

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені Ігоря Сікорського»

Затверджую
Голова Вченої ради
КПІ ім. Ігоря Сікорського
М.З. Згуровський
« 25 » _____ 2018 р.
М.П.



ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ
(Industrial Marketing)

Третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти

за спеціальністю	075 Маркетинг
галузі знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація	доктор філософії маркетингу

Ухвалено на засіданні Вченої ради
університету від «02» 04 2018р.
протокол № 4

КПІ ім. Ігоря Сікорського
Київ - 2018

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою:

Голова робочої групи

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,
завідувач кафедри промислового маркетингу

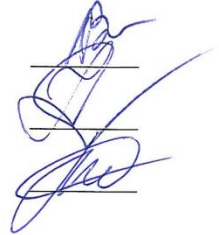


Члени робочої групи:

Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри промислового маркетингу

Кубишина Надія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
промислового маркетингу

Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, старший викладач
кафедри промислового маркетингу



Завідувач кафедри промислового маркетингу

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,
завідувач кафедри промислового маркетингу



Голова науково-методичної підкомісії зі спеціальності

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,
завідувач кафедри промислового маркетингу



Освітня програма розглянута й ухвалена Методичною радою університету

(протокол № 7 від « 29 » 03 2018_р.)

Голова Методичної ради

 Ю.І. Якименко

Вчений секретар Методичної ради

 В.П. Головенкін

ЗМІСТ

1.	Профіль освітньої програми.....	4
2.	Перелік компонент освітньої програми.....	8
3.	Структурно-логічна схема освітньої програми.....	9
4.	Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти.....	9
5.	Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.....	10
6.	Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.....	11

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та інституту/факультету	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», факультет менеджменту та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – доктор філософії Кваліфікація – доктор філософії з маркетингу
Рівень з НРК/ Рівень вищої освіти	НРК України – 9 рівень Третій (освітньо-науковий) рівень
Офіційна назва освітньої програми	Промисловий маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, освітня складова – 30 кредитів, термін навчання – 4 роки.
Наявність акредитації	Акредитується вперше
Передумови	Наявність ступеня магістра
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	http://marketing.kpi.ua/files/plans/2019/%D0%9E%D0%9F%D0%9F%20PhD%20075%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка професіоналів, які володіють компетентностями, достатніми для продукування нових ідей, вирішення комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, а також методологією наукової та педагогічної діяльності, необхідними для проведення власних наукових досліджень.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування, спеціальність: 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова
Основний фокус освітньої програми	Наукові засади формування і розвитку теорії та прикладних положень маркетингу. Ключові слова: маркетинг, промисловість, наукові положення управління маркетингом, ринкові закономірності
Особливості програми:	Без особливостей
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування за ДК 003:2010: 2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)

Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за науковою програмою доктора наук.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Лекції, практичні та семінарські заняття, виконання розрахункових робіт та написання рефератів, консультування, педагогічна практика, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику, окремі елементи змішаного навчання, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дисертаційного дослідження.
Оцінювання	Рейтингова система оцінювання, усні та письмові екзамени, заліки, тестування, індивідуальні семестрові роботи
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної, у тому числі дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.
Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК 1	Вміння виявляти, ставити і вирішувати комплексні проблеми в галузі професійної та дослідницько-інноваційної діяльності
ЗК 2	Здатність до проведення наукових досліджень, глибокого переосмислення наявних знань предметної області професійної діяльності
ЗК 3	Здатність до генерування нових наукових ідей та цілісних знань
ЗК 4	Здатність до ведення наукових дискусій, висвітлення результатів проведених наукових досліджень у вітчизняному та міжнародному науковому середовищі
ЗК 5	Здатність систематизовано викладати теоретичні положення та формувати практичні навички в процесі педагогічної діяльності
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)	
ФК 1	Мати цілісні глибокі знання з теорії маркетингу та вміння виявляти її актуальні проблеми, формувати наукову тематику за обраною спеціальністю
ФК 2	Здатність до коректного формулювання мети та завдань наукових досліджень в предметній області маркетингу, планування, організації та проведення таких досліджень з використанням загальних та спеціальних методів, інформаційно-комунікаційних технологій, математико-статистичних методів та моделей
ФК 3	Здатність вести збір, аналіз і систематизацію інформації, готувати огляди публікацій з теми дослідження
ФК 4	Здатність виявляти закономірності розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу, розвивати теорію маркетингу на основі проведених наукових досліджень
ФК 5	Здатність оформляти, представляти і доповідати результати виконаної роботи, готувати презентації, оформляти результати досліджень у вигляді статей і доповідей на науково-методичних конференціях українською та іноземними мовами
ФК 6	Здатність пропонувати та обґрунтовувати практичні напрями удосконалення маркетингової діяльності на промисловому та споріднених ринках на основі діагностування стану ринкового суб'єкта
ФК 7	Здатність до захисту прав об'єктів інтелектуальної власності, управління результатами науково-дослідницької діяльності на промисловому та

