

# ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти сертифікована на відповідність  
ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

ЗАТВЕРДЖЕНО  
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДТЕУ  
Голова вченої ради



Анатолій МАЗАРАКІ

(протокол № 8 від 24 "квітня"  
2025 р.)

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

## МАРКЕТИНГ

Спеціальність **D5** Маркетинг  
Галузь знань **D** Бізнес, адміністрування та право  
Рівень вищої освіти – Третій (освітньо-науковий )

Освітня програма вводиться в дію  
з 01 жовтня 2025 р.  
(наказ № 1000 від " 24 "квітня" 20 25 р.)

Київ 2025

# 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

<b>1- ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ</b>	
<b>Повна назва ЗВО та структурного підрозділу</b>	Державний торговельно-економічний університет Факультет торгівлі та маркетингу Кафедра маркетингу
<b>Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти Кваліфікація – доктор філософії з маркетингу
<b>Галузь знань</b>	D Бізнес, адміністрування та право
<b>Спеціальність</b>	D Маркетинг
<b>Назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Обмеження відсутні
<b>Відповідність стандарту вищої освіти МОН України</b>	Відповідає стандарту вищої освіти МОН України (наказ № 313 від 07.04.2022 р.)
<b>Тип диплома та обсяг освітньої програми</b>	Диплом доктора філософії, одиничний. Обсяг освітньо-наукової програми – 240 кредитів ЄКТС. Нормативний строк підготовки 4 роки
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію спеціальності № 3439, дійсний до 01.07.2026 виданий Акредитаційною комісією Міністерства освіти і науки України
<b>Цикл, рівень вищої освіти</b>	НРК України – 8 рівень, QF for ENEA – третій цикл; EQF for LLL – 8 рівень;
<b>Передумови вступу на освітню програму</b>	Освітній ступінь магістра (7 рівень НРК)
<b>Мова (и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До затвердження нової редакції освітньо-наукової програми
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://knute.edu.ua/">https://knute.edu.ua/</a>
<b>2 – МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>	
Підготовка конкурентоспроможних, висококваліфікованих фахівців з маркетингу у сфері торгівлі, реклами та обслуговування, які мають фундаментальну теоретичну та практичну підготовку, спроможні продукувати нові ідеї, використовувати цифрові технології для розв'язування комплексних	

завдань професійної та дослідницько-інноваційної маркетингової діяльності, здійснювати науково-педагогічну діяльність і проводити власні наукові дослідження

### 3 - ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

#### *Предметна область*

**Об'єкт діяльності** маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів

**Цілі навчання:** набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної/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.

**Теоретичний зміст предметної області:** сучасні маркетингові комунікації 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.

**Методи, методики та технології:** 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.

**Інструменти та обладнання:** сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та впровадження інноваційної маркетингової діяльності

#### *Основний фокус освітньої програми*

Програма орієнтована на генерування нових міждисциплінарних знань і використання сучасних цифрових технологій у наукових дослідженнях з розвитку теорії та практики маркетингу, подальшою їх презентацією та імплементацією у науково-педагогічну діяльність з дотриманням релевантних норм і обмежень у сфері торгівлі, реклами та обслуговування.

### 4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ

#### *Придатність до працевлаштування*

Випускники освітньо-наукової програми можуть працевлаштуватися на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010 із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13 грудня 2024 року № 27751:

«12 Керівники підприємств, установ та організацій»:

1233. Директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу.

1234. Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю).

*«13 Керівники малих підприємств без апарату управління»*

1317. Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні

*«14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів»*

1474. Менеджер (управитель) з комунікаційних технологій

1475. Менеджер (управитель) з маркетингу.

1475.4. Менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю.

1476.1. Менеджер (управитель) з реклами.

*«23 Викладачі»*

2310 Викладачі закладів вищої освіти

*«24 Інші професіонали»*

2419.1. Науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг).

2419.2. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець із зв'язків з громадськістю і пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.

2451.2. Автор промов; автор текстів (копірайтер).

Згідно з професійним стандартом «Рекламист» (наказ Міністерства економіки України №81-22 від 11.01.2022р.) та у відповідності до класифікатора професій ДК 003:2010 із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13 грудня 2024 року № 27751 може бути застосована професійна кваліфікація «Рекламист» та відповідна назва типової посади 2419.2 Рекламист.

Відповідно до існуючих вакансій і запитів на ринку праці, доктор філософії з маркетингу придатний до працевлаштування на посади: директор з маркетингу, креативний директор (кріейтор, АРТ-директор), керівник департаменту маркетингу, PR-менеджер (івент-менеджер, івент-маркетолог), менеджер з реклами, бренд-стратег (бренд-менеджер), продюсер рекламних кампаній, рекламний аналітик, стартап-маркетолог.

