговий супровід у різних сферах підприємництва.</p> <p>Освітньо-наукова програма передбачає поєднання теоретичних знань та практичну (в т.ч. педагогічну) підготовку. Навчання проводиться в активному дослідницькому науковому середовищі, що передбачає використання інтерактивних, відкритих та проблемних лекцій, семінарів і круглих столів із запрошенням відомих фахівців і практиків з маркетингу та суміжних галузей знань, участь у бізнес-тренінгах, використання кейс-методів, а також застосування сучасних освітніх інформаційно комунікаційних технологій.</p>
<p>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Працевлаштування на посадах наукових і науково- педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, тощо в установах та організаціях.</p>
<p><b>Подальше навчання</b></p>	<p>Здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих</p>
<p>5 – Викладання та оцінювання</p>	
<p><b>Викладання та</b></p>	<p>Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований,</p>

<b>навчання</b>	інтерактивного навчання з використанням сучасних освітніх технологій та методик (лекції-дискусії, семінарські та практичні заняття, наукові семінари, самостійна робота з інформаційними джерелами, консультації викладачів, дистанційне навчання, самонавчання під час підготовки до занять. Лекційні курси поєднуються з практичними заняттями, семінарами, диспуатами, «мозковими штурмами». Навчання відбувається в невеликих групах, що дозволяє практикувати студентсько-центроване навчання. У навчальному процесі застосовуються такі методи: організації та здійснення, стимулювання й мотивації, контролю, корекції ефективності навчально-пізнавальної діяльності, проблемно-пошукові. Самостійна робота на основі підручників та конспектів лекцій, консультацій із викладачами визначається як особистісно-орієнтована педагогічна взаємодія суб'єктів навчання. До проведення занять залучаються професіонали-практики. Здобувачі освіти беруть безпосередню участь у виконанні науково-дослідних робіт.
<b>Оцінювання</b>	<b>Освітня складова програми.</b> Система контролю опанування аспіратами дисциплін освітньо-наукової програми складається з поточного та підсумкового видів контролю. Поточний контроль має на меті отримання оперативних даних про рівень знань аспірантів і якість сформованих ними компетентностей. Він передбачає застосування комплексу методів опитування: усне опитування, тестовий контроль, виконання проектних завдань тощо. Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену / диференційного заліку проводиться як форма оцінювання рівня засвоєння аспірантом теоретичного і практичного матеріалу з навчальної дисципліни. Наукова складова програми. Оцінювання наукової діяльності аспірантів здійснюється на основі кількісних та якісних показників, що характеризують підготовку наукових праць, участь у наукових конференціях, підготовку дисертації відповідно до затвердженого індивідуального плану наукової роботи аспіранта. Кінцевим результатом є належним чином оформлений (за результатами наукового дослідження) рукопис дисертаційної роботи, її публічний захист й присудження здобувачу наукового ступеня доктор філософії.
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК04. 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.
<b>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)</b>	СК01. 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. СК02. 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. СК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності. СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. СК5. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та

	<p>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>СК09*Здатність до виявлення закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень та розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності інструментів цифрового маркетингу</p>
--	--

### 7 – Програмні результати навчання

<p><b>Програмні результати навчання (ПРН)</b></p>	<p>РН01. 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>РН02. 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>РН03. 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>РН04. 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>РН05. 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>РН06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.</p> <p>РН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>РН08. 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>РН09. Організувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.</p>
---	--

