

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

» 26 березня 2021 р.

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

Третього (доктора філософії) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 – Маркетинг
галузі знань 07 – Управління та адміністрування

**СХВАЛЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»**

Голова вченої ради

Леонід ТОВАЖНЯНСЬКИЙ

Протокол № 3

від « 26 » 03 2021 р.

Харків 2021 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

Рівень вищої освіти

Третій (доктор філософії)

Галузь знань

07 Управління та адміністрування

Спеціальність

075 Маркетинг

Кваліфікація

Доктор філософії з маркетингу

СХВАЛЕНО


Комісією Методичної ради «Методичне
забезпечення підготовки докторів філософії»
Голова комісії

 Вікторія ШТЕФАН

« 17 » 03 2021 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХП»
Заступник голови методичної ради

 Руслан МИГУЩЕНКО

« 24 » 03 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри економіки і маркетингу

 Віктор СИСОЄВ

« 10 » 03 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

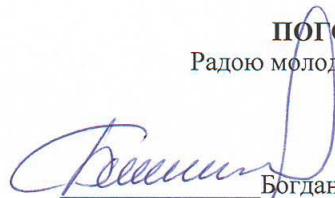
Завідувач кафедри економічної кібернетики
та маркетингового менеджменту

 Віктор ЗАРУБА

« 10 » 03 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Радою молодих вчених

 Богдан СТИСЛО

« 12 » 03 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Професор кафедри економічної кібернетики та
маркетингового менеджменту,
гарант освітньо-наукової

 Діана РАЙКО

« 10 » 03 2021 р.

РОЗРОБНИКИ:

1. Райко Діана Валеріївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту - гарант програми
2. Косенко Олександра Петрівна - доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та маркетингу
3. Шипуліна Юлія Сергіївна - доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту
4. Ілляшенко Наталія Сергіївна - доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту
5. Кітченко Олена Миколаївна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
6. Кобелєв Валерій Миколайович - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
7. Кобелєва Тетяна Олександрівна - доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
8. Мірошник Марія Володимирівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
9. Ткачова Надія Петрівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
10. Долина Ірина Володимирівна - кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
11. Літвиненко Марія Владиславівна - кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
12. Чернобровкіна Світлана Віталіївна - кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки та маркетингу
13. Шапран Олена Євгенівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
14. Пономаренко Валерія Вадимівна – здобувач освітньо-наукової програми « Маркетинг» третього (доктора філософії) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 « Маркетинг» галузі знань 07- Управління та адміністрування (2016-2020).

РЕЦЕНЗЕНТИ:

1. Чернобровкіна Світлана Віталіївна – здобувачка вищої освіти за спеціальністю «Менеджмент у виробничій сфері», спеціалізація «Промисловий маркетинг» Харківського державного політехнічного університету, випускниця аспірантури Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), здобувачка наукового ступеня кандидата наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), захист на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук відбувся 22.10.2020р. за темою дисертаційної роботи «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств», наразі старший викладач кафедри економіки та маркетингу, кандидат економічних наук Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
2. Лирик Ірина Вікторівна – Президент ГО «Української асоціації маркетингу»; Заруба Віктор Якович доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», голова Харківського осередку ГО «Української асоціації маркетингу».
3. Шкоп Андрій Олександрович – кандидат технічних наук, директор НВП «Екомаш», представник стейкхолдерів
4. Пономаренко Валерія Вадимівна - здобувач освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього (доктора філософії) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07- Управління та адміністрування (2016-2020).

ВІДГУК
НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ «МАРКЕТИНГ»
ТРЕТЬОГО РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ, НАПРАВЛЕНУ НА ПІДГОТОВКУ
ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075- МАРКЕТИНГ
ГАЛУЗІ ЗНАНЬ 07- УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Я, Чернобровкіна Світлана Віталіївна, закінчила Харківський державний політехнічний університет у 1999 р., за спеціальністю «Менеджмент у виробничій сфері», спеціалізація «Промисловий маркетинг», кваліфікація – економіст-менеджер (диплом ЛР № 003799 від 12 лютого 1999 р.), та з березня 1999р. почала працювати на посаді асистента кафедри економіки та маркетингу Харківського державного політехнічного університету. У 2001 році поступила до аспірантури Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» та закінчила її у 2004 р., після чого продовжила роботу на тій же кафедрі. У 2020 році захистила дисертацію за темою: «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств» (за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами, диплом ДК №058092 від 26.11.2020) у спеціалізованій вченій раді Д 64.050.02 Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Крім того, враховуючи багатолітній досвід підготовки кадрів вищої кваліфікації, на базі спеціалізованої вченої ради Д 64.050.02 Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» спочатку під керівництвом д.е.н., професором Яковлевим Анатолієм Івановичем, а потім - д.е.н., професором Перервою Петром Григоровичем, створена освітньо-професійна програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти за

спеціальністю 075 - Маркетинг для здобуття ступеню доктора філософії, яка продовжує традиції, закладені у далекі часи і по теперішній час.