### ***Подальше навчання***

Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.

## **5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ**

### ***Викладання та навчання***

Збалансоване поєднання аудиторних занять (лекції-дискусії, семінарські заняття, практичні заняття в малих групах, самостійна робота з інформаційними джерелами, консультації викладачів), дистанційного навчання та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого, інтерактивного навчання та самонавчання.

### ***Оцінювання***

Оцінювання результатів навчання здобувачів здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів у ДТЕУ» та передбачає проведення таких контрольних заходів: поточний та підсумковий контроль, атестація.

Поточний контроль проводиться на практичному/семінарському занятті та за

результатами виконання завдань самостійної роботи. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання практичних завдань. Підсумковий контроль – контрольні заходи, що передбачають встановлення відповідності (вимірювання, оцінювання) здобутих особою результатів навчання вимогам освітньо-наукової програми у частині відповідного освітнього компонента, що здійснюється в університеті. Результати навчання здобувачів у ДТЕУ оцінюються за 100- баловою шкалою, де: 60-100 балів – результати навчання, що дають здобувачу право здобути кредити ЄКТС; 0-59 балів – незадовільні результати навчання, що не дають здобувачу право здобути кредити ЄКТС.

## **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, теоретичні та практичне значення

### *Загальні компетентності (ЗК)*

<b>ЗК 1.</b>	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
<b>ЗК 2.</b>	Здатність до пошук, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
<b>ЗК 3.</b>	Здатність працювати в міжнародному контексті.
<b>ЗК 4.</b>	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 (СК)*

<b>СК 01.</b>	Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягти наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.
<b>СК 02.</b>	Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних текстів за напрямом досліджень.
<b>СК 03.</b>	Здатність застосувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.
<b>СК 04.</b>	Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.
<b>СК 05.</b>	Здатність до проведення науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.
<b>СК 06.</b>	Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.

<b>СК 07.</b>	Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.
<b>СК 08.</b>	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.
<b>СК 09.</b>	<i>Здатність використовувати цифрові технології при розробці та реалізації маркетингових стратегій з урахуванням релевантних правових норм та обмежень, насамперед у сфері торгівлі, реклами та обслуговування</i>
<b>7 – ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ</b>	
<b>РН 01.</b>	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.
<b>РН 02.</b>	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.
<b>РН 03.</b>	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.
<b>РН 04.</b>	Глибоко розуміти і імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосовувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.
<b>РН 05.</b>	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.
<b>РН 06.</b>	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, критичного аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної

	проблеми.
<b>РН 07.</b>	Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземними мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.
<b>РН 08.</b>	Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналіз даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.
<b>РН 09.</b>	Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення
<b>РН 10.</b>	<i>Використовувати цифрові технології при розробці та реалізації маркетингових стратегій з урахуванням релевантних правових норми та обмежень, насамперед у сфері торгівлі, реклами та обслуговування</i>

## **8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ**

### ***Кадрове забезпечення***

Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Реалізацію освітньо-наукової програми «Маркетинг» здійснюють науково-педагогічні працівники з науковим ступенем та/або вченим званням, які відповідають вимогам чинного законодавства України, мають достатній рівень наукової і професійної кваліфікації. Всі науково-педагогічні працівники кожні п'ять років проходять підвищення кваліфікації.

### ***Матеріально-технічне забезпечення***

Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Для зручності здобувачів вищої освіти функціонують корпоративна система дистанційного навчання та автоматизована система управління освітнім процесом «МІА: Освіта». В університеті обладнані сучасні комп'ютерні класи зі спеціалізованим програмним забезпеченням, функціонує Навчально-науковий центр бізнес-симуляції та працює Smart-бібліотека. Створенні всі умови для навчання осіб з інвалідністю. Наявна соціально-побутова інфраструктура ДТЕУ.

### ***Інформаційне та навчально-методичне забезпечення***

Для кожної освітньої програми в університеті розробляється Інформаційний пакет ЄКТС.

Кожен здобувач через особистий кабінет АСУ «МІА: Освіта» може переглянути та сформувати власний індивідуальний план, переглянути навчальний план, здобути бали за дисциплінами, розклад занять та комунікувати з учасниками освітнього процесу.

Програми, робочі програми, силабуси дисциплін та критерії оцінювання за освітніми компонентами розміщені на корпоративній платформі дистанційного навчання.

