

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФОРМАЦІЙНО-
КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

**третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
(оновлена)**

Спеціальність	<u>D5 Маркетинг</u>
Галузь знань	<u>D Бізнес, адміністрування та право</u>
Кваліфікація:	<u>Доктор філософії з маркетингу</u>

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ

Протокол № 3 від 17 березня 2026 року

Наказ № 105 від 20 березня 2026 року

Ректор

Володимир ШУЛЬГА

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2026 року

Київ – 2026

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»**

ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

спеціальність	<u>D5 Маркетинг</u>
галузь знань	<u>D Бізнес, адміністрування та право</u>
рівень вищої освіти	<u>Третій (освітньо-науковий)</u>
кваліфікація	<u>Доктор філософії з маркетингу</u>

Перший проректор  Олександр КОРЧЕНКО

Проректор з навчальної роботи  Артур ГУДМАНЯН

Начальник навчально-методичного відділу  Вадим ВЛАСЕНКО

Завідувач відділу аспірантури та докторантури  Юрій ПОКАНЕВИЧ

Вчена рада Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва

Протокол № 3 від 12 березня 2026 р.

Голова Вченої Ради

Навчально-наукового інституту
менеджменту та підприємництва



Світлана ПЕТРОВСЬКА

Кафедра маркетингу

Протокол № 11 від 12 березня 2026 р

Завідувач кафедри маркетингу



Олена ВІНОГРАДОВА

Голова студентської ради

Навчально-наукового інституту
менеджменту та підприємництва



Марина ЗАДОРОЖНА

Рецензії від зовнішніх стейкхолдерів (компаній-партнерів):

1. Construction Machinery LTD
2. Сумський національний аграрний університет, кафедра маркетингу та логістики
3. Львівський торговельно-економічний університет, кафедра маркетингу

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки докторів філософії (PhD) у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D 5 Маркетинг.

Розроблено робочою групою Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій у складі:

Гарант освітньої програми

Сьомкіна Тетяна Віталіївна

д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу

Члени робочої групи:

Виноградова Олена Володимирівна

д.е.н., професор; завідувач кафедри маркетингу

Дарчук Вероніка Геннадіївна

к.е.н., доцент; доцент кафедри маркетингу

Волкова Олена Алевтинівна

директор ТОВ «Ріал Дорс»

Ільницький Тарас Русланович

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня D5 «Маркетинг»

Снітко Артем Сергійович

випускник другого (магістерського) рівня вищої освіти 075 «Маркетинг», здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня ОНП «Менеджмент»

Освітньо-наукова програма розроблена відповідно до:

- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII;
- постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» від 30.12.2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 31.10.2023 № 1134), «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» від 12.01.2022 № 44 (в редакції постанови КМУ від 08.05.2024 № 516), «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 29.04.2015 № 266 (в редакції постанови КМУ від 25.02.2025 № 187), «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» від 23.03.2016 № 261 (в редакції постанови КМУ від 17.04.2025 № 422), «Про затвердження

Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 (із змінами, внесеними згідно з постановами КМУ від 12.06.2019 № 509, від 25.06.2020 № 519, від 11.06.2025 № 686);

- наказів Міністерства освіти і науки України: «Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 15.05.2024 № 686 (зареєстрований в Міністерстві юстиції України 04.07.2024 за № 1013/42358), «Про затвердження Професійного стандарту «Викладач закладу вищої освіти»» від 16.10.2024 № 1466;

- Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління і адміністрування для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України від 07.04.2022 № 313.

- Положення про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій (затверджене рішенням Вченої ради від 18.03.2025, протокол № 5, уведене в дію наказом ректора від 31.03.2025 № 108, зі змінами, внесеними згідно з рішеннями Вченої ради та уведеними в дію наказами ректора від 24.12.2025 № 568 та від 20.02.2026 № 50);

- Положення про запровадження та оновлення освітніх програм у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій (затверджене рішенням Вченої ради від 28.02.2025, протокол № 3, уведене в дію наказом ректора від 28.02.2025 № 72);

- наказу ректора ДУІКТ від 18.02.2026 № 47 «Про підготовку та внесення змін до освітніх програм підготовки здобувачів вищої освіти».

