



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол № 10
від « 21 » 04 2019 р.

засідання вченої ради НУБіП України

В.о. ректора  С. Ніколаєнко

Освітньо-наукова програма вводитьься в дію



з 07.09. 2019 р.

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

за спеціальністю № 075 «Маркетинг»

галузі знань № 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: доктор філософії управління та адміністрування

Київ – 2019

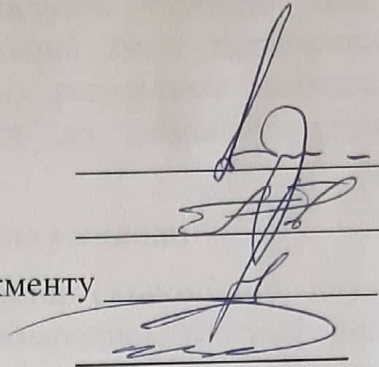
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми
зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Перший проректор

Завідувач відділу аспірантури

Декан факультету аграрного менеджменту

Голова проектної групи



Ібатуллін І. І.

Барабаш О. І.

Остапчук А.Д.

Буряк Р.І.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-наукова програма (ОНП) для підготовки фахівців третього рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетенцій випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Розроблено проектною групою у складі:

1. **Буряк Руслан Іванович**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту НУБіП України, керівник проектної групи.
2. **Збарський Василь Кузьмич**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту НУБіП України.
3. **Луцій Олександр Павлович**, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту НУБіП України

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. **Пилипчук Володимир Петрович**, заступник завідувача кафедри маркетингу Київського Національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана, кандидат економічних наук, професор.
2. **Васюткіна Наталія Володимирівна**, професор кафедри менеджменту та маркетингу Європейського університету, доктор економічних наук, професор.
3. **Новікова Іннола Вікторівна**, завідувач кафедри економіки та менеджменту Інституту інноваційної освіти Київського Національного університету будівництва і архітектури, доктор економічних наук, професор.

Освітня програма підготовки фахівців третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 (в редакції від 01.01.2019), Постанов Кабінету Міністрів України від 23.11.2011р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікації», від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» (в редакції від 23.05.2018), проекту Стандарту вищої освіти третього освітньо-наукового рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг».

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

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет біоресурсів і природокористування України Факультет аграрного менеджменту кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Доктор філософії Доктор філософії управління та адміністрування
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Освітньо-наукова програма зі спеціальності «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	PhD доктор філософії, 36 кредитів ЄКТС, строк навчання 4 роки
Наявність акредитації	Акредитується вперше
Цикл/рівень	НРК України – 9 рівень, FQ-EHEA – третій цикл, EQF-LLL – 8 рівень
Передумови	Наявність освітнього ступеня магістра
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньо-наукової програми	4 роки
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-наукової програми	aspirantura@nubip.edu.ua
2 – Мета освітньо-наукової програми	
Підготовка фахівців вищого рівня кваліфікації, здатних аналізувати і розв'язувати комплексні наукові й практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності та управління підприємствами, організовувати та здійснювати науково-дослідну, інноваційну та адміністративну діяльність	
3 – Характеристика освітньо-наукової програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг».
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова
Основний фокус освітньо-наукової програми та спеціалізації	Наукові дослідження в області теорії і практики маркетингу і управління підприємствами. <i>Загальний:</i> – організація та проведення наукових досліджень; – загальнонаукова методологія та її застосування у дослідженнях маркетингової діяльності; – спеціальні методи аналізу і моделювання в управлінні маркетингом; – експертні оцінки у дослідженнях маркетингової діяльності та обґрунтуванні управлінських рішень;

- етика наукової комунікації;
- культура наукової комунікації та наукового мовлення;
- комунікативна діяльність науковця та ведення наукових дискусій;
- інформаційні моделі об'єктів та предметів наукових досліджень;
- соціально-психологічні особливості навчання дорослих, технології викладання у вищій школі;

Спеціальний:

- маркетинг як спеціальна наукова теорія і системне суспільне явище;
- інституціональні засади маркетингу та адміністрування;
- дослідження функціонування механізмів маркетингової діяльності на макрорівні, галузевому, міжгалузевому та регіональному рівнях;
 - форми, методи та важелі маркетингового впливу на ринок та споживачів;
 - визначення закономірностей функціонування товарних ринків з урахуванням конкурентної структури, що сприяють розширенню підприємницької діяльності та укріпленню ринкового статусу підприємства:
 - розроблення маркетингових стратегій (стратегія зростання, підтримання конкурентних переваг, стратегічне маркетингове планування розвитку підприємств, інноваційні, цінові, збутові стратегії тощо);
 - визначення особливостей маркетингу в аграрному секторі економіки Прогнозування ринкових процесів, обсягів продажу продукції тощо;
 - розроблення теоретичних і практичних основ організації маркетингової діяльності та механізмів їх реалізації;
 - вивчення функціональних підсистем маркетингового управління Дослідження принципів, цілей, задач та елементів маркетингу у зазначених підсистемах;
 - формування комплексу маркетингу (маркетинг-мікс). Аналіз ефективності від впровадження підсистем забезпечення комплексу маркетингу;
 - дослідження маркетингового середовища, у т.ч. підприємств аграрного сектору економіки;
 - основні напрямки маркетингових досліджень в умовах сучасних ринків. Етапи, процедура та формування наукових звітів за результатами маркетингових досліджень. Методи збору первинної та вторинної інформації;
 - сучасні наукові підходи до сегментування ринку. Оцінка сегментів ринку за привабливістю та можливістю фірми конкурувати в цьому сегменті. Стратегії вибору цільових ринків. Стратегії позиціонування. Фактори, методи й етапи позиціонування;
- формування й реалізація загальних маркетингових стратегій. Планування маркетингової діяльності підприємств в умовах невизначеності та стабільності зовнішнього середовища.
- визначення інноваційних підходів до формування організаційних структур управління маркетингом. Контроль

	та аудит маркетингової діяльності. Ключові слова: маркетинг, підприємництво, управління маркетингом, адміністрування
Особливості освітньо-наукової програми	Програма реалізується у невеликих групах дослідників і передбачає диференційований підхід до аспірантів денної та заочної форм навчання.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Науково-педагогічна та наукова діяльність у закладах вищої освіти, наукових установах, що здійснюють підготовку фахівців для сфери управління та адміністрування, проводять наукові дослідження в цій сфері. Адміністративна та управлінська діяльність на всіх рівнях управління господарською діяльністю підприємств, організацій та установ.</p> <p>Згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій та International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) особа з професійною кваліфікацією «Маркетинг» може працевлаштуватися на посади з наступними професійними назвами робіт з науково-начальник: наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) (2419.1); асистент (2310.2), доцент (2310.1), професор (2310.1), директор (начальник) організації (дослідної, конструкторської, проектної) (1210.1), директор (начальник) професійного навчально-виховного закладу (професійно-технічного училища, професійного училища і т. ін.) (1210.1), директор (ректор, начальник) вищого навчального закладу (технікуму, коледжу, інституту, академії, університету і т. ін.) (1210.1), директор курсів підвищення кваліфікації (1210.1), директор науково-дослідного інституту (1210.1), директор центру підвищення кваліфікації (1229.4), завідувач (начальник) відділу (науково-дослідного, конструкторського, проектного та ін.) (1237.2), завідувач відділення у коледжі (1229.4);</p> <p>з адміністрування та управління: директор (начальник, інший керівник) підприємства (1210.1), директор (керівник) малого підприємства (1312), головні фахівці - керівники виробничих підрозділів у сільському, лісовому та водному господарствах, у риборозведенні, рибальстві та природно-заповідній справі (1221.1), керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні (1227), керівники малих підприємств без апарату управління (131), менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі (1452), менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті (1453), менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки (1475.3); менеджери (управителі) з реклами (1476.1); професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (2419).</p>

<p>Подальше навчання</p>	<p>Навчання для розвитку та самовдосконалення у науковій та професійній сферах діяльності, а також інших споріднених галузях наукових знань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - підготовка на 10-ому (науковому) рівні вищої освіти НРК України; - освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії (у т. ч. закордоном), що містять додаткові освітні компоненти.
<p>5 – Викладання та оцінювання</p>	
<p>Викладання та навчання</p>	<p>Підхід до викладання та навчання передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - впровадження активних методів навчання, що забезпечують особистісно-зорієнтований підхід і розвиток мислення у аспірантів (здобувачів); - тісна співпраця аспірантів (здобувачів) зі своїми науковими керівниками; - підтримка та консультування аспірантів (здобувачів) з боку науково-педагогічних та наукових працівників НУБіП України і галузевих науково-дослідних інститутів, у тому числі забезпечуючи доступ до сучасного обладнання; - залучення до консультування аспірантів (здобувачів) визнаних фахівців-практиків в галузі маркетингу, управління та адміністрування; - інформаційну підтримку щодо участі аспірантів (здобувачів) у конкурсах на одержання наукових стипендій, премій, грантів (у тому числі у міжнародних); - надання можливості аспірантам (здобувачам) приймати участь у підготовці наукових проектів на конкурси Міністерства освіти і науки України; <p>безпосередня участь у виконанні бюджетних та ініціативних науково-дослідних робіт.</p>
<p>Оцінювання</p>	<p>Освітня складова програми. Система оцінювання знань за дисциплінами освітньо-наукової програми складається з поточного та підсумкового контролю.</p> <p><i>Поточний контроль</i> знань аспірантів проводиться в усній формі (опитування за результатами опрацьованого матеріалу).</p> <p><i>Підсумковий контроль</i> знань у вигляді екзамену/заліку проводиться у письмовій формі, з подальшою усною співбесідою.</p> <p>У межах дисциплін, що забезпечують професійну підготовку, позитивні оцінки з поточного і підсумкового контролю можуть виставлятися автоматично, якщо аспірантом підготовлені та опубліковані наукові статті у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань, які включені до міжнародних наукометричних баз. Кількість статей та їх тематика узгоджується з науковим керівником.</p> <p>Наукова складова програми. Оцінювання наукової діяльності аспірантів (здобувачів) здійснюється на основі кількісних та якісних показників, що характеризують підготовку наукових праць, участь у конференціях, підготовки окремих частин дисертації відповідно до затвердженого індивідуального плану наукової роботи аспіранта (здобувача). Звіти аспірантів (здобувачів), за результатами виконання індивідуального плану, щорічно затверджуються на засіданні кафедр та вченій раді факультету та науковій раді НДІ з рекомендацією продовження (або припинення) навчання в аспірантурі.</p>