Для зручності здобувачів вищої освіти в університеті розроблений Каталог навчальних дисциплін, відповідно якого здобувачі мають право обирати вибіркові

освітні компоненти. Аспіранти повною мірою забезпечені матеріальними ресурсами для навчання та виконання досліджень, а саме: 470 посадкових місць у читальних залах ДТЕУ, у тому числі у мультимедійній бібліотеці ДТЕУ, де забезпечено доступ до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science.

## **9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ**

### ***Національна кредитна мобільність***

Національна кредитна мобільність здійснюється в межах укладених меморандумів про співпрацю між ДТЕУ та іншими закладами вищої освіти (науковими установами) України відповідно до законодавства.

### ***Міжнародна кредитна мобільність***

Університетом укладені договори про співробітництво між ДТЕУ та іноземними закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання здобувачів за Міжнародними програмами і проектами в рамках програми Еразмус+.

### ***Навчання іноземних здобувачів вищої освіти***

Здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства.

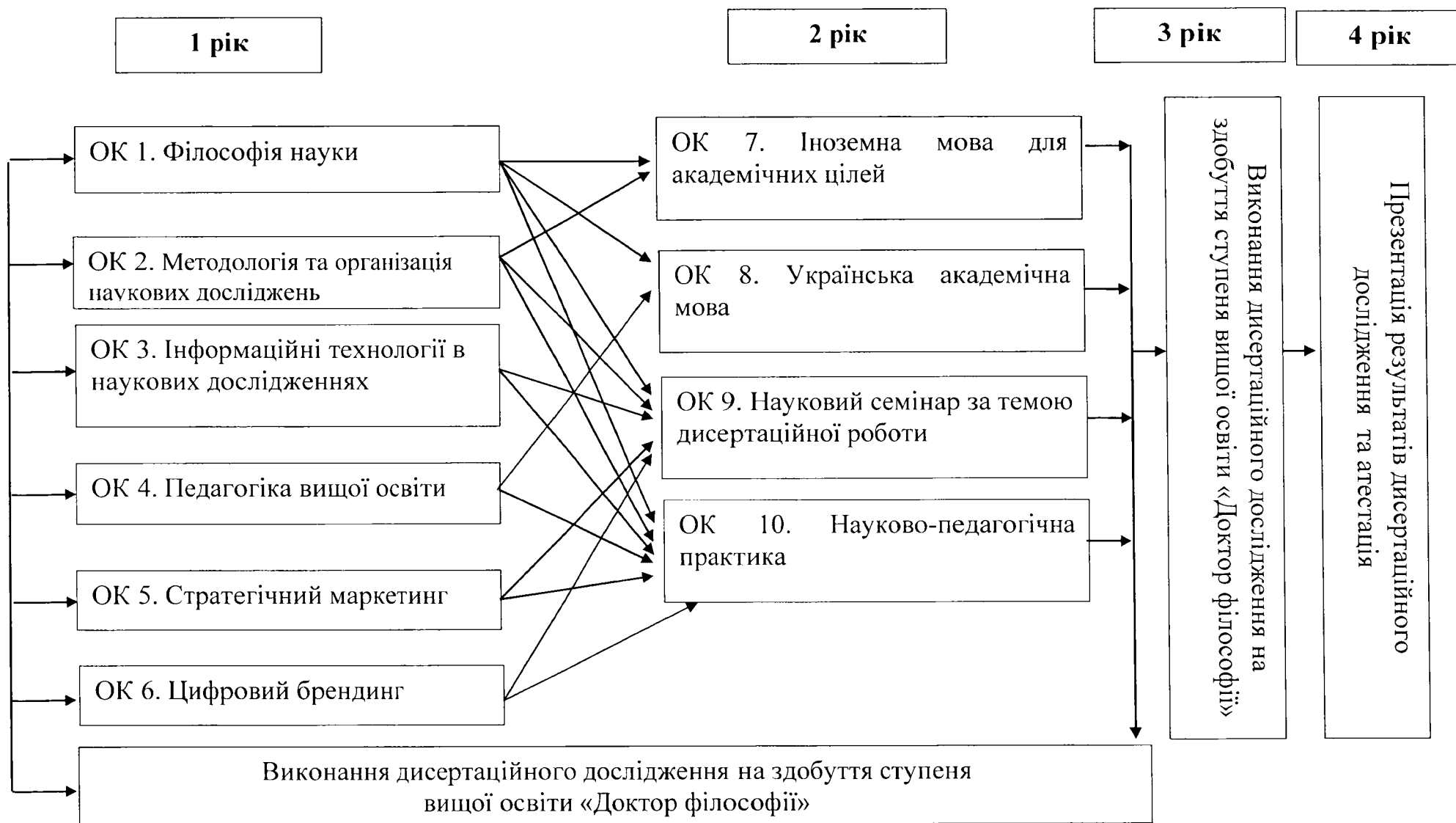
## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