За роки навчання та роботи в НТУ «ХПІ» я набула багато знань, практичних навичок, вмінь в області маркетингу, що і допомогло мені в реалізації моїх прагнень та зусиль щодо отримання ступеню кандидата економічних наук за темою дисертаційної роботи «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств» (за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами, диплом ДК №058092 від 26.11.2020), завдяки заслугі висококваліфікованих керівників ВНЗ, професорсько-викладацького складу співробітників НТУ «ХПІ», які наразі працюють плідно та самовіддано над розробкою та просуванням освітньо-професійної програми «Маркетинг» третього рівня вищої освіти за спеціальністю 075- Маркетинг, галузі знань 07- Управління та адміністрування.

Здобувачка вищої освіти за
спеціалізацією «Промисловий маркетинг»,
член групи забезпечення зі спеціальності 075 « Маркетинг»,
доцент кафедри економіки та маркетингу
кандидат економічних наук
НТУ «ХПІ»

Світлана ЧЕРНОБРОВКІНА

Заст. дир. НМІ ЕМІД Валерій Кобзарев



Всеукраїнська громадська організація
"Українська Асоціація Маркетингу"
пр. Перемоги, 54/1, м. Київ, 03057
тел./факс 38 (044) 456-3087
<http://uam.in.ua>
E-mail: for.good.ad@gmail.com



All-Ukrainian civil society organization
"Ukrainian Marketing Association"
54/1, pr. Peremogy, Kyiv, 03057
tel./fax 38 (044) 456-3087
<http://uam.in.ua>
E-mail: for.good.ad@gmail.com

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «Маркетинг»
третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти
за спеціальністю 075 – Маркетинг
галузі знань 07 – Управління та адміністрування

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» спеціальності 075 – Маркетинг галузі знань 07 – Управління та адміністрування третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти розроблена і оновлена з урахуванням вимог ринку праці та проєкту Стандарту вищої освіти третього (доктор філософії) рівня галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг.

Освітньо-наукова програма зосереджена на підготовці фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

Зміст робочих програм освітніх компонент освітньо-наукової програми передбачає здобуття теоретичних знань, умінь, навичок та інших компетенцій, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних наукових проблем у галузі управління та адміністрування та/або дослідницько-інноваційної діяльності, оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, проведення власного наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

Перелік та обсяг освітніх компонент освітньо-наукової програми, а також послідовність їх вивчення відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти за спеціальністю 075 – Маркетинг, покликані сприяти забезпеченню програмних результатів навчання.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» для здобувачів третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти за спеціальністю 075 – Маркетинг має всі необхідні структурні складові, відповідає нормативно-правовим вимогам до підготовки фахівців у галузі 07 – Управління та адміністрування, вимогам щодо якості вищої освіти та може бути рекомендована до впровадження у початковому процесі Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Президент
ГО «Українська асоціація маркетингу» *Триша ЛИЛИК*

Голова Харківської ОО
ГО «Українська асоціація маркетингу» *Віктор ЗАРУБА*



**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
„НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ЦЕНТР
„ЕКОМАШ”**

поштова адреса: а/с 8962, м. Харків, Україна, 61106
тел. (057) 751-52-45 E-mail: ecomass@ukr.net

№ 145
от « 22 » 03 2021 г.

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти
за спеціальністю 075 – Маркетинг
галузі знань 07 – Управління та адміністрування

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 – Маркетинг галузі знань 07 – Управління та адміністрування третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти розроблена і оновлена з урахуванням вимог ринку праці та проекту Стандарту вищої освіти третього (доктор філософії) рівня галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг (<https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovometodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/proekti-standativ-vishoyi-osviti>).

Освітньо-професійна програма зосереджена на підготовці фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

Зміст робочих програм освітніх компонент освітньо-професійної програми передбачає здобуття теоретичних знань, умінь, навичок та інших компетенцій, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних наукових проблем у галузі управління та адміністрування та/або дослідницько-інноваційної діяльності, оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, проведення власного наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

Перелік та обсяг освітніх компонент освітньо-професійної програми, а також послідовність їх вивчення відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти за спеціальністю 075 – Маркетинг, покликані сприяти забезпеченню програмних результатів навчання.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» для здобувачів третього рівня (ступінь доктора філософії) вищої освіти за спеціальністю 075 – Маркетинг має всі необхідні структурні складові, відповідає нормативно-правовим вимогам до підготовки фахівців у галузі 07 – Управління та адміністрування, вимогам щодо якості вищої освіти та може бути рекомендована до впровадження у начальному процесі Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Рецензент:

Директор



Шкоп А.О.

ВІДГУК
НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ «МАРКЕТИНГ»
ТРЕТЬОГО РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ, НАПРАВЛЕНУ НА ПІДГОТОВКУ
ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075- МАРКЕТИНГ
ГАЛУЗІ ЗНАТЬ 07- УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Я, Пономаренко Валерія Вадимівна, закінчила Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут” у 2016 р., за спеціальністю 075 «Маркетинг», кваліфікація – магістр. У 2017 році поступила до аспірантури щодо здобуття освітньо-наукової програми « Маркетинг» третього (доктора філософії) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 « Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», де наразі й продовжую навчання та працюю над дисертаційною роботою на тему “Розвиток методів використання інтернет-маркетингу на промислових підприємствах”.

