МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСВІТНЬО – НАУКОВА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Третього рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: доктор філософії з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Заст. голови вченої ради

_____ /Микола МИТНИК/

(протокол № 6 від "21" червня 2022 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2022 р.

В.о ректора _____ Микола МИТНИК /

(наказ № 4/7-328 від "22" червня 2022 р.)

Тернопіль, 2022 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя у складі:

Керівник робочої групи, гарант освітньої програми	д.е.н., доцент, професор кафедри промислового маркетингу ТНТУ
Наталія РОЖКО	
Члени:	
Володимир ФАЛОВИЧ	д.е.н., професор, завідувач кафедри промислового маркетингу ТНТУ
Лілія ЯКИМИШИН	д.е.н., професор, професор кафедри промислового маркетингу ТНТУ
Світлана СЕМЕНЮК	к.е.н., доцент, доцент кафедри промислового маркетингу ТНТУ
Юлія КУЛИК	аспірант 2-го року навчання ТНТУ
Олена МУХА	маркетолог ПрАТ «ТерА»

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради факультету економіки та менеджменту

Протокол № 13 від 20.06 2022 року
Голова Вченої ради ФЕМ _____ Богдан АНДРУШКІВ

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні науково-методичної комісії факультету економіки та менеджменту

Протокол № 8 від 20.06. 2022 року
Голова НМК ФЕМ _____ Тетяна ВИННИК

Рецензії – відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Рецензія – відгук на освітньо-наукову програму «Маркетинг» завідувач кафедри маркетингу Західноукраїнського національного університету. _____ Тетяна БОРИСОВА

2. Рецензія на освітньо-наукову програму за спеціальністю 075 «Маркетинг», директор ТОВ «Маркетингові технології ПБС». _____ Михайло ТИМОШИК

1. Профіль освітньо-наукової програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, кафедра промислового маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – доктор філософії Кваліфікація – доктор філософії з маркетингу
Офіційна назва освітньо-наукової програми	Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього (доктор філософії) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньо-наукової програми	Диплом доктора філософії, одиничний. 240 кредитів ЄКТС (в т.ч. освітня складова – 51 кредит, наукова складова – 189 кредитів), термін навчання – 4 роки.
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – третій цикл, EQF-LLL – 8 рівень
Передумови	Наявність ступеня спеціаліста чи магістра
Мова(и) навчання і оцінювання	Українська
Форма навчання	Денна, заочна
Термін дії	4 роки
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://tntu.edu.ua/?p=uk/structure/faculties http://kaf-pm.tntu.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми (з врахуванням рівня кваліфікації)	Підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівців, які володіють компетентностями, достатніми для продукування нових ідей, вирішення комплексних проблем професійної та дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, а також методологією наукової та педагогічної діяльності, необхідними для проведення власних наукових досліджень.
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань / спеціальність / спеціалізація програми)	*Об'єкт вивчення:* 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 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. *Теоретичний зміст предметної області:* 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. *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 провадження інноваційної маркетингової діяльності.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова для підготовки доктора філософії
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Програма базується на загальновідомих наукових засадах із врахуванням поточного стану та перспектив розвитку професійної галузі та орієнтована на наукові положення формування і розвитку теорії та прикладних засад маркетингу. Ключові слова: маркетинг, промисловість, наукові положення управління маркетингом, ринкові закономірності, маркетинговий менеджмент.
Особливості програми	Програма передбачає застосування широкого кола загальнонаукових і спеціальних аналітичних методів, принципів і прийомів наукових досліджень, з урахуванням сучасного світового досвіду в сфері маркетингу, а також сучасних інформаційних систем і програмних продуктів, необхідних для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, проведення оригінальних наукових досліджень у сфері маркетингу.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на посадах наукових і науково- педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, тощо в установах та організаціях.
Академічні права випускників	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Навчання здійснюється на основі проблемно-орієнтованого підходу та самонавчання. Викладання проводиться у формі лекцій та практичних, виконання розрахункових робіт та написання рефератів, консультування, реалізації інтерактивного навчання, дискусій на задану тематику. Використовуються окремі елементи змішаного навчання, застосування інформаційно-комунікаційних технологій (матеріал може надаватись онлайн, дистанційно), педагогічна практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дисертаційного дослідження.
Оцінювання	Рейтингова система оцінювання, письмові та усні екзамени, заліки, тестування, індивідуальні семестрові роботи, проміжні звіти, атестації, захист науково-педагогічної практики, захист дисертації.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність продукувати нові ідеї, розв’язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної

	діяльності у сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК3. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК4. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямах. СК2. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень. СК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічної діяльності. СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. СК5. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами. СК6. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. 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. 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. *СК 9. Здатність до інтеграції знань, умінь і навичок та ефективного їх використання в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища, прийняття ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу.* *СК 10. Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку.*
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання	Р1. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з

	відповідного напряму, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. Р2. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів. Р3. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані. Р4. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності. Р5. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших. Р6. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми. Р7. 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. Р8. 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. Р9. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення. *Р10. Демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності при проведенні наукових досліджень, оприлюднення та впровадження наукових результатів.*
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Реалізація освітньої програми забезпечується кадрами високої кваліфікації з науковими ступенями та вченими званнями, які мають значний досвід навчально-методичної, науково-дослідної роботи та відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів

	України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти»). Освітній процес здійснюється науково-педагогічними працівниками кафедри промислового маркетингу із залученням науково-педагогічних працівників з інших кафедр та (додатково) фахівців-практиків в галузі маркетингу з провідних підприємств Західного регіону. Викладацький склад кафедри регулярно проходить планове стажування в галузі маркетингу на провідних підприємствах та в ЗВО України та за кордоном.
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України. У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зал, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу. До послуг аспірантів і викладачів є також читальний зал на 230 місць, абонемент та копіювальна техніка. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi. Здобувачі вищої освіти забезпечені гуртожитком. Є наявна соціально-побутова інфраструктура: їдальня, медичний пункт, бібліотека, басейн, спортивний комплекс, актова зала.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання системи електронного навчання ТНТУ ATutor; матеріалів, розміщених в інституційному репозитарії університету ELARTU; електронного каталогу бібліотеки; навчальних матеріалів у традиційній (паперовій) формі у приміщеннях бібліотеки університету; вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань у друкованому та електронному доступі, у т.ч. до баз даних англомовних періодичних наукових видань (зокрема, Scopus і Web of Science); забезпечення доступу до Інтернет за допомогою Wi-Fi або інших бездротових технологій в основних навчальних, лабораторних, бібліотечних приміщеннях, гуртожитках; офіційного веб-сайту університету та його структурних підрозділів; системи АСУ «Університет» та авторських розробок професорсько-викладацького складу.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Передбачає можливість академічної мобільності за деякими компонентами освітньої програми, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей.
Міжнародна кредитна мобільність	Програма надає перспективи участі та стажування у науково-дослідних проєктах та програмах академічної мобільності на основі двосторонніх договорів між ТНТУ та університетами країн-партнерів за кордоном.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних громадян здійснюється на загальних підставах.