Оновлення освітньої програми проведено відповідно до рекомендацій акредитаційних комісій суміжних освітніх програм, пропозицій та побажань стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, випускників, роботодавців, громадських організацій), а також з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого контексту й досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Схвалено рішенням кафедри маркетингу, протокол від 12.03.2026 № 11.

Введено в дію наказом ректора від 20.03.2026 № 105.

I. Профіль освітньої програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, Навчально-науковий інститут менеджменту і підприємництва, Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Доктор філософії Третій (освітньо-науковий) рівень Освітня кваліфікація: Доктор філософії з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти: Доктор філософії Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність: D5 Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, одиничний. Обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми – 48 кредитів ЄКТС; термін навчання в аспірантурі – 4 роки; термін освоєння освітньої складової – 2 роки
Наявність акредитації	-
Цикл/рівень	QF-EHEA- третій цикл, EQF-LLL – 8 рівень, НРК України – 8 рівень
Передумови	Наявність освітнього ступеня «магістр», освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» за спеціальністю «Маркетинг». Дозволяється вступ на ОНП з інших галузей знань за умови складання додаткового іспиту за спеціальністю «Маркетинг»
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Оновлена програма вводиться в дію з 01.09.2026 р. Програма може бути в подальшому оновлена відповідно до «Положення про запровадження та оновлення освітніх програм у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій».
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://duikt.edu.ua/ua/1079-tretyi-osvitno-naukoviy-riven-vischoi-osviti-osvitni-programi
2 – Мета освітньої програми	

Підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних наукових та науково-педагогічних працівників у сфері маркетингу, здатних до формування нових знань та розв'язання складних проблем дослідницько-інноваційного характеру.

Реалізація мети передбачає: формування системного наукового світогляду на основі філософських та етичних засад наукової діяльності, що базуються на принципах академічної доброчесності та високої професійної культури; опанування передовим інструментарієм Data-Driven Marketing, зокрема методами аналізу великих даних (Big Data), алгоритмами штучного інтелекту та предиктивної аналітики для моделювання інтелектуальних маркетингових систем; розвиток здатності до креативного мислення та генерування інноваційних маркетингових концепцій в умовах високої невизначеності та глобальної цифрової трансформації; набуття універсальних навичок дослідника, що включають управління науковими проєктами, реєстрацію прав інтелектуальної власності та ефективну наукову комунікацію у міжнародному дискурсі; здобуття глибинних фахових знань щодо сучасного стану та стратегічних векторів розвитку маркетингового менеджменту з урахуванням глобальних викликів та кроскультурних детермінант ринкового середовища; формування високої педагогічної майстерності та здатності до впровадження сучасних освітніх технологій (EdTech) у процесі підготовки майбутніх фахівців з маркетингу; розвиток мовних компетентностей, достатніх для вільного представлення й обговорення результатів наукових досліджень у світовому академічному просторі державною та іноземними мовами (зокрема англійською).

3 – Характеристика освітньої програми

Опис предметної області	<i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових

права випускників	кваліфікацій у системі освіти дорослих.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова програма підготовки докторів філософії спрямована на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю D5 «Маркетинг», у т.ч., визначених на основі аналізу запитів високо-технологічного ринку праці та вимог до вакансій у сфері дослідження, розробки та впровадження теоретико-методологічних та науково-методичних засад розвитку маркетингової діяльності суб'єктів господарювання. Зміст програми ґрунтується на фундаментальних та інноваційних наукових результатах, враховуючи перспективний стан інтелектуальних маркетингових систем та цифрових трансформацій у глобальному середовищі.
Основний фокус освітньої програми та спеціальності	Підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних наукових та науково-педагогічних кадрів, здатних до комплексного розв'язання проблем у сфері маркетингу на основі креативного генерування ідей та моделювання інтелектуальних маркетингових систем. Акцент зроблено на застосуванні інструментарію Data Science, Big Data та алгоритмів штучного інтелекту для прийняття стратегічних рішень, а також на розвитку концепцій маркетингового менеджменту в умовах цифрової трансформації, глобалізації та кроскультурного середовища із дотриманням високих стандартів академічної етики <i>Ключові слова:</i> цифрова трансформація та AI в маркетингу; Data Science та Big Data аналітика; глобальний маркетинг та кроскультурний аналіз; креативне мислення та науковий дискурс; наукова комунікація та академічна етика.
Особливості програми	ОНП містить наукову та педагогічну складові. 75% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних компетентностей за спеціальністю D5 Маркетинг, 25% спрямовано на вивчення освітніх компонент вільного вибору здобувача. Програма передбачає: активне застосування інтерактивних, проблемно-орієнтованих технологій навчання, де здобувачу доктора філософії надається право самостійно генерувати ідеї та пропонувати їх рішення; розвиток дослідницьких якостей здобувача через практико-орієнтований характер освітнього процесу; вивчення базових теоретичних основ у поєднанні з інноваційними рішеннями світового рівня; інтернаціоналізацію наукового обміну інформацією шляхом реалізації спільних науково-дослідних проектів з закордонними науковцями.
5 – Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	Основними підходами до викладання та навчання за освітньо-науковою програмою, що сприяють досягненню програмних результатів навчання, є: студентоцентроване навчання; проблемно-орієнтоване навчання; навчання з використанням освітніх інноваційних технологій; залучення провідних фахівців у сфері маркетингу до гостьових лекцій. Мова викладання - українська. Окремі вибіркові освітні компоненти можуть пропонуватися з мовою викладання - англійською.
Оцінювання	<i>Освітня складова програми.</i> Система контролю оволодіння здобувачами вищої освіти ступеня доктора філософії освітніми компонентами 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 компетентностей. Він передбачає застосування комплексу методів оцінювання: усне опитування, тестовий контроль, виконання проектних завдань тощо. Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену / заліку проводиться як форма оцінювання рівня засвоєння аспірантом теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни. Формами оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії є: поточна успішність; письмовий екзамен; диференційований залік; захист звіту з науково-педагогічної практики. Університет визнає результати навчання, отримані у неформальній/інформальній освіті. Наявність свідоцтв і сертифікатів про успішне завершення таких онлайн курсів розглядається на предмет їх відповідності кредитам ЄКТС, компетентностям та програмним результатам навчання. <i>Наукова складова програми.</i> Оцінювання наукової діяльності аспірантів здійснюється на основі кількісних та якісних показників, що характеризують підготовку наукових праць, участь у наукових конференціях, підготовку окремих частин дисертації відповідно до затвердженого індивідуального плану наукової роботи аспіранта. Звіти здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії проводиться систематично - двічі на рік (проміжний, річний) у форматі звітування про виконання освітньо-наукової програми згідно з індивідуальним планом.
6 -Перелік компетентностей випускника	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу, а також проводити власне наукове дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.
Загальні	ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

компетентності (ЗК)	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.
	ЗК05. Здатність до креативного та прогностичного мислення, генерування інноваційних ідей в умовах невизначеності та цифровізації.
Спеціальні (фахові, предметні) 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 досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.
	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.
	ФК09. Здатність проектувати архітектуру маркетингових досліджень на основі наскрізної цифрової аналітики та обґрунтування управлінських рішень.
	ФК10. Здатність розробляти інноваційні маркетингові стратегії та моделі конкурентного розвитку суб'єктів ринку в умовах високодинамічного та глобального бізнес-середовища.

7- Зміст підготовки доктора філософії, сформульований у термінах результатів навчання	
RH01	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.
RH02	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.
RH03	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.
RH04	Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.
RH05	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.
RH06	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.
RH07	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.
RH08	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.
RH09	Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення, дотримуватися норм академічної етики та доброчесності.
RH10	<i>Генерувати та науково обґрунтовувати інноваційні маркетингові ідеї, застосовувати методи прогностичного мислення для розв'язання комплексних проблем у сфері маркетингу в умовах невизначеності.</i>
RH11	<i>Проектувати архітектуру маркетингових досліджень на основі наскрізної цифрової аналітики та використовувати отримані результати для наукового обґрунтування управлінських рішень</i>
RH12	Розробляти та науково обґрунтовувати інноваційні маркетингові стратегії та моделі конкурентного розвитку суб'єктів ринку в умовах високодинамічного та глобального бізнес-середовища.

8- Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Реалізацію ОНП забезпечують науково-педагогічні працівники, які мають науковий ступінь, наукова та професійна активність яких відповідає Ліцензійним умовам, затвердженим Постановою Кабінету міністрів України № 1187 від 30.12.15 р. (у редакції від 20.06.2021) «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти». До наукового керівництва аспірантами не допускаються особи, які були притягнуті до відповідальності за порушення академічної доброчесності.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу (навчальні приміщення, комп'ютерний клас, мультимедійне обладнання тощо) відповідає вимогам та потребам до проведення лекційних, практичних, семінарських занять, у тому числі в дистанційному режимі. Освітнє середовище є безпечним для життя і здоров'я здобувачів ОП
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформація про освітньо-наукову програму, її освітні компоненти та вимоги до осіб, які можуть здобувати вищу освіту за цією програмою, розміщена на офіційному сайті Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій. Усі освітні компоненти освітньо-наукової програми забезпечені навчально-методичними матеріалами, які є у вільному доступі в якості ресурсів бібліотеки, електронної бібліотеки Університету, повнофункціонального доступу до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science. електронного репозиторію й системи управління навчанням Google classroom. Забезпечено доступ до мережі Інтернет.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Наявність двосторонніх договорів між Державним університетом інформаційно-комунікаційних технологій та закладами вищої освіти України забезпечує національну кредитну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Здійснюється здобувачами вищої освіти за освітньою програмою відповідно до укладених угод ДУІКТ у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах ДУІКТ поза межами України
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	-

II. Перелік компонент освітньо-наукової програми

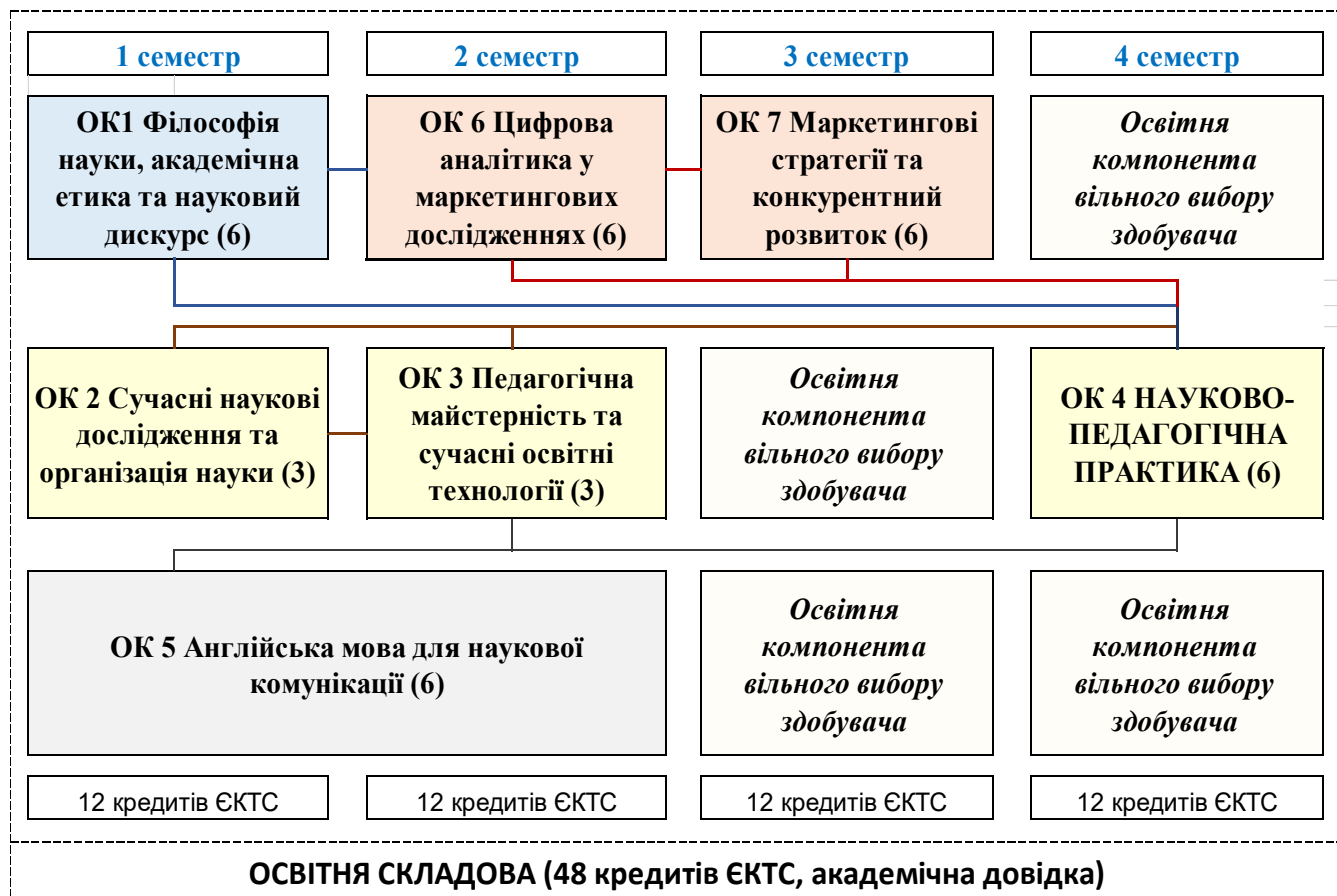
2.1. Зміст підготовки за освітньою програмою, компетентності та результати навчання