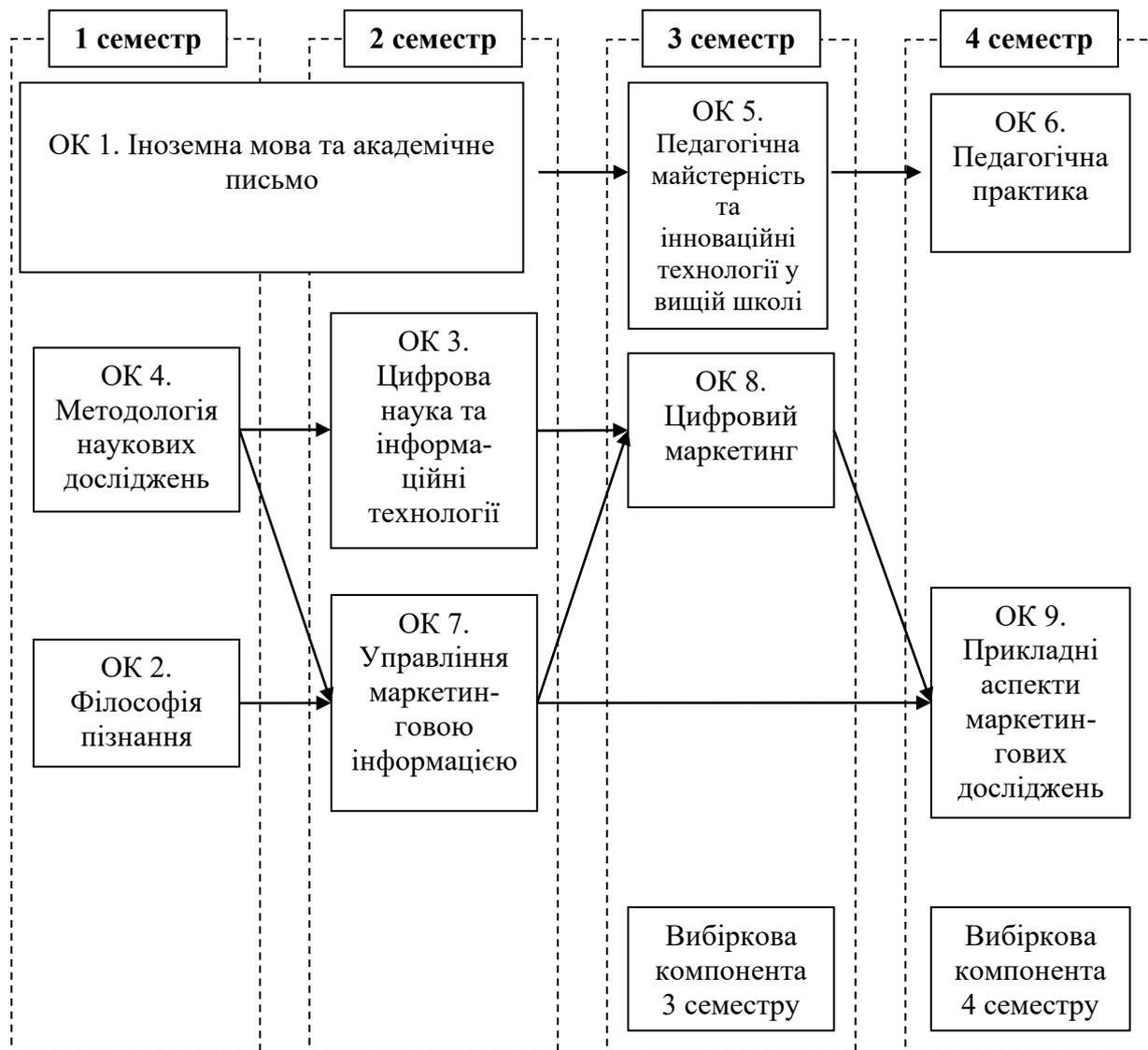
	PH10*. Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері цифрового маркетингу
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Члени робочої групи: 3 доктора та 1 кандидат наук є штатними співробітниками Одеського національного технологічного університету, а також представник від потенційних роботодавців. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими степенями та науковими званнями, професіонали-практики - для проведення тематичних майстер-класів та відкритих лекцій Всі науково-педагогічні працівники щонайменше один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації (стажування) на провідних харчових підприємствах півдня України та у закладах вищої освіти Європейських країн. Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-наукову програму відповідають кадровим вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-наукової програми, є штатними співробітниками академії. Відповідальні за освітні компоненти мають науковий ступінь і вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної підготовки.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі. В ОНТУ встановлено локальні комп'ютерні мережі та бездротовий доступу до мережі Інтернет через WiFi. Користування Інтернет-мережею безлімітне. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Для проведення досліджень та обробки обліково-аналітичних результатів створено спеціалізований комп'ютерний кабінет з відповідним програмним забезпеченням.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам. Кожна дисципліна забезпечена комплексом навчально-методичних матеріалів (підручниками, силабусами, робочими програмами, конспектами лекцій, методичними вказівками до практичних занять) Інформаційне забезпечення – актуального змістовного контенту, що міститься у Науково-технічній бібліотеці ОНТУ <a href="https://library.ontu.edu.ua/">https://library.ontu.edu.ua/</a> , на сайті кафедри (посилання на сайт кафедри) та у модульному дистанційному середовищі <a href="http://moodle.ontu.edu.ua/">http://moodle.ontu.edu.ua/</a>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Національна академічна мобільність здійснюється на підставі укладених договорів між ОНТУ та закладами вищої освіти України. Порядок перезарахування кредитів регулюється Положенням про порядок перезарахування результатів навчання (навчальних дисциплін) в ОНТУ <a href="https://ontu.edu.ua/download/pubinfo/Regulations_procedure_recalculation_training_results-ONUT.pdf">https://ontu.edu.ua/download/pubinfo/Regulations_procedure_recalculation_training_results-ONUT.pdf</a>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	ОНТУ має партнерські угоди міжнародної академічної мобільності з університетами у межах різних програм: Еразмус+, програми подвійних дипломів, тощо <a href="http://inter.ontu.edu.ua/">http://inter.ontu.edu.ua/</a>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Іноземні громадяни навчаються в ОНТУ за загальнодержавними програмами та договорами, укладеними з юридичними та фізичними особами. Їм гарантуються всі права і свободи, у відповідності до діючого стандарту України та статуту Університету

