

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

третього рівня вищої освіти

за спеціальністю D 5 «Маркетинг»

галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Кваліфікація: «Доктор філософії з маркетингу»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

 / Микола МИТНИК
(протокол №4 від «09» серпня 2025 р.)

Освітня програма впроваджується в дію з 1 жовтня 2025 р.

Ректор

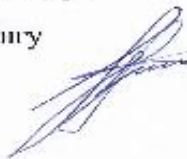
 / Микола МИТНИК
(наказ №4/т-582 від «09» серпня 2025 р.)



Тернопіль, 2025 р

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-наукової програми
«Маркетинг»

Завідувач випускової кафедри
промислового маркетингу
к.е.н., доц.



Богдана ОКСЕНТЮК

Декан факультету
економіки та менеджменту
к.е.н., проф.



Галина ЦІХ

Голова експертної ради роботодавців кафедри:
директор ТОВ "Босфор"



Юлія ПРИСЯЖЧОК

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

- 1.Володимир ФАЛОВИЧ – д.е.н., проф., професор кафедри промислового маркетингу. Крівник робочої групи гарант ОНП;
- 2.Лілія ЯКИМИШИН – д.е.н., проф., професор кафедри промислового маркетингу;
- 3.Світлана СЕМЕНЮК – к.е.н., доц., доцент кафедри промислового маркетингу;
- 4.Богдан КРИЖАНОВСЬКИЙ – здобувач третього освітньо-наукового рівня;
- 5.Михайло ТИМОШИК – к.е.н., директор ТОВ «Маркетингові технології ПБС».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

- 1.Тетяна БОРИСОВА – д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу ЗУНУ;
2. Володимир ТРОЯН – директор ТОВ «Микулинецький Бровар»;
3. Олег ГАРБЕРА – директор ТОВ «АГРО ПРОФ».

1. Профіль освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності D 5 «Маркетинг»

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, кафедра промислового маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – доктор філософії Кваліфікація – доктор філософії з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього (доктор філософії) рівня вищої освіти галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності D 5 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, одиничний, 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 4 роки.
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – третій цикл, EQF-LLL – 8 рівень
Передумови	Наявність ступеня спеціаліста чи магістра
Мова(и) викладання	Українська
Форми здобуття освіти	Денна, заочна
Розрахункові строки виконання освітньої програми	4 роки
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://tntu.edu.ua/?p=uk/structure/faculties http://kaf-pm.tntu.edu.ua
2. Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівців, які володіють компетентностями, достатніми для продукування нових ідей, вирішення комплексних	

проблем професійної та дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, а також методологією наукової та педагогічної діяльності, необхідними для проведення власних наукових досліджень.

3. Характеристика освітньої програми

Предметна область	<i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> сучасні маркетингові концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова програма для підготовки доктора філософії має прикладну та дослідницько-інноваційну орієнтацію, спрямовану на розвиток сучасних маркетингових концепцій, методології наукових досліджень та формування нових знань у сфері маркетингу. Програма спрямована на формування у здобувачів компетентностей у сфері аналітичного та прикладного маркетингу, з акцентом на проведення маркетингових досліджень, опанування інновацій у маркетинговій діяльності, використання інформаційних технологій у науковій практиці, а також розвиток науково-педагогічних умінь. Особлива увага приділяється підготовці до самостійної наукової діяльності, зокрема через засвоєння методології досліджень, основ філософії науки, педагогіки та психології вищої школи, а також професійному володінню іноземною мовою в науковому контексті.

Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Програма базується на загальновідомих наукових засадах із врахуванням поточного стану та перспектив розвитку професійної галузі та орієнтована на наукові положення формування і розвитку теорії та прикладних засад маркетингу. Ключові слова: маркетинг, промисловість, наукові положення управління маркетингом, ринкові закономірності, маркетинговий менеджмент.
Особливості програми	Програма передбачає застосування широкого кола загальнонаукових і спеціальних аналітичних методів, принципів і прийомів наукових досліджень, з урахуванням сучасного світового досвіду в сфері маркетингу, а також сучасних інформаційних систем і програмних продуктів, необхідних для наукових досліджень, прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, проведення оригінальних наукових досліджень у сфері маркетингу.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, тощо в установах та організаціях, що потребують кваліфікації 8 рівня НРК.
Подальше навчання	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Навчання здійснюється на основі проблемно-орієнтованого підходу та самонавчання. Викладання проводиться у формі лекцій та практичних, написання рефератів, консультування, реалізації інтерактивного навчання, дискусій на задану тематику. Використовуються окремі елементи змішаного навчання, застосування інформаційно-комунікаційних технологій (матеріал може надаватись онлайн, дистанційно), педагогічна практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дисертаційного дослідження.
Оцінювання	Оцінювання знань здобувачів здійснюється у відповідності до «Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя», яке здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною («зараховано», «незараховано») системами. Методи оцінювання: письмові та усні екзамени, тестування засобами електронних навчальних курсів в системі Atutor, реферати, презентації, індивідуальні завдання, публічний захист дисертаційної роботи. Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль. Можливий ректорський контроль. Форми контролю: усне та письмове опитування, тестові завдання, презентації, захист звітів з практик. Атестація у формі публічного захисту дисертаційної роботи.

6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК3. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК4. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	СК1. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках. СК2. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень. СК3. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності. СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. СК5. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами. СК6. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК7. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. СК8. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних. <i>СК 9. Здатність до інтеграції знань, умінь і навичок та ефективного їх використання в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища, прийняття ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу.</i> <i>СК 10. Здатність планувати і проводити навчальні заняття</i>

7. Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПРН)	P1. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. P2. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів. P3. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані. P4. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності. P5. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших. P6. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми. P7. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях. P8. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи. P9. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення. <i>P10. Демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності при проведенні наукових досліджень, оприлюднення та впровадження наукових результатів.</i> <i>P11. Планувати і проводити навчальні заняття, обираючи та застосовуючи методи, технології й засоби (у тому числі цифрові), організовувати індивідуальну і групову роботу, залучати здобувачів до активної участі в освітньому процесі з урахуванням принципів інклюзивності.</i>

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Реалізація освітньої програми забезпечується кадрами високої кваліфікації з науковими ступенями та вченими званнями, які мають значний досвід навчально-методичної, науково-дослідної роботи та відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України. Освітній процес здійснюється науково-педагогічними працівниками кафедри промислового маркетингу із залученням науково-педагогічних працівників з інших кафедр та (додатково) фахівців-практиків в галузі маркетингу з провідних підприємств Західного регіону. Викладацький склад кафедри регулярно проходить планове стажування в галузі маркетингу на провідних підприємствах та в ЗВО України та за кордоном. Теми дисертаційних досліджень аспірантів формуються з урахуванням наукової спеціалізації та дослідницьких інтересів наукових керівників, які активно працюють у межах сучасних напрямів маркетингової науки. Наукове керівництво не може здійснювати особа, щодо якої встановлено факт порушення академічної доброчесності.
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України. У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зал, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу. До послуг аспірантів і викладачів є також читальний зал на 230 місць, абонемент та копіювальна техніка. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi. Здобувачі вищої освіти забезпечені гуртожитком. Є наявна соціально-побутова інфраструктура: їдальня, медичний пункт, бібліотека, басейн, спортивний комплекс, актова зала.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання системи електронного навчання ТНТУ ATutor; матеріалів, розміщених в інституційному репозитарії університету ELARTU; електронного каталогу бібліотеки; навчальних матеріалів у традиційній (паперовій) формі у приміщеннях бібліотеки університету; вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань у друкованому та електронному доступі, у т.ч. до баз даних англомовних періодичних наукових видань (зокрема, Scopus і Web of Science); забезпечення доступу до Інтернет за допомогою Wi-Fi або інших бездротових технологій в основних навчальних, лабораторних, бібліотечних приміщеннях, гуртожитках; офіційного веб-сайту університету та його структурних підрозділів; системи АСУ «Університет» та авторських розробок професорсько-викладацького складу.