Зважаючи на високий рівень та досвід підготовки кандидатів економічних наук на базі Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», створена освітньо-професійна програма «Маркетинг» третього (вищого) рівня освіти за спеціальністю 075 - Маркетинг для здобуття ступеню доктора філософії, який я збираюсь отримати в недалекому майбутньому.

Освітньо-наукову програму «Маркетинг» розроблено із врахуванням вимог сучасного ринку праці, глобальних тенденцій, потреб українських та міжнародних компаній, представників різних галузей. Цікавими та корисними є дисципліни, включені до освітньо-наукової програми. Велику увагу приділено питанням системного управління не лише маркетинговою діяльністю, але і стратегічною діяльністю підприємства в цілому.

Під час навчання на бакалавраті та в магістратурі НТУ «ХПІ» за спеціальністю “Маркетинг”, я набула достатньо знань, вмінь та навичок, що допомогло мені впевнитись в правильності вибору професії та дало змогу реалізувати своє бажання та отримати роботу за спеціальністю в міжнародній компанії, а також продовжити навчання в аспірантурі за спеціальністю 075- Маркетинг, завдяки висококваліфікованим викладачам, що забезпечують виконання освітньо-професійної програми в НТУ «ХПІ».

Здобувачка освітньо-наукової

програми « Маркетинг»

третього (доктора філософії)

рівня вищої освіти за спеціальністю 075 « Маркетинг»

галузі знань 07- Управління та адміністрування (2016-2020)

Національний технічний університет

“Харківський політехнічний інститут”



Валерія ПОНОМАРЕНКО

ПЕРЕДМОВА

Відповідає Закону України «Про вищу освіту», постанови Кабінету Міністрів України від 29.04.2015р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», наказу МОН України від 06.11.2015р. № 1151 «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015р. № 1187 «Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти» та постанови Кабінету Міністрів України від 23.03.2016р. № 261 «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах)», проекту Стандарту вищої освіти третього (доктор філософії) рівня галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/proekti-standartiv-vishoyi-osviti>.

Зміни внесено групою забезпечення зі спеціальності 075 «Маркетинг» Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» у складі затвердженому наказом НТУ «ХПІ» № 578 ОД від 30.12.2020 р.:

Освітньо-наукова програма використовується під час:

- розроблення навчального плану та програм навчальних дисциплін;
- формування силабусів та робочих програм навчальних дисциплін, практик, індивідуальних завдань, тощо;
- формування індивідуальних планів аспірантів;
- розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;
- атестації здобувачів вищої освіти;
- під час акредитації та зовнішнього контролю якості підготовки фахівців.

Споживачами освітньо-наукової програми є:

- здобувачі вищої освіти;
- науково-педагогічні працівники вищих навчальних закладів (наукових установ);
- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку фахівців за спеціальністю «Маркетинг»;
- екзаменаційна комісія вступного випробування ОНП та докторського іспиту зі спеціальності «Маркетинг»;
- приймальна комісія Університету;
- роботодавці для отримання інформації щодо академічного та професійного профілю випускників;
- компетентні фахівці з визнання документів про вищу освіту;
- акредитаційні інституції;
- при підсумковій атестації.

Освітньо-наукова програма поширюється на кафедри, які беруть участь у підготовці здобувачів ступеня доктор філософії за спеціальністю 075«Маркетинг».

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 Маркетинг

1 – ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ТА СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА НАЗВА КВАЛІФІКАЦІЇ МОВОЮ ОРИГІНАЛУ	Доктор філософії; доктор філософії з маркетингу
ОФІЦІЙНА НАЗВА ОСВІТНЬО- НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ	Освітньо-наукова програма «Маркетинг» англійською мовою «MARKETING»
ТИП ДИПЛОМУ ТА ОБСЯГ ОСВІТНЬО- НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ	Диплом доктора філософії, одиничний, 48 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
ФОРМА НАВЧАННЯ	Очна
НАЯВНІСТЬ АКРЕДИТАЦІЇ	Немає
ЦИКЛ/РІВЕНЬ	НРК України – 8 рівень, FQ–EHEA – третій цикл, EQF–LLL – 8 рівень
ПЕРЕДУМОВИ	Наявність ступеню вищої освіти «магістр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст»
МОВА ВИКЛАДАННЯ	Українська, англійська
ТЕРМІН ДІЇ ОСВІТНЬО- НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ	До ведення в дію стандарту вищої освіти
ПОСИЛАННЯ НА ПОСТІЙНЕ РОЗМІЩЕННЯ ОПИСУ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ	http://web.kpi.kharkov.ua/phd/?page_id=4121
2 – МЕТА ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ	
<p>Підготовка фахівців, здатних до формування системи нових наукових знань щодо розв’язання комплексних наукових проблем з управління розвитком маркетингової діяльності підприємств у галузі управління та адміністрування та проведення наукового дослідження, що передбачає здобуття теоретичних знань, умінь, навичок та інших компетенцій, достатніх для продукування нових ідей, та/або дослідницько-інноваційної діяльності, оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, проведення власного наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.</p>	
3 – ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ	
ПРЕДМЕТНА ОБЛАСТЬ (ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ, СПЕЦІАЛЬНІСТЬ, СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ)	Галузь знань: Управління та адміністрування Спеціальність: 075-Маркетинг
ОРІЄНТАЦІЯ ПРОГРАМИ	Освітньо-наукова академічна. Структура програми передбачає виконання освітньої та наукової складових. Наукова складова виконується під час усього терміну навчання, не переривається на освітню складову, сесію та практику. Зміст кожної складової програми орієнтується на сучасні наукові дослідження в управлінні та адмініструванні, враховує інноваційні підходи та методи маркетингового менеджменту, базується на сучасних результатах, тенденціях науково-практичного стану в практиці