№ з.п.	Дисципліна	Шифр	Компетентність	Результат навчання
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти освітньої програми (ОК)				
<i>Оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями</i>				
1.	Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс	ОК 1	ЗК01, ЗК04, ФК01, ФК06	РН01, РН03, РН04, РН05, РН06
<i>Набуття універсальних навичок дослідника</i>				
2.	Сучасні наукові дослідження та організація науки	ОК 2	ЗК02, ЗК04, ФК01, ФК05, ФК08	РН01, РН02, РН03, РН04, РН05, РН06
3.	Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології	ОК 3	ЗК05, ФК03, ФК04	РН04, РН05, РН09, РН10
4.	Науково-педагогічна практика	ОК 4	ЗК05, ФК03, ФК04	РН04, РН05, РН09, РН10
<i>Здобуття мовних компетентностей</i>				
5.	Англійська мова для наукової комунікації	ОК 5	ЗК03, ФК02	РН07
<i>Здобуття глибинних знань із спеціальності</i>				
6.	Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях	ОК 6	ЗК01, ЗК02, ЗК05, ФК01, ФК03, ФК07, ФК09	РН06, РН08, РН10, РН11
7.	Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток	ОК 7	ЗК03, ЗК05, ФК07, ФК10	РН01, РН02, РН10, РН12

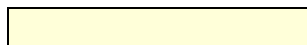
2.2. Перелік компонент освітньої програми

№ за кодом	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів/ годин	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові освітні компоненти (ОК)			
<i>Оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями</i>			
ОК 1	Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс	6/180	екзамен
<i>Набуття універсальних навичок дослідника</i>			
ОК 2	Сучасні наукові дослідження та організація науки	3/90	диф.залік
ОК 3	Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології	3/90	диф.залік
ОК 4	Науково-педагогічна практика	6/180	диф.залік
<i>Здобуття мовних компетентностей</i>			
ОК 5	Англійська мова для наукової комунікації	6/180	екзамен
<i>Здобуття глибинних знань із спеціальності</i>			
ОК 6	Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях	6/180	екзамен
ОК 7	Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток	6/180	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		36/1080	-
Вибіркові освітні компоненти (ВК)			
ВК 1	Освітня компонента вільного вибору	3/90	диф.залік
ВК 2	Освітня компонента вільного вибору	3/90	диф.залік
ВК 3	Освітня компонента вільного вибору	3/90	диф.залік
ВК 4	Освітня компонента вільного вибору	3/90	диф.залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		12/360	-
Освітня складова, всього		48/1440	-