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

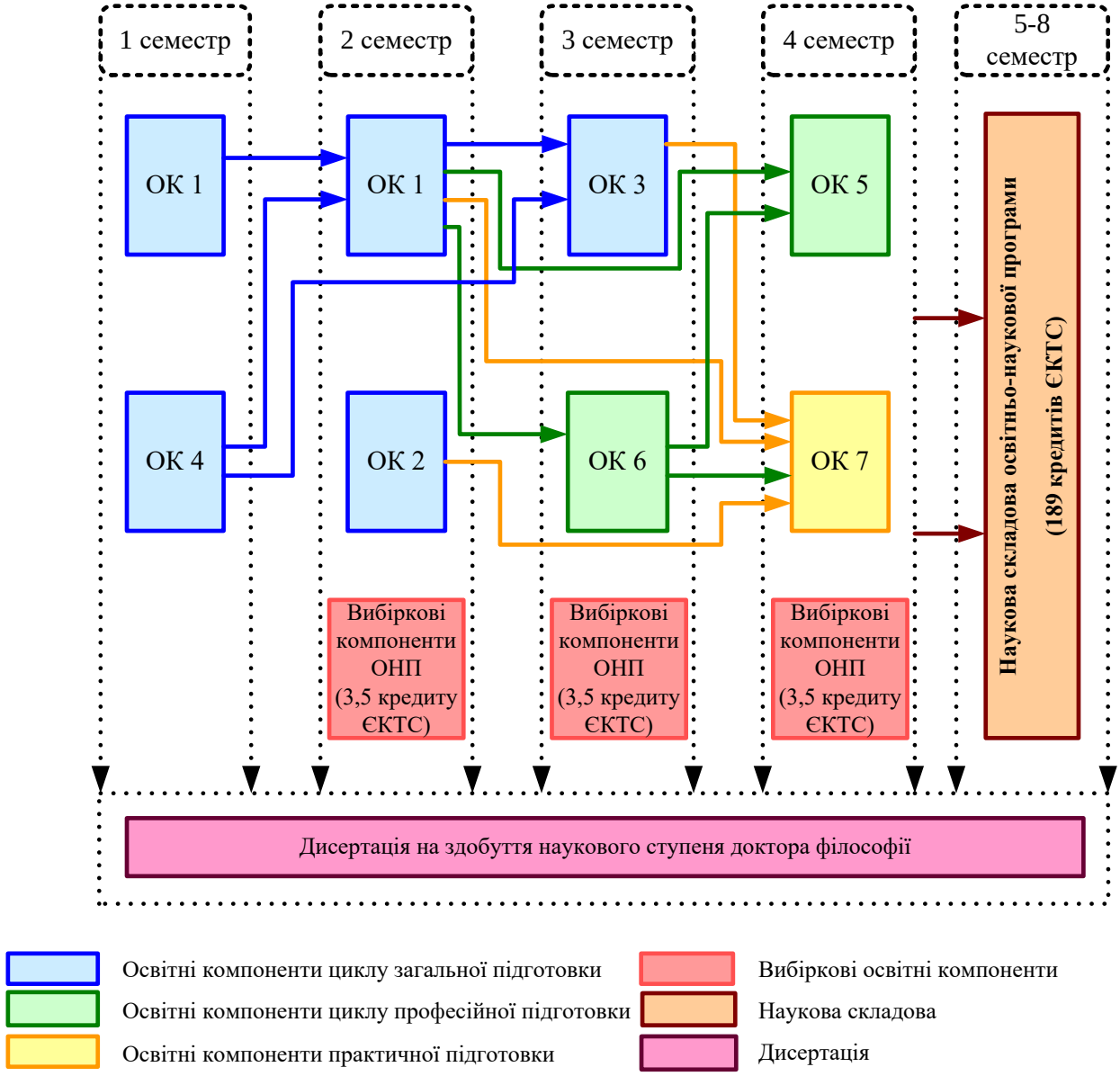
2.1 Перелік компонент ОНП

Код ОК	Компоненти освітньо-наукової (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОНП			
Цикл дисциплін загальної підготовки			
ОК 1.	Засади провадження наукової діяльності	9	залік, екзамен
ОК 2.	Іноземна мова для науковців	8	екзамен
ОК 3.	Основи педагогіки та психології вищої школи	4,5	екзамен
ОК 4.	Філософія науки	4	екзамен
Цикл дисциплін професійної підготовки			
ОК 5.	Аналітичне забезпечення маркетингу	4,5	екзамен
ОК 6.	Прикладні аспекти маркетингових досліджень	4,5	залік
ОК 7.	Науково-педагогічна практика	3	диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**37,5**	
Вибіркові компоненти		**13,5**	
Загальний обсяг освітньої складової ОНП		**51,0**	
Наукова складова		**189,0**	
Загальний обсяг ОНП		**240**	

2.2. Наукова складова ОНП

Рік підготовки	Зміст наукової роботи аспіранта	Форма контролю
1 рік	Визначення та формулювання теми власного наукового дослідження, визначення змісту, строків виконання та обсягу наукових робіт; вибір та обґрунтування методології проведення власного наукового дослідження, опрацювання та аналіз доробків з проблеми дослідження, що складатиме концептуальну основу наукового дослідження. Підготовка та публікація не менше 1-ї статті (як правило, оглядової) у наукових фахових виданнях (вітчизняних або закордонних) за темою дослідження; участь у науково-практичних конференціях (семінарах) з публікацією тез доповідей.	Затвердження індивідуального плану роботи аспіранта, звіт про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік
2 рік	Проведення під керівництвом наукового керівника власного наукового дослідження, що передбачає вирішення дослідницьких завдань шляхом застосування комплексу емпіричних та теоретичних методів. Підготовка та публікація не менше 1-ї статті у наукових фахових виданнях (вітчизняних або закордонних) за темою дослідження, участь у науково-практичних конференціях (семінарах) з публікацією тез доповідей.	Звіт про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік
3 рік	Аналіз та узагальнення отриманих результатів власного наукового дослідження; обґрунтування наукової новизни отриманих результатів, їх теоретичного та практичного значення. Підготовка та публікація не менше 1-ї статті у наукових фахових виданнях (вітчизняних або закордонних) за темою дослідження; участь у науково-практичних конференціях (семінарах) з публікацією тез доповідей.	Звіт про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік.
4 рік	Оформлення наукових досягнень аспіранта у вигляді дисертації, підведення підсумків щодо повноти висвітлення результатів дисертації в наукових статтях відповідно чинних вимог. Апробація результатів та висновків наукового дослідження на науково-практичних конференціях та семінарах. Впровадження одержаних результатів та отримання підтверджуючих документів. Подання документів на попередню експертизу дисертації. Підготовка наукової доповіді для випускної атестації (захисту дисертації).	Звіт про хід виконання індивідуального плану аспіранта двічі на рік. Надання висновку про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації.