	управління організаціями з урахуванням особливостей маркетингової парадигми.
ОСНОВНИЙ ФОКУС ПРОГРАМИ	<p>Маркетинг розглядається як філософія бізнесу, тобто використання управління підприємством на принципах маркетингу, де відбувається інтеграція маркетингу і менеджменту. В свою чергу, інтеграція маркетингу і менеджменту приводить до виникнення маркетингового менеджменту, як концепції управління підприємством для реалізації як його власних економічних, соціальних, так і соціально - відповідальних інтересів. Тобто таких, де підприємство, чия діяльність буде узгодженою зі стратегією сталого розвитку, з урахуванням розвитку маркетингової діяльності, з партнерами по бізнесу (стейкхолдерами) та споживачами, дозволить проводити заходи щодо соціального забезпечення, у тому числі програмами та проектами щодо реалізації маркетингових заходів, працівників самого підприємства й мешканців регіону, держави.</p> <p>Цілі навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> – набуття компетентностей у сфері маркетингу, що дають змогу розв'язувати комплексні проблеми з управління маркетинговою діяльністю суб'єктів ринку та їх об'єднаннями на засадах глибокого переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. <p>Теоретичний зміст предметної області:</p> <ul style="list-style-type: none"> – актуальні концептуальні та методологічні знання в сфері маркетингового менеджменту. <p>Методи, методики, технології та інструменти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методи наукового пізнання та аналітичної обробки інформації, інформаційно-комунікаційні технології дослідницької діяльності; – сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, програмні продукти, що застосовуються у дослідницькій діяльності; – економіко-математичні методи та інформаційні технології наукових досліджень, прикладний інструментарій у сфері маркетингового менеджменту. <p>Ключові слова: теорія, маркетингова діяльність підприємства, управління маркетинговою діяльністю, організація маркетингової діяльності, методи управління маркетинговою діяльністю, системи управління маркетинговою діяльністю, маркетинговий менеджмент, маркетингові стратегії, конкурентоспроможність підприємства, управління програмами та проектами щодо реалізації маркетингових заходів</p>
ОСОБЛИВОСТІ ПРОГРАМИ	Програма є багатопрофільною та передбачає науково-педагогічну підготовку для формування навичок у сфері дослідницької та педагогічної діяльності щодо забезпечення взаємозв'язку стратегічного менеджменту та стратегічного

	маркетингу та формування управління розвитком маркетингової діяльності підприємств
НАУКОВИЙ НАПРЯМОК ПРОГРАМИ	Наукова складова ОНП виконується увесь термін навчання в аспірантурі, не переривається на теоретичне навчання та педагогічну практику. Виконання наукової роботи, підготовка наукових публікацій та рукопису дисертації забезпечують формування інтегральної компетентності. Наукова робота проходить під керівництвом одного або двох керівників. Висвітлення результатів наукової роботи передбачає публікацію наукових статей, подачу заявок на патент, виступи на конференціях та після виконання ОНП оформлюється рукопис у вигляді дисертації. Загальний план роботи над дисертацією регламентується сторінкою “D”. Контроль за виконанням наукової роботи проводиться у рамках проміжної атестації (звітування сторінки “E” та річна атестація сторінка “F”). З науковим керівником (керівниками) аспірантом обговорюється тема дисертаційної роботи, яка може бути підтримана зацікавленими ЗВО та науковими установами.
4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ	
ПРИДАТНІСТЬ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ	Посади у закладах вищої освіти та наукових, науково-дослідних організаціях (установах), підприємствах і організаціях різної форми власності.
ПОДАЛЬШЕ НАВЧАННЯ	Можливе подальше продовження освіти за четвертим (науковим) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації
5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ	Загальний стиль навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних лабораторних занять, консультацій, тренінгів, педагогічних практик, самостійного вивчення, виконання самостійного наукового дослідження на основі опрацювання підручників, посібників, монографій, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет тощо
ОЦІНЮВАННЯ	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, захист звіту з практики, публічний захист дисертаційної роботи
6 – ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
ІНТЕГРАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ	Здатність розв’язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке пе-реосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної
ЗАГАЛЬНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ (ВИЗНАЧЕНІ ПРОЕКТОМ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ДЛЯ РІВНЯ PhD)	ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті.
СПЕЦІАЛЬНІ (ФАХОВІ) КОМПЕТЕНТНОСТІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ВИЗНАЧЕНІ ПРОЕКТОМ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ДЛЯ РІВНЯ PhD)	СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.