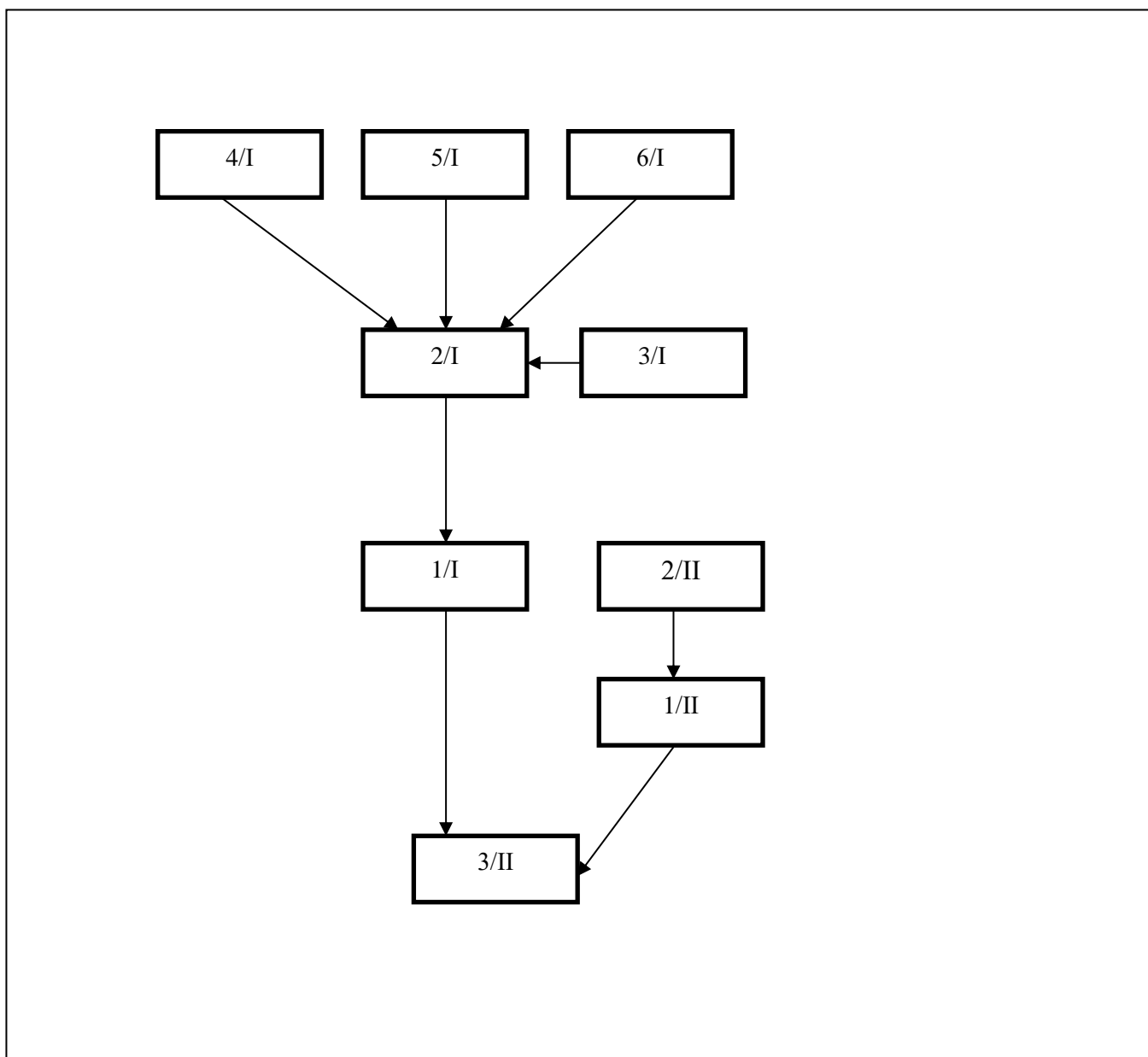
	споріднених ринках
ФК 8	Здатність до комерціалізації результатів інноваційної діяльності на промисловому та споріднених ринках
ФК 9	Здатність на основі знання педагогічних прийомів до участі у навчальній роботі кафедр маркетингового спрямування
ФК 10	Здатність рецензувати публікації, брати участь у наукових дискусіях, висловлюючи та відстоюючи власну позицію
7 – програмні результати навчання	
ЗНАННЯ	
ЗН 1	Основних економіко-математичних моделей, що описують поведінку економічних систем різних рівнів
ЗН 2	Економіко-математичного інструментарію моделювання процесів, що відбуваються в економічних системах
ЗН 3	Теорії та методології проведення фундаментальних та прикладних досліджень ринку, спрямованих на виявлення особливостей та закономірностей функціонування об'єктів дослідження в маркетингу
ЗН 4	Інструментарію проведення фундаментальних та прикладних досліджень, джерел інформації та критеріїв їх відбору під час проведення наукових досліджень
ЗН 5	Сучасної теорії маркетингу щодо збуту та просування промислової та науково-технічної продукції
ЗН 6	Сучасної наукової парадигми та методології проведення наукових досліджень
ЗН 7	Філософії наукового пізнання, основних гносеологічних проблем та сучасних філософських концепцій, пов'язаних з науковою діяльністю