6 – Програмні компетентності

<p>Інтегральна компетентність</p>	<p>Здатність ідентифікувати комплексні проблеми в галузі маркетингу, управління та адміністрування, у тому числі в дослідницько-інноваційної діяльності, та пропонувати підходи до їх вирішення, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або практики маркетингу, управління та адміністрування</p>
<p>Загальні компетентності (ЗК)</p>	<p>ЗК1. Здатність до формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору.</p> <p>ЗК2. Здатність переосмислювати наявне та створювати нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі соціальні, наукові, культурні, етичні та інші проблеми.</p> <p>ЗК3. Здатність ініціювати дослідницько-інноваційні проекти та автономно працювати під час їх реалізації.</p> <p>ЗК4. Здатність презентувати результати досліджень на всіх рівнях українською та однією з іноземних мов європейського простору.</p> <p>ЗК5. Здатність налагоджувати наукову взаємодію, співробітництво.</p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК1. Здатність до оволодіння та розвитку методології наукової, педагогічної та управлінської діяльності.</p> <p>ФК2. Здатність науково обґрунтовувати, розробляти та здійснювати експертизу нормативно-правових актів, аналітичних довідок, пропозицій, доповідей.</p> <p>ФК3. Здатність забезпечувати належний рівень якості наукових/науково-методичних продуктів, послуг чи процесів.</p> <p>ФК4. Здатність визначати, науково обґрунтовувати та критично оцінювати стратегічні напрями розвитку на загальнодержавному, регіональному, місцевому та на рівні організації.</p> <p>ФК5. Здатність ініціювати, організовувати та керувати інноваційними проектами на різних рівнях управління та адміністрування підприємствами.</p> <p>ФК6. Здатність планувати й організовувати роботу дослідницьких колективів з вирішення наукових і науково-освітніх завдань.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти та проводити комунікативні заходи задля забезпечення громадської підтримки прийняття управлінських рішень на всіх рівнях управління підприємствами та адміністрування.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти нові підходи та адаптувати кращі практики цифрового маркетингу та електронної комерції до потреб сталого розвитку.</p> <p>ФК9. Здатність застосовувати, розробляти й удосконалювати сучасні технології, в тому числі адміністративно-управлінські, інформаційно-комунікаційні технології, в маркетинговій, адміністративній, науковій та освітній (педагогічній) діяльності.</p>