	ТНТУ забезпечує необхідні організаційні умови для реалізації наукової складової освітньо-наукової програми шляхом створення сприятливого академічного середовища для апробації, публікації та обговорення результатів досліджень аспірантів. Зокрема: щорічні науково-практичні конференції молодих учених і здобувачів вищої освіти, в межах яких здобувачі мають змогу представити результати власних досліджень; фахові семінари кафедри, присвячені актуальним проблемам сучасного маркетингу, інноваційним технологіям, цифровим інструментам тощо; методологічні семінари з питань наукового дослідження (формулювання проблематики, методології, написання статей, формування дисертаційної роботи); можливість публікації статей у фахових виданнях ЗВО, включених до Переліку наукових фахових видань України; функціонування наукового гуртка, де здобувачі можуть апробувати наукові ідеї в колі колег.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Індивідуальна академічна мобільність реалізується на основі двосторонніх договорів між Тернопільським національним технічним університетом ім. І. Пулюя та закладами вищої освіти України. Допускається перезарахування кредитів, отриманих в інших університетах України за умови відповідності набутих компетентностей даній освітній програмі.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечуються можливості для введення здобувачів у міжнародну академічну спільноту шляхом сприяння апробації результатів наукових досліджень здобувачів на міжнародних конференціях і семінарах, їх публікації у міжнародних виданнях, а також стажування у закордонних закладах вищої освіти та наукових установах в рамках укладених двосторонніх угод. Реалізація програм академічної мобільності, зокрема програм подвійних дипломів, є одним з пріоритетних напрямів розвитку міжнародного співробітництва університету. Студенти також можуть реалізувати своє право на міжнародну кредитну мобільність в рамках програми «Erasmus+»
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних громадян здійснюється на загальних підставах.

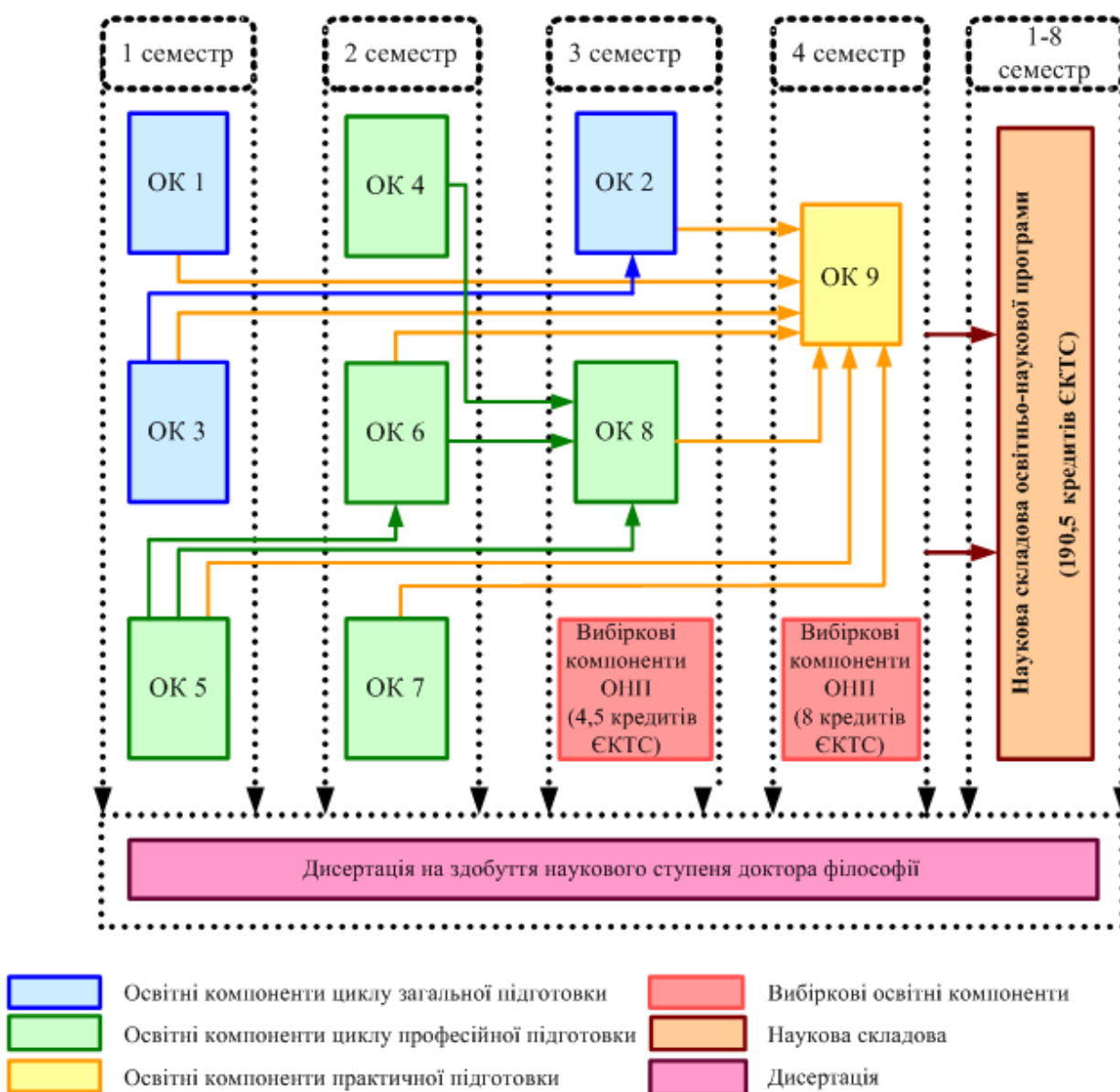
2. Перелік компонент освітньо-наукової програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОНП

Код	Компоненти ОНП (навчальні дисципліни, практики, атестація)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньої програми			
	Цикл загальної підготовки		
OK1	Іноземна мова для науковців	4	Кваліфікаційний іспит
OK2	Основи педагогіки та психології вищої школи	4,5	Кваліфікаційний іспит
OK3	Філософія науки	4	Кваліфікаційний іспит
	Цикл професійної підготовки		
OK4	Аналітичне забезпечення маркетингу	4	Кваліфікаційний іспит
OK5	Засади провадження наукової діяльності	4	Залік
OK6	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	4	Кваліфікаційний іспит
OK7	Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу	4	Кваліфікаційний іспит
OK8	Прикладні аспекти маркетингових досліджень	4	Кваліфікаційний іспит
OK9	Науково-педагогічна практика	4,5	Диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		37	
Вибіркові компоненти освітньої програми*			
Загальний обсяг вибірових компонент:		12,5	
Загальний обсяг освітньої складової		49,5	
Загальний обсяг наукової складової		190,5	
Всього		240	

*Здобувачі вищої освіти обирають освітні вибіркові компоненти із запропонованого переліку у середовищі електронного навчання ТНТУ ATutor https://dl.tntu.edu.ua/users/browse_elective.php Вільний доступ до переліку та силабусів вибірових навчальних дисциплін мають усі здобувачі вищої освіти.

2.2 Структурно-логічна схема освітньо-наукової програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти.

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

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертаційної роботи.
Вимоги до дисертації на здобуття ступеня доктора філософії	Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, яке пропонує розв'язання конкретної наукової задачі в сфері сучасного маркетингу або на межі з іншими спеціальностями, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення, становлять оригінальний внесок у розвиток відповідної спеціальності та оприлюднені у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти (наукової установи).
Вимоги до публічного захисту	Захист дисертаційної роботи здійснюється публічно і гласно. Публічний захист здійснюється на засіданні Спеціалізованої вченої ради, склад якої затверджується Міністерством освіти і науки України на підставі чинних нормативно-правових документів
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Диплом доктора філософії із присвоєнням освітньої кваліфікації доктор філософії з маркетингу, освітньо-наукова програма «Маркетинг».

4. Внутрішня система забезпечення якості вищої освіти в університеті

Внутрішня система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

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

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

8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;

9) інших процедур і заходів.

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9
ІНТ	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК 1			•	•	•	•	•	•	•
ЗК 2				•	•	•		•	•
ЗК 3	•	•							
ЗК 4		•			•				•
СК 1					•	•		•	•
СК 2	•				•		•		
СК 3				•	•	•		•	•
СК 4									•
СК 5					•				•
СК 6			•		•	•		•	
СК 7			•	•				•	
СК 8	•				•	•			•
СК 9					•		•		
СК 10		•			•				•

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

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9
Р 1				•	•			•	
Р 2					•		•		•
Р 3					•	•		•	
Р 4		•							•
Р 5		•			•				•
Р 6			•		•	•			
Р 7	•	•		•	•			•	
Р 8						•	•		•
Р 9		•						•	
Р 10					•				•
Р 11		•							•