

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО



Вчена рада Хмельницького
національного університету
протокол від 28 березня 2024 р. № 10

Голова Вченої ради

Микола СКИБА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Підпис

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

«МАРКЕТИНГ»

Назва освітньої програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ТРЕТІЙ (ОСВІТНЬО-НАУКОВИЙ)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

Шифр і назва

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 «МАРКЕТИНГ»

Код і найменування

ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ

ДОКТОР ФІЛОСОФІЇ З МАРКЕТИНГУ

Назва

ЗАТВЕРДЖЕНО Вченою радою ХНУ (Перша редакція) протокол від 28 квітня 2016 № 10	Освітня програма зі змінами вводиться у дію
ЗМІНИ ВНЕСЕНО: Рішення Вченої ради ХНУ протокол від <u>26 червня 2017 р.</u> № <u>15</u> протокол від <u>26 серпня 2020 р.</u> № <u>1</u> протокол від <u>30 серпня 2021 р.</u> № <u>1</u> протокол від <u>28 квітня 2022 р.</u> № <u>16</u> протокол від <u>30 березня 2023 р.</u> № <u>11</u>	з <u>01 вересня 2024 р.</u> Наказ від <u>05.07.</u> 2024 р. № <u>48</u> Ректор <u>С. М. Матіох</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ВНЕСЕНО

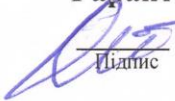
Кафедра маркетингу

Протокол від 07 березня 2024 р. № 9

Зав. кафедри  Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ПРОЄКТНА ГРУПА

Гарант (Керівник проєктної групи)

 Анатолій ТЕЛЬНОВ, д-р.екон.наук, проф.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання






Члени проєктної групи:

 Віталій КАРПЕНКО, канд.екон.наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання

 Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА, канд.екон.наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання

 Зінаїда АНДРУШКЕВИЧ, канд.екон.наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, вчений ступінь, звання

ПОГОДЖЕНО:

<p>Вчена рада факультету економіки і управління</p> <p>Протокол від <u>26 березня 2024 р. № 18/24</u></p> <p>Голова вченої ради  <u>Віталій КАРПЕНКО</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p>	<p>Навчально-методичний відділ</p> <p>Завідувач  <u>Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p> <p>Відділ аспірантури та докторантури</p> <p>Завідувач  <u>Олена ПЕТЯК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p> <p>Навчальний відділ</p> <p>Завідувач  <u>Олег САМОЛЮК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p> <p>Відділ забезпечення якості вищої освіти</p> <p>Завідувач  <u>Ганна КРАСИЛЬНИКОВА</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ</p>
--	---

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Президент Хмельницької торгово-промислової палати

(назва підприємства, установи, організації)



Наталія БЄЛЯКОВА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Директор ТОВ «ФУДЗТРЕЙД ЮА»

(назва підприємства, установи, організації)



Юрій КРАВЧУК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Генеральний директор ТОВ «ЛТМА»

(назва підприємства, установи, організації)



Василь МИХАЛЬСЬКИЙ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Директор ТОВ «Автоцентр Статус Авто»

(назва підприємства, установи, організації)



Елена СТАНІСЛАВОВА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Голова студентської ради факультету економіки і управління


Підпис

Юлія ОЛЕКСЮК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Профіль освітньої програми зі спеціальності

075 «Маркетинг»

Код і найменування спеціальності

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Хмельницький національний університет Факультет економіки і управління Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Назва освітньої кваліфікації	Доктор філософії з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-наукова програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Тип диплому – одиничний Обсяг освітньої складової освітньої програми – 60 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, Україна, 2021, термін дії сертифікату (Сертифікат №2151 від 28.08.2021р.) – до 01 липня 2027 року
Цикл/рівень	НРК – 8 рівень; FQ-EHEA – третій цикл; EQF LLL – 8 рівень
Передумови	Для здобуття освітньо-наукового ступеня доктора філософії можуть вступати особи, що здобули освітній ступінь магістра (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 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступного перегляду
Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми	https://khmnu.edu.ua/075-marketyng-df/
2. Мета освітньої програми	
Формування на основі інтеграції виробництва, освіти і науки комплексу знань і навиків для підготовки наукових кадрів, здатних розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<i>07 Управління та адміністрування</i> <i>075 Маркетинг</i> <i>Освітньо-наукова програма «Маркетинг»</i> <i>Об'єкт діяльності:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері

	<p>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> 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 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 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>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова програма
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг».</p> <p>Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, маркетингове управління, оптимізація маркетингу, розвиток маркетингу, інноваційна діяльність</p>
Особливості програми	<p>Акцент на вирішенні науково-методичних, практичних завдань та формуванні комплексу знань, вмінь та навичок у сфері маркетингу, включаючи управління науковими проектами, маркетингові Digital технології, сучасні методи проведення маркетингових досліджень, розроблення маркетингових стратегій розвитку.</p> <p>Організація освітньо-наукового процесу, на основі принципів цілеспрямованості підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, передбачає можливість обрання власної траєкторії навчання, що дозволяє здобувачеві підсилити знання, вміння та навички, враховуючи напрям наукового дослідження</p>
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускник третього (освітньо-наукового рівня) після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010. Редакція від 25.10.2021) займати первинну посаду за категоріями:</p> <p>1233 – Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу),</p> <p>1234 – Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю),</p> <p>1237.1 – Голова ради (науково-технічної, наукової, експертної), головний учений секретар,</p> <p>1237.2 – Завідувач (начальник) відділу (науково-дослідного, конструкторського, проектного та ін.), завідувач лабораторії (науково-дослідної, підготовки виробництва),</p> <p>1238 – Керівник проектів та програм у сфері матеріального (нематеріального) виробництва,</p>

	2310.2 – Викладачі закладу вищої освіти, 2419.1 – Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), 2433.1 – Молодший науковий співробітник (інформаційна аналітика)
Подальше навчання	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Лекції. Практикуми та практичні заняття. Заняття-тренінги. Лабораторні заняття. Групова робота. Дослідження. Стажування/практика. Онлайн/електронне навчання. Самостійна робота
Оцінювання	Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів ступеня доктора філософії базується на аналізі знань і практичних навичок та здійснюється відповідно до Положення «Про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Хмельницькому національному університеті». Види та методи контролю: поточний – усне та письмове опитування, тестування, презентації, захист індивідуальних робіт, захист звіту з практики; підсумковий семестровий (екзамени, заліки). Підсумкова атестація – публічний захист дисертації
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	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)	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
Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	ФК01. 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. ФК02. 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. ФК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності. ФК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. ФК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами. ФК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. ФК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних

	<p>досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p> <p>ФК08. 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>
7. Програмні результати навчання (ПРН)	
	<p>ПРН01. 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>ПРН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проєкти, 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>ПРН03. 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>ПРН04. 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>ПРН05. 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>ПРН06. 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>ПРН07. 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>ПРН08. 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>ПРН09. Організувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітній процес на освітньо-науковій програмі, за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладають, мають необхідний стаж педагогічної роботи, рівень їх наукової та професійної активності засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньо-науковою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам

<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Інформаційне забезпечення становить:</p> <ul style="list-style-type: none"> – електронна бібліотека університету; – наявність вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань; – методичне забезпечення відповідного або спорідненого спеціальності профілю у науковій бібліотеці ХНУ (у тому числі в електронному вигляді); – доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю; – офіційний веб-сайт закладу освіти, на якому розміщена основна інформація про організацію освітнього процесу; – модульне середовище для навчання. <p>Навчально-методичне забезпечення становить:</p> <ul style="list-style-type: none"> – затверджена в установленому порядку освітня програма, навчальні плани, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти; – робочі програми з усіх навчальних дисциплін; – програма з практичної підготовки
<p>9. Академічна мобільність</p>	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>На основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та закладами вищої освіти України: Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»; Дніпровський державний аграрно-економічний університет; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця; Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова; Рівненський державний гуманітарний університет; Черкаський державний технологічний університет; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; Луцький національний технічний університет; Полтавський університет економіки і торгівлі; Полтавський державний аграрний університет. Наданий перелік пропозицій національної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється</p>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</p>	<p>Можливість участі та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності за кордоном на основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та іноземними закладами вищої освіти: Wyzsza Szkoia Zarzadzania i Przedsiębiorczosci w Walbrzychu; ACADEMI OF SILESIA, Katowice, Poland; AKG Global Support Services (OPS) Private Limited, India; Wyzsza Szkoia Handlu i Ustug w Poznaniu, Poland. Наданий перелік пропозицій національної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється</p>
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Можливе у відповідності до норм чинного законодавства на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою</p>

II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньої програми

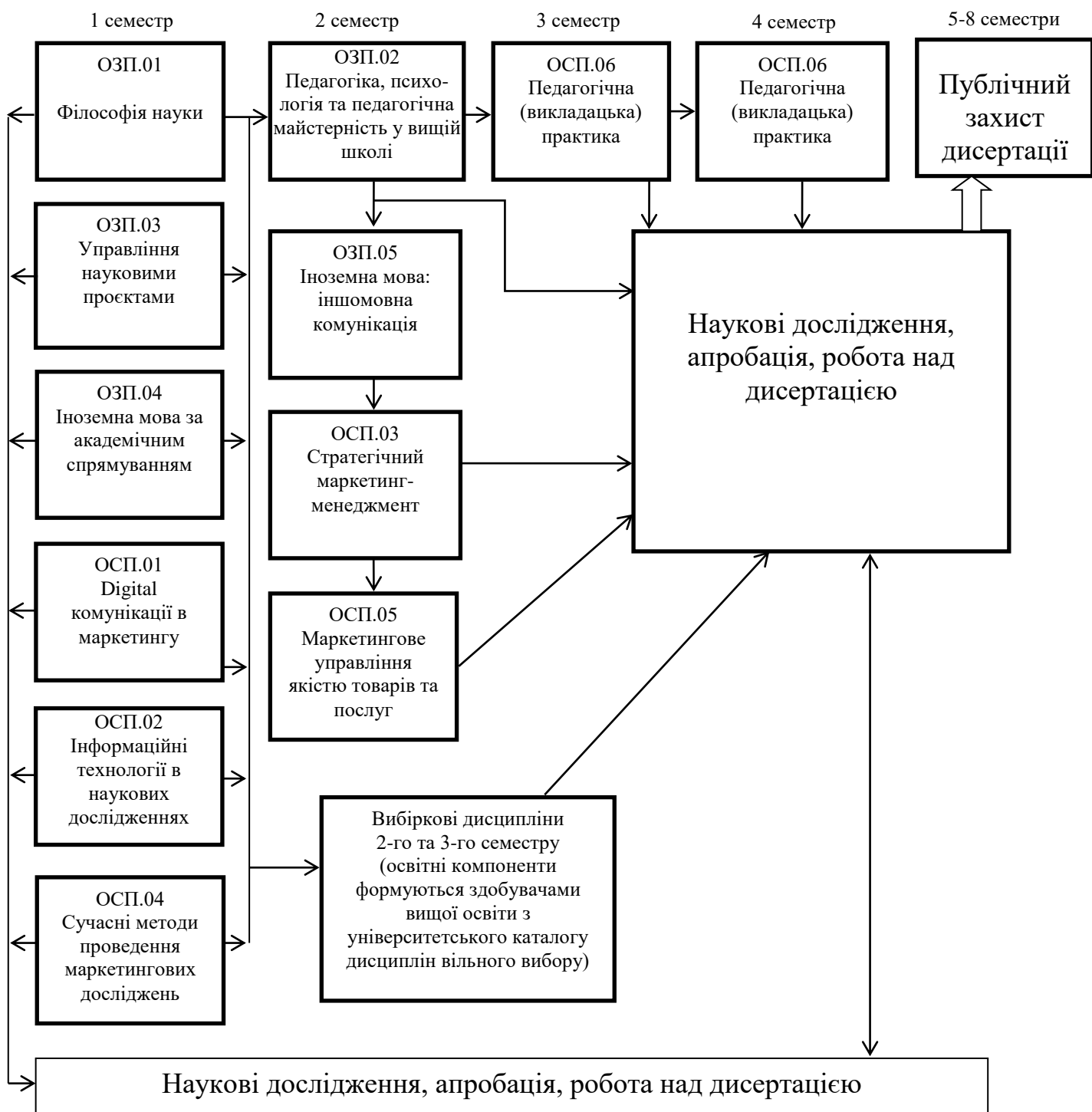
Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (КОП)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Філософія науки	4	іспит	1
ОЗП.02	Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	3	залік	2
ОЗП.03	Управління науковими проектами	3	залік	1
ОЗП.04	Іноземна мова за академічним спрямуванням	4	іспит	1
ОЗП.05	Іноземна мова: іншомовна комунікація	4	іспит	2
Спеціальна підготовка (ОСП)				
ОСП.01	Digital комунікації в маркетингу	4	іспит	1
ОСП.02	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	4	іспит	1
ОСП.03	Стратегічний маркетинг-менеджмент	5	іспит	2
ОСП.04	Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	4	залік	1
ОСП.05	Маркетингове управління якістю товарів та послуг	5	залік	2
ОСП.06	Педагогічна (викладацька) практика	4	залік	4
Загальний обсяг обов'язкових компонент		44		
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
	Вибіркові дисципліни 2 семестру*	8	залік**	2
	Вибіркові дисципліни 3 семестру*	8	залік**	3
Загальний обсяг вибірових компонент		16		
Загальний обсяг освітньої програми		60		