	<p>ФК10. Здатність приймати обґрунтовані управлінські рішення, в тому числі в конфліктних ситуаціях, а також з метою їх запобігання.</p> <p>ФК11. Здатність до розробки науково обґрунтованих рекомендацій щодо вдосконалення управління, маркетингу та адміністрування.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПРН1. Знати наукові концепції (теорії), термінологію, історію розвитку та сучасний стан наукових знань, ідентифікувати теоретичні й практичні проблеми з маркетингу, управління та адміністрування.</p> <p>ПРН2. Знати та дотримуватися основних засад академічної доброчесності у науковій і освітній (педагогічній) діяльності.</p> <p>ПРН3. Знати та уміти застосовувати загальні та спеціальні методи наукового пізнання, закони, закономірності та принципи управління для розв'язання проблем міжнародної торгівлі, маркетингу, управління та адміністрування.</p> <p>ПРН4. Уміти застосовувати сучасні інформаційні технології та інструменти в науковій, освітній (педагогічній) і професійній діяльності.</p> <p>ПРН5. Знати основні засади теорії маркетингу, управління науковими проектами, реєстрації прав інтелектуальної власності.</p> <p>ПРН6. Визначати, оцінювати й обґрунтовувати пріоритетні напрями міжнародного співробітництва для сталого розвитку аграрних підприємств на засадах маркетингу.</p> <p>ПРН7. Розробляти нові підходи та адаптувати кращі практики цифрового маркетингу та електронної комерції до потреб сталого розвитку економіки.</p> <p>ПРН8. Готувати проектні запити на фінансування наукових досліджень, розробляти програмні документи (стратегії, програми, концепції) виходячи із аналізу зарубіжного досвіду, оцінки правового і ресурсного забезпечення та добре адаптовані механізми розвитку підприємництва, маркетингу і управління.</p> <p>ПРН9. Уміти розробляти проекти законодавчих та нормативних актів, передбачаючи правові та соціально-економічні ризики та наслідки запроваджених правових норм.</p> <p>ПРН10. Адаптувати й застосовувати сучасні моделі/підходи до управління та адміністрування, а також міжнародний досвід при проектуванні та реорганізації структур управління на різних рівнях управління маркетинговою діяльністю підприємств.</p> <p>ПРН11. Уміти отримувати науково-прикладні результати, які сприяють розв'язанню важливої теоретичної або прикладної проблеми в галузі підприємництва, управління та маркетингу, що мають загальнонаціональне або світове значення.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Викладання дисциплін за освітньо-науковою програмою забезпечують:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доктори наук, професори – 7 - кандидати наук, доценти – 4
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і дозволяє організовувати та проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на найвищому рівні.</p> <p>Для проведення лекційних та практичних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні лабораторії обладнані необхідною комп'ютерною технікою.</p>

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньо-наукової програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» відповідає ліцензійним вимогам, галузевому стандарту третього рівня вищої освіти ступеня «доктора філософії» за спеціальністю «Маркетинг», має актуальний змістовний контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Зокрема, офіційний веб-сайт <https://nubip.ua> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.

Всі зареєстровані в університеті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет.

Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-наукової програми викладені на освітньому порталі «Навчальна робота»: <https://nubip.edu.ua/node/46601>.

В НУБіП України функціонує Центр дистанційних технологій навчання, який забезпечує функціонування освітнього кластеру інформаційно-освітнього середовища університету, його обслуговування та організаційно-методичне супроводження. Навчально-інформаційний портал elearn.nubip.edu.ua є потужним інструментом для підтримки навчального процесу аспірантів (здобувачів) за спеціальністю 075 «Маркетинг». Гібридна модель інформаційно-освітнього середовища університету дає можливість інтегрувати хмарні сервіси Microsoft, Cisco, Google тощо для організації навчальної діяльності.

Розроблені електронні навчальні курси для аспірантів (здобувачів) на базі платформи дистанційного навчання: <http://elearn.nubip.edu.ua/>. Кожний курс містить теоретичний матеріал, навчально-методичні матеріали для практичних робіт та самостійної роботи.

Забезпечення навчальною та науковою літературою студентів і викладачів здійснює бібліотека. Бібліотека Національного університету біоресурсів і природокористування України є найбільшою серед бібліотек вищих аграрних закладів освіти України. До складу наукової бібліотеки входять: 5 відділів (комплектування, наукової обробки документів і організації каталогів; інформаційно-бібліографічний; інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення; обслуговування навчальною літературою; обслуговування науковою та художньою літературою) та 5 філій: у навчальних корпусах № 1; № 6; № 10; № 11 та № 12.

Одним з основних завдань наукової бібліотеки є формування фонду відповідно до профілю університету та інформаційних потреб усіх категорій користувачів. Бібліотечний фонд багатогалузевий, нараховує понад один мільйон примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, у т.ч. рідкісних видань, спец. видів науково-технічної літератури і документів (з 1984 р.), авторефератів дисертацій (з 1950 р.), дисертацій (з 1946 р.), більше 500 назв журналів та більше 50 назв газет.

З 2006 р. бібліотека НУБіП України отримала статус національної депозитарної бібліотеки FAO (Food and Agricultural Organization) в Україні.