III. Структурно-логічна схема освітньо-наукової програми



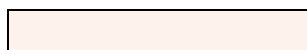
Оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями



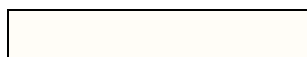
Набуття універсальних навичок дослідника



Здобуття мовних компетентностей



Здобуття глибоких знань зі спеціальності



Освітні компоненти вільного вибору здобувача вищої освіти

IV. Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації.
Вимоги до дисертації на здобуття ступеня доктора філософії	Дисертація здобувача ступеня доктора філософії — кваліфікаційна наукова робота, яка виконана здобувачем ступеня доктора філософії особисто, містить наукові результати проведених ним досліджень та подана з метою присудження йому ступеня доктора філософії. Дисертація виконується державною або англійською мовою. Обсяг основного тексту дисертації повинен мати не менше як сім та не більше як дев'ять авторських аркушів, оформлених відповідно до вимог, установлених Міністерством освіти і науки України. Виконання здобувачем вищої освіти індивідуального плану (навчальної та наукової роботи) є обов'язковою умовою допуску до захисту. Присудження ступеня доктора філософії здійснюється згідно Постанови Кабінету Міністрів України “Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії” № 44 від 12 січня 2022 р. Наукові результати дисертації повинні бути висвітлені не менше ніж у трьох наукових публікаціях здобувача, до яких зараховуються: 1) статті у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України. Якщо число співавторів у такій статті (разом із здобувачем) становить більше двох осіб, така стаття прирівнюється до 0,5 публікації (крім публікацій, визначених підпунктом 2 цього пункту); 2) статті у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus (крім видань держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором); 3) не більше одного патенту на винахід, що пройшов кваліфікаційну експертизу та безпосередньо стосується наукових результатів дисертації, що прирівнюється до однієї наукової публікації; 4) одноосібні монографії, що рекомендовані до друку вченими радами закладів та пройшли рецензування, крім одноосібних монографій, виданих у державі, визнаній Верховною Радою України державою-агресором. До одноосібних монографій прирівнюються одноосібні розділи у колективних монографіях за тих же умов. Стаття у виданні, віднесеному до першого - третього квартилів (Q1-Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports, чи одноосібна монографія, що відповідає зазначеним вимогам, прирівнюється до двох наукових публікацій. Належність наукового видання до першого - третього квартилів (Q1-Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports визначається згідно з рейтингом у році, в якому опублікована відповідна публікація здобувача або у разі, коли рейтинг за відповідний рік не опублікований на дату утворення разової ради, згідно з останнім опублікованим рейтингом. Статті зараховуються за темою дисертації за умови обґрунтування отриманих наукових результатів відповідно до мети статті (поставленого завдання) та висновків, а також опублікування не більше ніж однієї статті в одному випуску (номері) наукового видання. Виявлення разовою спеціалізованою вченою радою порушень академічної доброчесності у дисертації та/або наукових публікаціях здобувача є підставою для відмови у присудженні ступеня доктора філософії на будь-якому етапі розгляду дисертації без права її повторного захисту. Дисертація розміщується на сайті Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій.

V. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-наукової програми

	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09
ІК	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК01	•	•					•		
ЗК02		•	•	•	•		•	•	
ЗК03						•			•
ЗК04	•	•	•						•
ЗК05		•		•			•		
ФК01	•		•				•		
ФК02			•			•			
ФК03				•	•		•	•	
ФК04				•	•				
ФК05			•						
ФК06		•					•		•
ФК07								•	•
ФК08	•		•					•	
ФК09							•	•	
ФК010							•	•	
ФК011									•

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

	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09
РН01			•		•	•	•	•	•
РН02	•		•		•				
РН03	•	•	•				•	•	
РН04			•	•	•			•	
РН05	•		•	•	•				
РН06	•		•					•	•
РН07		•	•			•			
РН08							•	•	
РН09	•			•	•				
РН10		•		•			•		
РН11							•	•	
РН12									•

Гарант освітньої програми
завідувач кафедри маркетингу
Навчально-наукового інституту
менеджменту та підприємництва
доктор економічних наук, професор



Тетяна СЬОМКІНА