ЗН 8	Іноземної мови професійного спрямування на рівні, необхідному для проведення наукових дискусій та висвітлення результатів у фахових наукових публікаціях
ЗН 9	Правил та стилістики висвітлення результатів наукових досліджень у наукових публікаціях, доповідях, дискусіях
ЗН 10	Законодавчої бази та педагогічних правил та прийомів під час викладання теорії та набуття практичних навичок у ході лекційних та семінарських занять
ЗН 11	Наукових принципів та підходів до визначення маркетингової стратегії підприємства та планування його маркетингової діяльності
УМІННЯ	
УМ 1	Використовувати інформаційні джерела національного та міжнародного рівнів для оцінювання стану вивченості об'єкта досліджень і актуальності наукової проблеми.
УМ 2	Володіти загальнонауковими філософськими знаннями, необхідними для формулювання наукового і культурного світогляду, професійної етики, розуміти теоретичні та практичні проблеми, історію розвитку та сучасний стан наукових знань.
УМ 3	Володіти концептуальними і методологічними знаннями в галузі маркетингу та бути здатним застосовувати їх до професійної діяльності для вирішення наукової проблеми.
УМ 4	Вміти розробляти та презентувати план досліджень, що мають сприяти вирішенню маркетингових проблем, планувати та проводити такі дослідження, поєднуючи інформацію з різних джерел і використовуючи математико-статистичне та програмне забезпечення для аналізу і відображення наукових результатів, які створюють нові знання.