	<p>СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних наукових текстів за напрямом досліджень.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності.</p> <p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК05. Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі прикладних досліджень та розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p>
7 – ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
<p>ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ (ВИЗНАЧЕНІ ПРОЕКТОМ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВИТИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ)</p>	<p>РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі 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.</p> <p>РН02. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>РН03. Розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп'ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямках.</p> <p>РН04. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</p> <p>РН05. Представляти 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.</p> <p>РН06. Демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції</p>

	<p>маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів.</p> <p>РН07. Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів.</p>
8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ	
КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	Відповідає 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» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021).
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021).
ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 365 від 24.03.2021).
9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
НАЦІОНАЛЬНА КРЕДИТНА МОБІЛЬНІСТЬ	На основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та вищими навчальними закладами України
МІЖНАРОДНА КРЕДИТНА МОБІЛЬНІСТЬ	Академічна мобільність на основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та Мішкольцьким університетом (Угорщина), Мариборським університетом (Словенія); Отто фон Герріке Університет Магдебурга (Німеччина); Університет Щецина, (Польща)

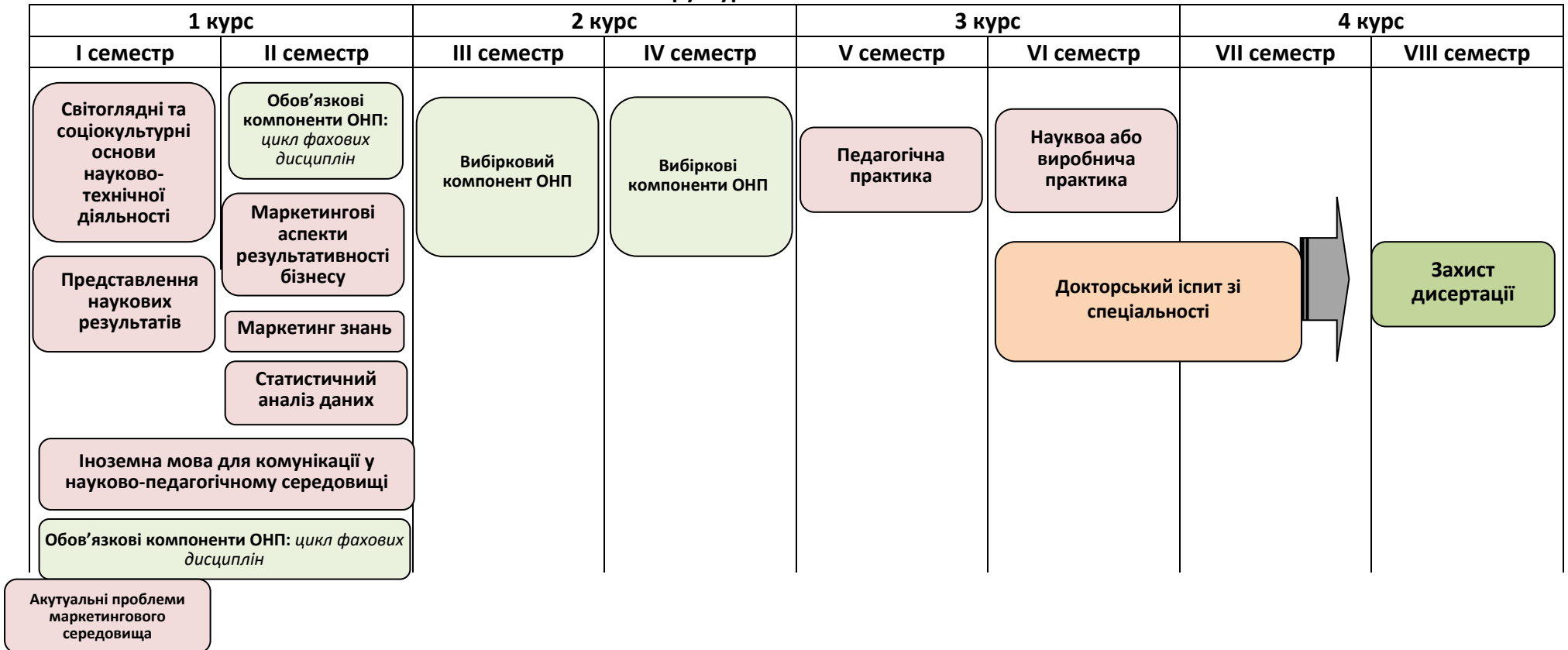
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент ОНП