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

Шифр	Назва компоненти ОПП	Кількість кредитів	Кількість годин	Форма контролю
<b>ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ</b>				
<b>Цикл дисциплін, що формують загальнонаукові компетентності та універсальні навички дослідника</b>				
ОК 1	Іноземна мова та академічне письмо	6	180	екзамен
ОК 2	Філософія пізнання	3	90	екзамен
ОК 3	Цифрова наука та інформаційні технології	3	90	диф. залік
ОК 4	Методологія наукових досліджень	4	120	екзамен
Всього за цикл:		16	480	
<b>Цикл дисциплін, що формують фахові компетентності</b>				
ОК 5	Педагогічна майстерність та інноваційні технології у вищій школі	3	90	диф. залік
ОК 6	Педагогічна практика	3	90	диф. залік
ОК 7	Управління маркетинговою інформацією	6	180	екзамен
ОК 8	Цифровий маркетинг	3	90	екзамен
ОК 9	Прикладні аспекти маркетингових досліджень	5	150	екзамен
Всього за цикл:		<b>20</b>	<b>570</b>	
<b>РАЗОМ ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ</b>		<b>36</b>	<b>1080</b>	x
<b>ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ З КАТАЛОГУ ОП*</b>				
<b>ВК 1</b>	Вибіркова компонента 3 семестру	6	180	диф. залік
<b>ВК 2</b>	Вибіркова компонента 4 семестру	6	180	диф. залік
	<b>РАЗОМ ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ</b>	<b>12</b>	<b>360</b>	X
	<b>РАЗОМ ЗА ОПП</b>	<b>48</b>	<b>1440</b>	X

\*є можливість вибору дисципліни з іншої ОП

## Структурно-логічна схема освітньо-наукової програми «Маркетинг»



### 3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

З метою забезпечення належного виконання освітньо-наукової програми та допуску до атестації здобувачі зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності, морально-етичних норм і стандартів поведінки дослідників у галузі, встановлених Одеським національним технологічним університетом, виконувати індивідуальний навчальний план, виконувати індивідуальний план наукової роботи та двічі на рік звітувати про хід його виконання з урахуванням всіх вимог чинного законодавства з підготовки докторів філософії.

Атестація здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти на здобуття наукового ступеня доктора філософії спеціальності D5 «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту дисертації

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в царині галузевого машинобудування або на її межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

Атестація здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою відповідно до Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/44-2022-п#n9>).

У дисертації не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування, що регламентується також Кодексом академічної доброчесності ОНТУ <https://ontu.edu.ua/download/pubinfo/Code-of-Academic-Integrity-ONUT.pdf>

Для публічного ознайомлення зі змістом дисертацій вони розміщуються у відкритому доступі на сайті ОНТУ ([https://ontu.edu.ua/one\\_time\\_specialized\\_scientific\\_councils](https://ontu.edu.ua/one_time_specialized_scientific_councils)), що регламентовано Порядком присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/44-2022-п#n9>).

Дисертація на правах рукопису має бути оформлена відповідно до чинних вимог МОН України державною або англійською мовою (Наказ МОН України від 12.01.2017 № 40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0155-17#Text> ).