* перелік освітніх компонентів формується здобувачами вищої освіти з університетського каталогу дисциплін вільного вибору

** кількість заліків залежить від вибору здобувачами вищої освіти дисциплін вільного вибору

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

Структурно-логічна схема підготовки визначає процес реалізації ОП, тобто короткий опис логічної послідовності вивчення компонент ОП. Структурно-логічну схему представлено у вигляді графа 2.2.1 та таблиці 2.2.1.



2.2.1 – Структурно-логічна схема освітньої програми

Таблиця 2.2.1 – Структурно-логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми (пререквізити, кореквізити)

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (КОП)	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Філософія науки	1	–	Наукова компонента ОП ОЗП.02 Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОЗП.02	Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	2	ОЗП.01 Філософія науки ОСП.02 Інформаційні технології в наукових дослідженнях ОЗП.03 Управління науковими проектами	Наукова компонента ОП ОЗП.05 Іноземна мова: іншомовна комунікація ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОЗП.03	Управління науковими проектами	1	–	Наукова компонента ОП ОЗП.02 Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі ОСП.03 Стратегічний маркетинг-менеджмент ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОЗП.04	Іноземна мова за академічним спрямуванням	2	–	Наукова компонента ОП ОЗП.05 Іноземна мова: іншомовна комунікація
ОЗП.05	Іноземна мова: іншомовна комунікація	4	ОЗП.02 Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі ОЗП.04 Іноземна мова за академічним спрямуванням	Наукова компонента ОП ОСП.06 Проміжна атестація (звіт) ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика

Продовження таблиці 2.2.1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
Спеціальна підготовка (ОСП)				
ОСП.01	Digital комунікації в маркетингу	1	–	Наукова компонента ОП ОСП.03 Стратегічний маркетинг-менеджмент ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОСП.02	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	1	–	Наукова компонента ОП ОСП.03 Стратегічний маркетинг-менеджмент ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОСП.03	Стратегічний маркетинг-менеджмент	2	ОЗП.01 Філософія науки ОСП.01 Digital комунікації в маркетингу ОСП.02 Інформаційні технології в наукових дослідженнях ОЗП.03 Управління науковими проектами ОСП.04 Маркетингове управління якістю товарів та послуг	Наукова компонента ОП ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОСП.04	Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	1	–	Наукова компонента ОП ОСП.03 Стратегічний маркетинг-менеджмент ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОСП.05	Маркетингове управління якістю товарів та послуг	1	–	Наукова компонента ОП ОСП.03 Стратегічний маркетинг-менеджмент ОСП.06 Педагогічна (викладацька) практика
ОСП.06	Педагогічна (викладацька) практика	3, 4	ОЗП.01 Філософія науки ОСП.01 Digital комунікації в маркетингу ОСП.02 Інформаційні технології в наукових дослідженнях ОСП.03 Стратегічний маркетинг-менеджмент ОЗП.03 Управління науковими проектами ОЗП.02 Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	Наукова компонента ОП ОЗП.05 Іноземна мова: іншомовна комунікація

III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту дисертації.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	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. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена в репозиторії наукових праць Хмельницького національного університету.

IV. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) в Університеті відповідає вимогам Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 чинного Закону України «Про вищу освіту» (зі змінами).

Система внутрішнього забезпечення якості функціонує в Університеті на п'яти організаційних рівнях відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у ХНУ, що розміщене на веб-сайті університету (<https://khmnu.edu.ua/>): розділ «Нормативні документи», рубрика – «Положення», сторінка – «Положення про організацію освітньої діяльності»).

Система внутрішнього забезпечення якості 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 університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, 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 дотримання академічної доброчесності працівниками університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективного системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

V. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОЗП.01	ОЗП.02	ОЗП.03	ОЗП.04	ОЗП.05	ОСП.01	ОСП.02	ОСП.03	ОСП.04	ОСП.05	ОСП.06
Інтегральна компетентність											
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Загальні компетентності											
ЗК 1	+						+	+			
ЗК 2				+	+	+	+	+	+		
ЗК 3			+	+	+	+					
ЗК 4		+	+						+	+	+
Спеціальні (фахові) компетентності											
ФК 1			+						+	+	
ФК 2		+		+	+		+				+
ФК 3						+		+	+		
ФК 4	+	+						+			+
ФК 5	+	+	+					+			
ФК 6						+			+	+	
ФК 7						+		+	+		
ФК 8			+		+				+	+	

VI. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОЗП.01	ОЗП.02	ОЗП.03	ОЗП.04	ОЗП.05	ОСП.01	ОСП.02	ОСП.03	ОСП.04	ОСП.05	ОСП.06
ПРН 1	+							+	+	+	
ПРН 2			+						+	+	+
ПРН 3						+	+	+			
ПРН 4	+	+						+	+		+
ПРН 5		+	+				+				+
ПРН 6						+		+	+	+	
ПРН 7	+	+	+	+	+		+				+
ПРН 8				+	+	+	+		+	+	
ПРН 9		+									+

Використані джерела

1. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
2. Закон «Про вищу освіту» (зі змінами). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
3. Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text>.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності». Документ № 1187-2015-п. Редакція від 20.06.2021р. Підстава – 365-2021-п. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>.
5. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 07.04.2022 №313. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2022/04/08/075-Marketynh-07.04.22-313.pdf>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 30.04.2020 № 584).
7. Методичні рекомендації до розроблення освітніх програм підготовки фахівців різних рівнів вищої освіти у Хмельницькому національному університеті (схвалені Науково-методичною радою університету, протокол від 22.02.2024 № 5).
8. Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм».
9. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».