УМ 5	Вміти коректно визначити об'єкт, суб'єкт і предмет досліджень, використовуючи гносеологічні підходи до розв'язання наукової проблеми, інтегрувати існуючі методики і методи досліджень та адаптувати їх для розв'язання наукових завдань.
УМ 6	Вміти презентувати й обговорювати наукові результати іноземною та українською мовами, включаючи спеціальну термінологію, працювати з фахівцями з різних галузей в рамках наукових проектів, ставитися з повагою до національних та культурних традицій.
УМ 7	Описувати результати наукових досліджень у фахових публікаціях у вітчизняних та закордонних спеціалізованих виданнях, а також виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз даних.
УМ 8	Враховувати авторське право та дотримуватися норм академічної доброчесності при проведенні наукових досліджень, презентації їх результатів та у науково-педагогічній діяльності.
УМ 9	Вміти вести спеціалізовані наукові семінари, організувати та проводити навчальні заняття, володіти способами організації навчально-пізнавальної та практичної діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідно до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня ВО (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе викладання іноземною мовою

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
І. Цикл загальної підготовки			
Обов'язкові компоненти ОП			
1/І	Моделювання економічних систем і процесів	3	Екзамен
2/І	Фундаментальні та прикладні дослідження ринку	3	Екзамен
3/І	Маркетинг промислової та науково-технічної продукції	3	Екзамен
4/І	Методологія наукових досліджень	3	Екзамен
Вибіркові компоненти ОП			
5/І	Загальнонаукові (філософські) дисципліни (за вибором аспіранта)	4	Екзамен
6/І	Навчальна дисципліна мовно-практичної підготовки	6	Екзамен
ІІ. Цикл професійної підготовки			
Обов'язкові компоненти ОП			
2/ІІ	Педагогічна практика	2	Залік
Вибіркові компоненти ОП			
1/ІІ	Навчальні дисципліни для здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів наукової роботи українською мовою в усній та письмовій формі	2	Залік
3/ІІ	Навчальна дисципліна зі стратегічного маркетингу (наукові основи формування маркетингової стратегії; методологія стратегічного планування маркетингової діяльності)	4	Залік
Загальний обсяг циклу загальної підготовки:		22	
Загальний обсяг циклу професійної підготовки:		8	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		14	
Загальний обсяг вибіркових компонент		16	
У тому числі за вибором аспіранта		8	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		30	

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



4. ФОРМА ВИПУСКНОЇ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-науковою програмою «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінювання якості вирішення здобувачами вищої освіти задач діяльності. Атестація докторів філософії в галузі маркетингу здійснюється у формі публічного захисту дисертаційної роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня доктора філософії з присвоєнням кваліфікації «доктор філософії маркетингу».

**5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ
КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ЗВ 1	ЗВ 2	ПО 1	ПВ 1	ПВ 2
ЗК 1	+	+	+	+					+
ЗК 2	+	+		+	+				
ЗК 3				+	+				
ЗК 4			+			+	+		
ЗК 5								+	+
ФК 1			+						+
ФК 2		+		+					
ФК 3		+							
ФК 4	+	+							
ФК 5						+	+		
ФК 6	+	+	+						+
ФК 7									+
ФК 8			+						+
ФК 9								+	
ФК 10							+		

**6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ
ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ЗВ 1	ЗВ 2	ПО 1	ПВ 1	ПВ 2
ЗН 1	+								
ЗН 2	+								
ЗН3		+							
ЗН4		+							
ЗН5			+						
ЗН 6				+					
ЗН 7					+				
ЗН 8						+			
ЗН 9							+		
ЗН 10								+	
ЗН 11									+
УМ 1	+	+	+						
УМ 2				+	+				
УМ 3		+	+	+					+
УМ 4	+	+		+					
УМ 5		+							+
УМ 6							+		
УМ 7						+	+		+
УМ 8		+					+	+	+
УМ 9								+	