Нині фонд бібліотеки становить понад 1 млн. примірників, із

	<p>них підручників і навчальних посібників – понад 300 тис. примірників, наукової літератури – понад 604 тис. примірників.</p> <p>Щороку до фонду навчальної літератури надходить 35040 примірників книг і періодичних видань.</p> <p>Бібліотечне обслуговування читачів проводиться на 8 абонементів, у 7 читальних залах на 527 місць, з яких 4 – галузеві, 1 універсальний та 1 спеціалізований читальний зал для професорсько-викладацького складу, аспірантів та магістрів – Reference Room; MBA; каталоги, в т.ч. електронний (понад 180000 одиниць записів); бібліографічні картотеки, в тому числі персоналії (з 1954 р.); фонд довідкових і бібліографічних видань. Така розгалужена система бібліотеки дає можливість щорічно обслуговувати всіма структурними підрозділами понад 40000 користувачів у рік. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: https://nubip.ua.</p> <p>З 1 січня 2017 р. в НУБіП України відкрито доступ до однієї із найбільших наукометричних баз даних Web of Science.</p> <p>Web of Science дозволяє організувати пошук за ключовими словами, за окремим автором і за організацією (університетом), підключаючи при цьому потужний апарат аналізу знайдених результатів.</p> <p>З листопада 2017 року в НУБіП України відкрито доступ до наукометричної та універсальної реферативної бази даних SCOPUS видавництва Elsevier. Доступ здійснюється з локальної мережі університету за посиланням https://www.scopus.com.</p> <p>База даних SCOPUS індексує близько 22000 назв різних видань (серед яких 55 українських) від більш ніж 5000 видавництв. SCOPUS надає своїм користувачам можливість отримати результати тематичного пошуку з однієї платформи зі зручним інтерфейсом, відслідкувати свій рейтинг в SCOPUS (цитовання власних публікацій; індекс Гірша) та інше.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між НУБіП України та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів. За результатами конкурсу 2016-2021 років університет уклав Міжінституційні угоди на реалізацію академічної мобільності із 20 європейськими університетами: Латвійський сільськогосподарський університет; Університетом екології та менеджменту в Варшаві (<i>Польща</i>); Варшавський університет наук про життя, (<i>Польща</i>); Університетом Александраса Стульгінскіса (<i>Литва</i>); Університет Агрисуп, Діжон (<i>Франція</i>); Університетом Фоджа (<i>Італія</i>); Університет Дікле (<i>Туреччина</i>); Технічний університет Зволен, (<i>Словаччина</i>); Броцлавський університет наук про життя (<i>Польща</i>); Вища школа сільського господарства м Лілль (<i>Франція</i>); Університет короля Міхаїла 1, Тімішоара (<i>Румунія</i>); Університет прикладних наук Хохенхайм (<i>Німеччина</i>); Норвезький університет наук про життя (<i>Норвегія</i>); Шведський університет сільськогосподарських наук, UPSALA; Університет Ллейда (<i>Іспанія</i>); Університет прикладних наук Вайєнштефан-Гріздорф (<i>Німеччина</i>); Загребський університет (<i>Хорватія</i>); Неапольський Університет Федеріка 2

	(Італія); Університетом м.Тарту (Естонія); Словацьким аграрним університетом, м.Нітра.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних аспірантів (здобувачів) за спеціальністю 075 «Маркетинг» проводиться згідно чинного законодавства.