Код н/д	Компоненти освітньо-наукової програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. ОСВІТНЯ СКЛАДОВА			
1.1. Обов'язкові компоненти ОНП			
Цикл загальнонаукових дисциплін			
1.1.1	Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності / <i>World Image and Social-Cultural Basis of the Scientific and Technical Activity</i>	4,0	Екзамен
1.1.2	Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі / <i>Foreign Languages for Communication in a Scholarly and Pedagogical Environment</i>	8,0	Екзамен
1.1.3	Представлення наукових результатів / <i>Presentation of scientific results</i>	2,0	Залік
Цикл фахових дисциплін			
1.2.1	Актуальні проблеми маркетингового середовища / <i>Actual problems of marketing environment</i>	4,0	Екзамен
1.2.2	Маркетингові аспекти результативності бізнесу / <i>Marketing aspects of business effectiveness</i>	3,0	Екзамен
1.2.3	Маркетинг знань / <i>Marketing of knowledge</i>	3,0	Залік
1.2.4	Статистичний аналіз даних / <i>Statistic's Analysis of Data Bbases</i>	4,0	Екзамен
Практика			
	Педагогічна / <i>Pedagogical</i>	2,0	Залік
	Наукова (або виробнича) / <i>Scientific (or practical)</i>	2,0	Залік
	Загальний обсяг обов'язкових компонентів	32,0	
1.2. Вибіркові компоненти ОНП			
1.2.1	Дисципліни / <i>Subjects</i>	8,0	Екзамен
1.2.2	Дисципліни / <i>Subjects</i>	8,0	Залік
	Загальний обсяг вибірових компонентів	16,0	
2.1 Вибіркові навчальні дисципліни третього семестру			
2.1.1	Сучасні форми бізнес-комунікацій / <i>Modern forms of business-communications</i>	4,0	Екзамен
2.1.2	Маркетингове обґрунтування формування стратегій розвитку підприємства / <i>Marketing substantiation of formation of</i>	4,0	Екзамен
2.1.3.	Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства / <i>Marketing management of enterprise</i>	4,0	Екзамен
2.1.4	Інноваційний маркетинг / <i>Innovative marketing</i>	4,0	Екзамен
2.1.5	Кількісні методи в управлінні маркетингом / <i>Quantitative methods are in a management marketing</i>	4,0	Екзамен
2.1.6	Управління взаємодією підприємства з партнерами та споживачами / <i>Management of relations of enterprise with</i>	4,0	Екзамен
	Загальний обсяг циклу вибірових навчальних дисциплін третього семестру	8,0	

	Вибіркові навчальні дисципліни четвертого семестру		
2.2.1	Сучасні моделі та методи штучного інтелекту / <i>Modern models and methods of artificial intelligence</i>	4,0	Залік
2.2.2	Інформаційні технології обробки великих даних / <i>Information technologies of big data processing</i>	4,0	Залік
2.2.3	Інформаційні технології в розподілених системах / <i>Information technologies in distributed systems</i>	4,0	Залік
2.2.4	Інформаційні технології підтримки прийняття рішень / <i>Information technologies to support decision making</i>	4,0	Залік
2.2.5	Сучасні технології управління інформацією / <i>Modern information management technologies</i>	4,0	Залік
2.2.6	Управління науковими проектами та дослідженнями / <i>Management of Scientific Projects and Research</i>	4,0	Залік
2.2.7	Управління науково-технологічним розвитком підприємств / <i>Management of Enterprise Scientific and Technological</i>	4,0	Залік
2.2.8	Основи педагогіки вищої школи / <i>Fundamentals of pedagogy of higher school</i>	4,0	Залік
2.2.9	Педагогічна риторика / <i>Pedagogical rhetoric</i>	4,0	Залік
2.2.10	Професійна культура викладача / <i>Professional culture of teacher</i>	4,0	Залік
2.2.11	Методологія і логіка науково-педагогічної діяльності у вищій технічній школі / <i>Methodology and logic of scientific and</i>	4,0	Залік
2.2.12	Правове регулювання авторського права / <i>Legal regulations of the author's right</i>	4,0	Залік
2.2.13	Інновації, технології та патентне право / <i>Technologies that Patent Law</i>	4,0	Залік
2.2.14	Науково-технічні інформаційні ресурси та патентно-кон'юнктурні дослідження / <i>Scientific and technical</i>	4,0	Залік
2.2.15	Управління інтелектуальною власністю / <i>Management Intellectual Maintenance</i>	4,0	Залік
2.2.16	Математичне та комп'ютерне моделювання складних систем / <i>Mathematical Models and Computer Simulation of Complex</i>	4,0	Залік
2.2.17	Математичні методи оптимізації та прийняття рішень / <i>Mathematical methods for optimization and decision making</i>	4,0	Залік
2.2.18	Ймовірнісні та нечіткі моделі та методи в техніці та економіці / <i>Probabilistic and Fuzzy Models and Methods in</i>	4,0	Залік
2.2.19	Математичні методи обчислювального інтелекту та машинного навчання / <i>Mathematical Methods of</i>	4,0	Залік
2. НАУКОВА СКЛАДОВА			
	Наукові публікації		Статті, поточна атестація
	Кваліфікаційна наукова праця		Рукопис дисертації
Докторський іспит зі спеціальності			
	ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ	48	

2.2 Структурно-логічна схема ОНП



Науково-дослідна робота за темою дисертації:

<p>Затвердження теми та плану роботи над дисертацією.</p> <p>Літературний пошук та його критичне оцінювання.</p> <p>Формулювання задач дослідження та вибір експериментальних методів.</p> <p>Перший етап експерименту, обговорення одержаних первинних результатів.</p> <p>Підготовки (чернетки) рукопису матеріалів до публікації.</p>	<p>Напрацювання експериментального матеріалу, його обробка. Підтвердження або перегляд наукової гіпотези. Підготовка наукових публікацій та апробації результатів. Виступ на конференціях.</p>	<p>Напрацювання експериментального матеріалу, його обробка, обговорення. Підготовка наукових публікацій. Виступ на конференціях. Формування новизни та за наявності практичного значення результатів дисертаційної роботи.</p>	<p>Підготовка та представлення рукопису.</p> <p>Подання дисертації до захисту.</p>
--	--	--	--

2.3 Розподіл змісту освітньо-наукової програми за групами компонентів та циклами підготовки

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів ECTS / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-наукової програми	Вибіркові компоненти освітньо-наукової програми	Всього за весь термін навчання
1	1 <i>Обов'язкові навчальні дисципліни / Compulsory academic disciplines</i>	28 / 58	-	28 / 58
2	2 <i>Вибіркові навчальні дисципліни / Elective academic</i>	-	16/ 33	16 / 33
3	3 <i>Практика / Practice</i>	4/9	-	4/ 9
Всього за весь термін навчання		28/ 56	20/42	48 / 100

3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ПОТОЧНА АТЕСТАЦІЯ	За весь термін навчання аспірант два рази на рік звітує про виконання індивідуального плану (сторінки E та F) на засіданні випускової кафедри, вченій раді інституту/факультету і щорічно атестується науковим керівником відповідно до графіку навчального процесу.
ДОКТОРСЬКИЙ ІСПИТ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ	<p>Основне завдання докторського іспиту зі спеціальності – показати результати комплексної професійно-наукової підготовки аспірантів до науково-педагогічної діяльності. Встановлення рівня набуття аспірантом теоретичних знань, умінь, навичок і відповідних компетентностей та підготовленості аспіранта до самостійної науково-дослідної діяльності.</p> <p>Іспит базується на теоретичних знаннях, одержаних за строк навчання в перші два роки та обзори науково-дослідних робіт, виконаних аспірантом. Іспит приводиться на 3-4 курсі, триває два дні та складається з двох частин. Зміст докторського іспиту висвітлюється та затверджується відповідною програмою. Перша частина представляє письмовий іспит тривалістю ~ 4 години та служить для перевірки теоретичних підготовки зі спеціальності та знаній споріднених областей. Друга частина іспиту служить для перевірки навиків аспіранта (формулювати питання, складати план досліджень, пояснювати результати, компетентність у своєму напрямі дослідження) та складається з таких компонентів: письмовий документ по завершенню свого дослідження максимум 10 сторінок (Анотація, Вступ, Методи, Результати, Обговорення); огляд</p>

	публікації з наряду дослідження аспіранта; 30-ти хвилинне усне опитування від екзаменаційного комітету (до слів «я не знаю»). Після здачі докторського іспиту аспірант формує дисертаційну роботу.
ВИМОГИ ДО ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ	Здобувач повинен підготувати дисертацію, опублікувати основні наукові результати у наукових публікаціях, набути теоретичні знання, уміння, навички та відповідні компетентності. Дисертація подається у вигляді спеціально підготовленої кваліфікаційної наукової праці на правах рукопису, виконується здобувачем особисто, повинна містити наукові положення, нові науково обґрунтовані теоретичні та/або експериментальні результати проведених здобувачем досліджень, що мають істотне значення для певної галузі знань та підтверджуються документами, які засвідчують проведення таких досліджень, а також свідчити про особистий внесок здобувача в науку та характеризуватися єдністю змісту. Вимоги щодо оформлення дисертації встановлюються МОН. Максимальний та/або мінімальний обсяг основного тексту дисертації становить 6,5-9 авторських аркушів.
ПІДСУМКОВА АТЕСТАЦІЯ	Науково-дослідна робота аспіранта, яка виконується в рамках теми дисертаційної роботи, є головним елементом у підготовки за освітньо-науковою програмою. За цей час аспірант навчається самостійно виконувати науковий пошук, обрати й обґрунтувати методи дослідження та аналізувати результати своєї роботи. Науково-дослідна робота виконується під керівництвом наукового керівника, який несе повну відповідальність за підготовку аспіранта та своєчасно виконання, подачу дисертаційної роботи. Підготовка дисертаційної роботи та її захист є завершенням навчання на третьому освітньо-науковому рівні. Атестація випускників освітньо-наукової програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти Доктор філософії з присвоєнням кваліфікації: доктор філософії з маркетингу.

4. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ПРИНЦИПИ ТА ПРОЦЕДУРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ	<p>Принципи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – відповідність європейським і національним стандартам якості вищої освіти; – автономія закладу вищої освіти, який відповідає за забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти; – системний підхід, який передбачає управління якістю на всіх рівнях освітнього процесу; – здійснення моніторингу якості освіти; – залучення аспірантів, роботодавців та інших зацікавлених сторін до процесу забезпечення якості; – відкритість інформації на всіх етапах забезпечення якості. <p>Процедури:</p> <ul style="list-style-type: none"> – удосконалення планування освітньо-наукової діяльності; – затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітньо-наукових програм; – підвищення якості підготовки контингенту здобувачів вищої освіти; – посилення кадрового потенціалу Університету;
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти; – розвиток інформаційних систем з метою підвищення ефективності управління освітнім процесом; – забезпечення публічності інформації про діяльність Університету; – створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях викладачів та здобувачів вищої освіти.
<p>МОНІТОРИНГ ТА ПЕРІОДИЧНИЙ ПЕРЕГЛЯД ПРОГРАМ</p>	<p>Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітньо- наукових програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання: змісту програми, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам; потреб суспільства, що змінюються; навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньо-наукової програми; ефективності процедур оцінювання аспірантів; очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання; навчального середовища відповідності меті і змісту програми; якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти. Програми регулярно переглядають і оновлюють після завершення повного циклу підготовки до початку нового навчального року.</p>
<p>ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ</p>	<p>Оцінювання результатів навчання аспірантів здійснюється під час проведення контрольних та моніторингових заходів. Заходи передбачають поточний і семестровий контроль, звітування та атестація.</p> <p>Завданням поточного контролю є перевірка розуміння і засвоєння певного матеріалу, вироблених навичок проведення розрахункових робіт, умінь самостійно опрацьовувати тексти, публічно чи письмово представляти певний матеріал тощо. Формами поточного контролю є: виконання індивідуальних завдань; виконання тестових завдань; виконання контрольних робіт, які виконуються в аудиторії або під час самостійної роботи; написання і захист рефератів; захист лабораторних робіт.</p> <p>Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на відповідному освітньому рівні або на окремих його завершальних етапах. Підсумковий контроль включає семестровий контроль (екзамен, диференційований залік з конкретної навчальної дисципліни) та атестацію аспіранта.</p> <p>Семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену або заліку з конкретної навчальної дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою, і в терміни, встановлені навчальним планом.</p> <p>Навчальні дисципліни, з яких заплановано проведення моніторингових контрольних робіт, терміни проведення контрольних заходів визначаються графіком навчального процесу.</p> <p>Оцінювання результатів навчання аспірантів Університету проводиться методами, що відповідають специфіці конкретної навчальної дисципліни.</p> <p>Моніторинг успішності аспіранту здійснюється за допомогою 100-бальної системи оцінювання з обов'язковим переведенням оцінок до національної шкали та шкали ECTS.</p>
<p>ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ НАУКОВО-</p>	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p>

<p>ПЕДАГОГІЧНИХ, ПЕДАГОГІЧНИХ ТА НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ</p>	<p>обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації; прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації; моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності; обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації.</p>
<p>НАЯВНІСТЬ НЕОБХІДНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ</p>	<p>Наявне кадрове, матеріально-технічне, навчально-методичне та інформаційне забезпечення зі спеціальності відповідає вимогам діючих Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти та забезпечує реалізацію державних вимог до фахівця з вищою освітою.</p>
<p>НАЯВНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОСВІТНІМ ПРОЦЕСОМ</p>	<p>З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості. Для управління якістю освітньої діяльності в Університеті створена інформаційна система АСУ НП.</p>
<p>ПУБЛІЧНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ОСВІТНІ ПРОГРАМИ, СТУПЕНІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА КВАЛІФІКАЦІЇ</p>	<p>Інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації розміщена у відкритому доступі на сайті НТУ «ХП».</p>
<p>ДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ ПРАЦІВНИКАМИ УНІВЕРСИТЕТУ ТА ЗДОБУВАЧАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ</p>	<p>В університеті працівниками та здобувачами вищої освіти здійснюється дотримання академічної доброчесності. Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу базується на таких принципах: дотримання загальноприйнятих принципів моралі; демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм; повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності; дотримання норм законодавства про авторське право; посилання на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей; самостійне виконання індивідуальних завдань.</p>
<p>СИСТЕМА ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ АКАДЕМІЧНОГО ПЛАГІАТУ</p>	<p>Здійснюється перевірка на плагіат згідно з вимогами нормативних документів Університету.</p>

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.2.1	1.2.2	1.2.3	1.2.4	Практика Педагогіч на	Практика Наукова (або виробнича) практика
ЗК 01	+		+			+		+	
ЗК 02			+	+	+	+	+		+
ЗК 03		+							
СК 01	+		+	+	+		+	+	+
СК 02	+	+	+					+	
СК 03							+	+	+
СК 04								+	+
СК 05			+					+	+
СК 06					+	+			
СК 07				+					

6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (РН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ

	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.2.1	1.2.2	1.2.3	1.2.4	Практика Педагогічна	Н Практика аукова (або виробнича) практика
РН 01		+		+	+	+			
РН 02		+			+	+			
РН 03							+		
РН 04				+	+	+		+	+
РН 05	+		+			+		+	+
РН 06	+		+	+	+			+	+
РН 07			+		+	+	+		+