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії повинна мати обсяг основного тексту 6,5-9,0 авторських аркушів, оформлених відповідно до вимог, установлених МОН.

**Матриця відповідності компетентностей освітнім компонентам  
за спеціальністю D5 «Маркетинг»**

<i>Освітні компоненти</i>	ИК	Загальні компетентності				Спеціальні (фахові) компетентності								
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9*
ОК 1. Іноземна мова та академічне письмо				+			+							
ОК 2. Філософія пізнання		+			+						+			
ОК 3. Цифрова наука та інформаційні технології			+					+						
ОК 4. Методологія наукових досліджень	+		+			+		+		+	+		+	
ОК 5. Педагогічна майстерність та інноваційні технології у вищій школі	+	+	+						+					
ОК 6. Педагогічна практика	+	+	+						+					
ОК 7. Управління маркетинговою інформацією	+		+	+		+	+	+		+	+		+	
ОК 8. Цифровий маркетинг	+	+			+						+		+	+
ОК 9. Прикладні аспекти маркетингових досліджень	+	+	+		+	+		+				+	+	+

Таблиця 2

**Матриця відповідності програмних результатів освітнім компонентам  
за спеціальністю D5 «Маркетинг»**

<i>Освітні компоненти</i>	РН01	РН02	РН03	РН04	РН05	РН06	РН07	РН08	РН09	РН10*
ОК 1. Іноземна мова та академічне письмо							+			
ОК 2. Філософія пізнання						+				
ОК 3. Цифрова наука та інформаційні технології								+		
ОК 4. Методологія наукових досліджень			+	+	+	+				
ОК 5. Педагогічна майстерність та інноваційні технології у вищій школі				+	+				+	
ОК 6. Педагогічна практика				+	+				+	
ОК 7. Управління маркетинговою інформацією	+					+	+	+		
ОК 8. Цифровий маркетинг	+	+								+
ОК 9. Прикладні аспекти маркетингових досліджень	+	+	+			+				+

Примітка: \* оволодіння спеціальною (фаховою) компетенцією СК 09\* забезпечує програмний результат ПРН 10\*

## **ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА**

1. Стандарт вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня (далі - Стандарт), галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. №313.  
<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/2022/04/08/075-Marketynh-07.04.22-313.pdf>
2. ESG 2015 (Стандарти та рекомендації із забезпечення якості в ЄПВО) – [https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04\\_2016\\_ESG\\_2015.pdf](https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf)
3. EQF 2017 (Європейська рамка кваліфікацій) – <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cee970-518f-11e7-a5ca01aa75ed71a1/language-enhttps://ec.europa.eu/ploteus/content/desktop-cryptors-page>
4. QF EHEA 2018 (Рамка кваліфікацій ЄПВО) – [http://www.ehea.info/Upload/document/ministerial\\_declarations/EHEAParis2018\\_Communique\\_AppendixIII\\_952778.pdf](http://www.ehea.info/Upload/document/ministerial_declarations/EHEAParis2018_Communique_AppendixIII_952778.pdf)
5. ISCED (Міжнародна стандартна класифікація освіти, МСКО) 2011 – <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf>;  
<http://uis.unesco.org/en/topic/international-standardclassification-education-isced>
6. ISCED-F (Міжнародна стандартна класифікація освіти – Галузі, МСКО-Г)2013 – <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standardclassification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-field-descriptions-2015-en.pdf>
7. Закон «Про вищу освіту» – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
8. Закон «Про освіту» – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
8. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010. – <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>

9. Національна рамка кваліфікацій –  
<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

10. Перелік галузей знань і спеціальностей, 2015 –  
<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

11. Указ Президента України «Питання європейської та євроатлантичної інтеграції» від 20 квітня 2019 р. № 155/2019 –  
<https://www.president.gov.ua/documents/1552019-26586>

12. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах) № 261 від 23 березня 2016 р.

13. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 01.10.2019 р. № 1254), схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України (протокол № 3 від 21 червня 2019 р.);

14. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації –  
<http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialynatsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskohoprotsesu.html?start=80>

Керівник робочої групи  
(гарант ОНП)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Володимир ЛАГОДІЄНКО

Члени робочої групи:

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Наталія БАСЮРКІНА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Тетяна САВЧЕНКО

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Олена ПАВЛОВА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Марина БОГДАНОВА