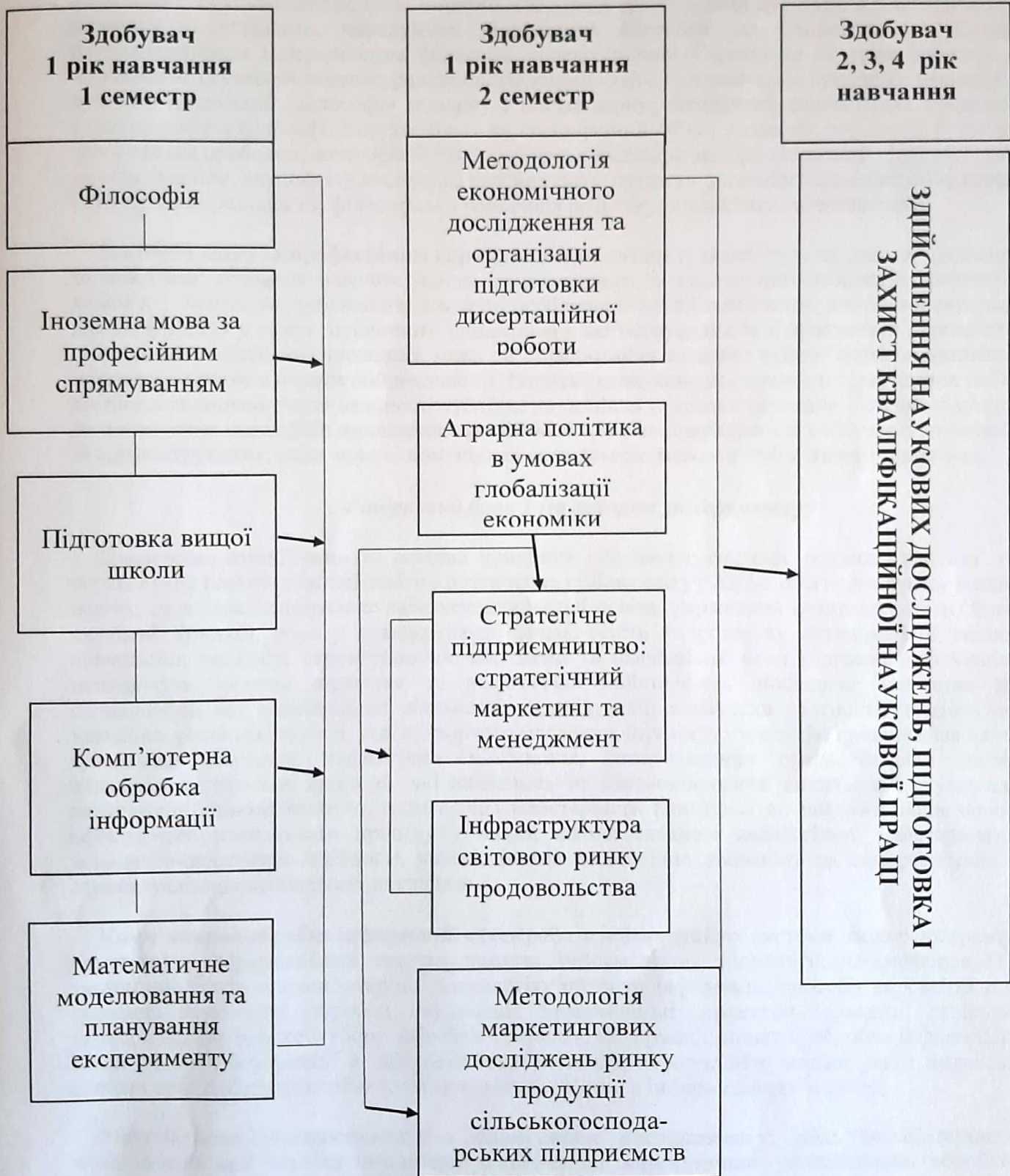
2. Перелік компонент освітньо-наукової програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОНП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
Обов'язкові компоненти ОНП			
ОК 1.1	Філософія	4	екзамен
ОК 1.2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	6	екзамен
Вибіркові компоненти ОНП			
<i>Вибірковий блок 1 (за вибором університету)</i>			
ВБ 1.1	Педагогіка вищої школи	3	залік
ВБ 1.2	Комп'ютерна обробка інформації	3	залік
ВБ 1.3	Математичне моделювання та планування експерименту	3	залік
ВБ 1.4	Методологія економічного дослідження та організація підготовки дисертаційної роботи	3	залік
2. ЦИКЛ СПЕЦІАЛЬНОЇ (ФАХОВОЇ) ПІДГОТОВКИ			
Обов'язкові компоненти ОНП			
ОК 2.1.	Аграрна політика в умовах глобалізації економіки	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		13	
Вибіркові компоненти ОНП			
<i>Вибірковий блок 2 (за вибором здобувача. Здобувач обирає 2 дисципліни)</i>			
ВБ 2.1	Інфраструктура світового ринку продовольства і сільськогосподарської продукції	4,5	екзамен
ВБ 2.2	Стратегічне підприємництво: стратегічний маркетинг та менеджмент	4,5	екзамен
ВБ 2.3	Методологія маркетингових досліджень ринку продукції сільськогосподарських підприємств	4,5	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів		21	
3. ІНШІ ВИДИ НАВЧАННЯ			
	Фаховий іспит		
	Підготовка та захист дисертації	2	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОНП		36	

2.2 Структурно-логічна схема

вивчення компонент освітньо-наукової програми
«третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075
«Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»



Обов'язкові компоненти ОНП за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Філософія: соціокультурні та соціоекономічні передумови виникнення філософського знання; світогляд і філософія; сутність та зміст філософських проблем; філософія давньокитайської та давньоіндійської цивілізацій, їх вплив на менталітет XX – XXI століть; філософія Стародавньої Греції як початкова матриця європейської культури в її історичному розвитку і сучасність; передумови виникнення філософії на Стародавньому Сході; антропоцентризм і персоналізм філософії середньовічної Європи та їх трансформації в ментальності сучасної людини; раціоналістична філософія як чинник, що зумовив народження сучасної цивілізації; філософія модерну і постмодерну; вітчизняна філософська традиція; співвідношення філософії і науки; буття як специфічний об'єкт людської рефлексії; буття як філософська проблема; категорія буття; проблема субстанції; матеріалістичний і ідеологічний монізм; дуалізм; наукова і філософська картина світу: сутність, загальне і відмінне; об'єктивна і суб'єктивна реальність; філософська концепція розвитку; діалектика та метафізика.