### 2.1. Перелік компонент ОП

Код	Компоненти освітньо-наукової програми	Кількість ЄКТС	Форма контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОНП</b>			
ОК 1	Філософія науки	2	Диф.залік
ОК 2	Методологія та організація наукових досліджень	4	Диф.залік
ОК 3	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	2	Диф.залік
ОК 4	Педагогіка вищої освіти	2	Диф.залік
ОК 5	Стратегічний маркетинг	2	Диф.залік
ОК 6	Цифровий брендинг	2	Диф.залік
ОК 7	Іноземна мова для академічних цілей	2	Диф.залік
ОК 8	Українська академічна мова	2	Диф.залік
ОК 9	Науковий семінар за темою дисертаційної роботи	2	Диф.залік
ОК 10	Науково-педагогічна практика	2	Диф.залік
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>22</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОНП*</b>			
ВК 01	Освітній компонент 1	2	Диф.залік
ВК 02	Освітній компонент 2	2	Диф.залік
ВК 03	Освітній компонент 3	2	Диф.залік
ВК 04	Освітній компонент 4	2	Диф.залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>8</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми</b>		<b>30</b>	
Підготовка дисертації (наукова складова)		174	
<b>Презентація результатів дисертаційного дослідження та атестація</b>		<b>36</b>	
<b>Загальний обсяг освітньо-наукової програми</b>		<b>240</b>	

\* - за погодженням з науковим керівником

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



### 3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ

Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері маркетингу або на її межі з іншими спеціальностями і передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. *Обсяг основного тексту дисертації має становити 6,5 – 9 авторських аркушів.* Дисертація має бути розміщена на сайті ДТЕУ.

**4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ  
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОBOB'ЯЗКОВИМ КОМПОНЕНТАМ  
ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ**

Компетентності	Освітня складова										Наукова складова
	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	
ЗК 1	•		•	•	•	•				•	•
ЗК 2	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК 3	•		•			•	•	•			•
ЗК 4	•	•		•	•	•			•	•	•
СК 01	•	•	•	•	•	•			•		•
СК 02					•	•	•	•			•
СК 03			•	•		•				•	•
СК 04	•			•			•	•		•	•
СК 05		•							•	•	•
СК 06		•			•	•			•	•	•
СК 07	•	•			•	•			•	•	•
СК 08		•							•		•
СК 09		•			•	•			•		•

**5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ  
НАВЧАННЯ (РН) ОБОВ'ЯЗКОВИМИ КОМПОНЕНТАМИ  
ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ**

Програмні результати навчання	Освітня складова										Наукова складова
	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	
РН 01	•	•				•			•	•	•
РН 02		•			•	•			•		•
РН 03			•		•	•					•
РН 04		•		•		•			•	•	•
РН 05	•	•		•			•	•		•	•
РН 06	•	•	•		•	•			•	•	•
РН 07							•	•			•
РН 08			•			•					•
РН 09				•		•			•	•	•
РН 10		•			•	•			•		•

*Розроблено робочою групою у складі*

1. Олена БОНДАРЕНКО, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, **гарант освітньо-наукової програми**
2. Маргарита БОЙКО, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
3. Катерина ЯГЕЛЬСЬКА, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу
4. Сергій СЯЗІН, аспірант освітньо-наукової програми «Маркетинг»

*Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:*

1. Ірина ЛИЛИК, к.е.н., доцент, Президент ГО «Українська асоціація маркетингу»
2. Марина ЛЕО, директор зі стратегічного розвитку ТОВ «ДЕОЛ Партнерс»

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ВИБІРКОВИХ КОМПОНЕНТІВ**

Код	Освітні компоненти	Кредити ЄКТС
ВК 1.	Інновації в торгівлі	2
ВК 2.	Комерціалізація інтелектуальної власності	2
ВК 3.	Математичне моделювання у наукових дослідженнях	2
ВК 4.	Міжнародний маркетинг	2
ВК 5.	Ораторське мистецтво	2
ВК 6.	Ризики в маркетингу	2
ВК 7.	Статистичні методи аналізу та прогнозування	2
ВК 8.	Технології цифрового маркетингу	2
ВК 9.	Управління ланцюгами постачання	2
ВК 10.	Інша освітня компонента за погодженням з науковим керівником	2