3. Структурно-логічна схема освітньо-наукової програми



4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

4.1. Форма та вимоги до атестації і публічного захисту здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертаційної роботи.
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 на сайті закладу вищої освіти (наукової установи).
Вимоги до публічного захисту	Захист дисертаційної роботи здійснюється публічно і гласно. Публічний захист здійснюється на засіданні Спеціалізованої вченої ради, склад якої затверджується Міністерством освіти і науки України на підставі чинних нормативно-правових документів.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Диплом доктора філософії із присвоєнням освітньої кваліфікації доктор філософії з маркетингу, освітньо-наукова програма «Маркетинг».

5. Матриця відповідності програмних компетентностей (ЗК,СК) компонентам освітньої програми (ОК)

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	Наукова складова
ІНТ	●	●	●	●	●	●	●	●
ЗК 1	●			●	●	●	●	●
ЗК 2	●				●	●	●	●
ЗК 3		●						
ЗК 4	●						●	●
СК 1	●					●	●	●
СК 2	●	●						●
СК 3	●		●		●	●	●	●
СК 4			●				●	●
СК 5	●						●	●
СК 6	●			●		●		●
СК 7				●	●	●		●
СК 8	●	●					●	●
СК 9	●							●
СК 10	●			●				●

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми (ОК)

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	Наукова складова
Р 1	●				●	●		●
Р 2	●						●	●
Р 3	●					●		●
Р 4			●				●	●
Р 5	●		●				●	●
Р 6	●			●				●
Р 7	●	●	●		●	●		●
Р 8							●	●
Р 9			●			●		●
Р 10	●						●	●

7. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Вимоги щодо внутрішнього забезпечення якості вищої освіти регламентуються окремим положенням університету – Система управління якістю (СУЯ). Стратегічне управління університетом (наказ №4/7-568 від 25.07.2016, URL:https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=24).

Відповідно до рішення Органу сертифікації 31 серпня 2017 року університет отримав сертифікати, які підтверджують відповідність системи управління якістю вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Перші два сертифікати українською та німецькою мовами видані німецьким сертифікаційним органом «DQS GmbH», який входить в трійку лідерів серед сертифікаційних органів у світі, що свідчить про міжнародне визнання якості освітньої діяльності (сертифікат видано 31.08.2018, дійсний – до 29.08.2023, URL: https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000287/QM15_31400225_QM15_UK_(4).pdf

Ще один сертифікат єдиного міжнародного зразка IQNet (видано 31.08.2017, дійсний – до 29.08.2023, реєстраційний номер DE-31400225 QM15, виданий міжнародною сертифікаційною мережею (зі штаб квартирою у м. Берн, Швейцарія), що об'єднує 37 провідних органів з сертифікації в 34 країнах світу, URL: https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000287/IQNet_31400225_QM15_EN_(5).pdf.

В університеті функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;

2)здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого

3) навчального закладу, 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 аспірантів, за кожною освітньо-науковою програмою;

6)забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7)забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8)забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення університетом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням університету оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості

вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

8. Перелік нормативних 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/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2022/04/08/075-Marketynh-07.04.22-313.pdf?fbclid=IwAR3Z64q4H7Gy1R7AN93ExJ-MecSsnC1Gz5lB3Ye6NRpF125CiIzeHYa_rM8
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
3. EQF 2017 (Європейська рамка кваліфікацій) – https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ceead970-518f-11e7-a5ca-01aa75ed71a1/language-en; https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page
4. QF EHEA 2018 (Рамка кваліфікацій ЄПВО) – 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-ofeducation-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-fielddescriptions-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

Гарант освітньо-професійної програми,
д.е.н., доцент, професор кафедри
промислового маркетингу
ТНТУ — Наталія РОЖКО

Д.е.н., професор, завідувач кафедри
промислового маркетингу
ТНТУ — Володимир ФАЛОВИЧ

Д.е.н., професор, професор кафедри
промислового маркетингу
ТНТУ — Лілія ЯКИМИШИН

К.е.н., доцент, доцент кафедри
промислового маркетингу
ТНТУ — Світлана СЕМЕНЮК

Аспірант 2 року навчання ТНТУ — Юлія КУЛИК

Маркетолог ПрАТ «ТерА» — Олена МУХА