Іноземна мова за професійним спрямуванням: читання, академічне письмо, аудіювання та мовлення; розвиток навичок усного монологічного та діалогічного мовлення; розвиток навичок з письма та аудіювання; лексичні особливості англійської мови, яка застосовується для комунікації у сфері публічного управління і застосовування їх в практичній діяльності; граматичні особливості іноземної мови та опрацювання навичок різних форм комунікації іноземною мовою в практичній діяльності. Написання науково-дослідних та практичних робіт англійською мовою зі спеціальності публічне управління та адміністрування. Розгляд підходів до визначення специфіки викладання англійської мови зі спеціальності публічне управління та адміністрування; види мовної комунікації англійською мовою в публічному управлінні.

Вибірковий блок 1 (за вибором університету)

Педагогіка вищої школи: основні принципи і завдання; система, основні тенденції та перспективи розвитку вищої освіти в розвинених країнах світу у XXI столітті; інтеграція вищої освіти; організаційно-правове забезпечення вищої освіти; державний стандарт освіти, його складові, функції, роль у стандартизації вищої освіти та розвитку автономізації вищих навчальних закладів; структурно-логічна схема та навчальний план підготовки фахівців; психологічні основи навчання та педагогічна майстерність викладача; навчання як специфічний вид пізнавальної діяльності; індивідуальні показники здатності студента до навчання; розвиток пам'яті, уваги, творчого мислення, інтелекту студентів; гуманітаризація та гуманізація навчання; педагогічне спілкування, його завдання, стиль, основні етапи; психолого-педагогічні фактори, які впливають на взаємовідносини викладача і студентів; педагогічне співробітництво; педагогічна майстерність викладача як найважливіша умова ефективного навчального процесу у вищій школі; складові педагогічної майстерності; психолого-педагогічні здібності, якості; творча педагогічна діяльність як самореалізація і самоактуалізація особистості викладача.

Комп'ютерна обробка інформації: етапи роботи інформаційної системи; типові програмні компоненти інформаційних систем; поняття інформаційної технології; класифікація ІТ; системний підхід в комп'ютерних технологіях обробки інформації; способи впровадження сучасних технологій обробки інформації; інформаційні структури і моделі; загальна характеристика процесів збору, обробки і передачі інформації; поняття обробка інформації; етапи обробки інформації в інформаційних системах; інформаційні моделі; види моделей; основні поняття інформаційного моделювання; зв'язки в інформаційних моделях.

Математичне моделювання та планування експерименту: роль математичного моделювання при обробці інформації; схема етапів математичного моделювання обробки інформації; комп'ютерний аналіз даних і дослідження функцій; Інтерполяція; Апроксимація; Екстраполяція; методи оптимізації; сучасні методи прикладного інформаційного аналізу; сучасні проблеми обробки інформації; алгоритм побудови множини Манделльброта; контент-

аналіз.

Методологія наукових досліджень, теорія та історія управління маркетингом і адміністрування: теоретико-методологічні аспекти розвитку маркетингу й менеджменту; обґрунтування консолідованих положень інтеграційної теорії та історії управління розвитком маркетингової діяльності підприємства; науково-методологічні та методичні засади стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства на основі організаційного забезпечення управління маркетинговою діяльністю підприємства на основі економіко-математичного моделювання. Виходячи з аналізу наукових інформаційних джерел з теорії та історії розвитку маркетингу та менеджменту, можна зауважити, що теоретичні основи управління розвитком маркетингової діяльності підприємства пов'язані з умовами ведення бізнесу, які постійно змінюються, внаслідок чого перед підприємствами постає задача: по-новому вирішувати питання здійснення місії та досягнення цілей підприємства. У цих змінах в маркетингу та менеджменту підприємства знайшло відображення оновлене стратегічне мислення та особливості використання концепції стратегічного управління, яка базується на теорії маркетингу, системному, ситуаційному та цільовому підходах.

Обов'язкові компоненти ОНП циклу спеціальної (фахової) підготовки

Аграрна політика в умовах глобалізації світової економіки: теоретико-методологічні основи формування політики в аграрній сфері, вітчизняний і зарубіжний досвід. Соціально економічні і політичні процеси та явища, що відбуваються в аграрному секторі економіки держави. адміністративні, регуляторні, організаційні, системні та інші аспекти; основні засади, технології та методи запровадження; ефективність управління підприємствами, регіонами та територіями в аграрному секторі; прийняття управлінських рішень; їх ефективність, результативність при формуванні аграрної політики держави; можливості, обмеження, загрози та потенційні вигоди для вітчизняного сільськогосподарського виробництва в умовах інтеграції світової економіки.

Вибіркові компоненти ОНП (вибірковий блок 2 за вибором здобувача)

Інфраструктура світового ринку продовольства і сільськогосподарської продукції: сутність, складові, закономірності та тенденції розвитку інфраструктури світових аграрних ринків, фактори та рівні формування маркетингових ланцюгів постачання аграрної продукції на світовому ринку, методика розрахунку маркетингових витрат, визначення маркетингової (ринкової) маржі в міжнародній торгівлі, регуляторне середовище в сфері інфраструктури аграрного ринку; форми і методи торгівлі, сучасні інновації в світовій торгівлі продовольством; розвиток форм організованих ринків в світі; сучасні біржі, аукціони і тендери в світовій торгівлі продовольством: правила, можливості, доступ до торгів, ризики, механізм хеджування через торгівлю ф'ючерсними контрактами; система зберігання і транспортування аграрної продукції, тенденції розвитку, вплив на регіональну спеціалізацію сільського господарства; інформаційне забезпечення і консультативна діяльність: джерела, практика організації та використання. Теоретико-методичні аспекти формування конкурентних переваг аграрного виробництва в сучасних умовах розвитку економіки. Удосконалення теоретичних положень і методичних рекомендацій процесу формування конкурентоспроможності на аграрних підприємствах та оцінки його ефективності. Маркетингова філософія бізнесу як передумова необхідності дослідження і забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх продукції. Вдосконалення маркетингових засобів забезпечення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств. Маркетингові рішення у забезпеченні конкурентоспроможності продукції вітчизняних аграрних підприємств на іноземних ринках.

Стратегічне підприємництво: стратегічний маркетинг та менеджмент: зміст, рівні й значення стратегії підприємства; ринкові стратегії; функціональні стратегії; маркетингові стратегії; зв'язок місії, цілей підприємства та стратегії; оцінювання чинників зовнішнього і внутрішнього середовища; стратегії за матрицею SWOT; маркетингові стратегії сегментування й вибору цільового ринку; маркетингові стратегії зростання та їх класифікація; маркетингові стратегії диференціації та позиціонування; маркетингові стратегії за моделлю М. Портера; маркетингові стратегії за матрицями БКГ, Мак-Кінсі, SPACE; визначення товарних стратегій підприємства; маркетингові стратегії якості; стратегії розвитку бренду; цінові стратегії; збутові стратегії; стратегії маркетингових комунікацій; рекламні стратегії; етапи розробки маркетингової стратегії; механізм реалізації маркетингової стратегії., теоретико-методологічні засади менеджменту якості аграрної продукції, моделювання ділової досконалості агропромислових підприємств та інших організаційних формувань.

Методологія маркетингових досліджень ринку продукції сільськогосподарських підприємств:: сутність і зміст, система, суб'єкти та об'єкти маркетингових досліджень, категорії, поняття, методи, форми, проблеми, гіпотези, принципи, моделі, підходи, концепції, доктрини, теорії, парадигми; чинники, особливості, закономірності, тенденції, історія розвитку; засади організації маркетингових досліджень ринку сільськогосподарської продукції; відносини, процеси і взаємодія в маркетинговій інформаційній системі; вітчизняний та зарубіжний досвід; методологія досліджень проблем продовольчого ринку; інновації, лідерство тощо; дослідження теоретико-методологічних, історичних, гуманітарних, соціальних джерел і засад маркетингу як складної системи; закономірностей та тенденцій його розвитку; оптимізації, удосконалення, модернізації, реформування й адаптації в умовах посилення світової конкуренції.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація зі спеціальності здійснюється у формі:

- публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації
- та атестаційного екзамену.

Умовою допуску до захисту є успішне виконання аспірантом його індивідуального навчального плану.

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-наукової програми
зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

	ОК 1.1	ОК 1.2	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 1.3	ВБ 1.4	ОК 2.1	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 2.3
ЗК1	+		+	+			+	+	+	+
ЗК2	+		+	+	+		+	+	+	
ЗК3							+		+	
ЗК4		+								
ЗК5		+		+			+	+		
ФК1	+		+	+						
ФК2	+		+				+	+		
ФК3			+	+				+		
ФК4					+		+	+	+	+
ФК5					+		+	+	+	
ФК6				+	+	+	+			
ФК7					+		+	+		
ФК8					+	+			+	+
ФК9			+		+	+	+	+		
ФК10	+						+	+		
ФК11	+		+	+			+	+	+	+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-наукової програми за спеціальністю «Маркетинг»

	ОК 1.1	ОК 1.2	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 1.3	ВБ 1.4	ОК 2.1	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 2.3
ПРН1	+		+	+		+	+	+	+	+
ПРН2			+	+				+		
ПРН3			+	+		+	+	+		
ПРН4				+	+			+	+	
ПРН5								+	+	
ПРН6							+	+	+	+
ПРН7					+			+		
ПРН8							+	+	+	+
ПРН9								+	+	
ПРН10		+			+	+	+	+	+	+
ПРН11			+	+	+	+	+	+	+	+