

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності	075 Маркетинг
галузі знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація:	бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ

Голова вченої ради

 **Роман ПАВЕЛКІВ**
(протокол № 9 від « 14.09 » 2024 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію
з « 13 » вересня 2024 р.

 **Роман ПАВЕЛКІВ**
(наказ № 163-ОП від « 13.09 » 2024 р.)

Рівне – 2024 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

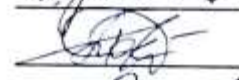
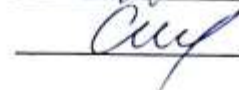
«Маркетинг»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Бакалавр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
КВАЛІФІКАЦІЯ	Бакалавр маркетингу

ВНЕСЕНО

Гарант ОПП  Наталія ЯКУБОВСЬКА

Розробники програми:

 Тарас МИКИТИН
 Оксана ПАЛАМАРЧУК
 Руслан СТРІЛЬЧУК

Кафедрою економіки та управління бізнесом

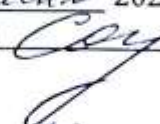
Протокол № 9 від «10» вересня 2024 р.

Завідувач кафедри економіки та управління бізнесом  Тетяна ПАНІОК

ПОГОДЖЕНО:

Навчально-методичною комісією факультету ДКМТФ

Протокол № 5 від «11» вересня 2024 р.

Голова НМК факультету ДКМТФ  Ольга САВЧЕНКО

Декан факультету ДКМТФ  Ірина ІОХИМЕНКО-НАЗАРУК

Голова НМР університету  Ігор ВОЙТОВИЧ

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

Освітньо-професійна програма скорегована відповідно до Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., № 1343, та з урахуванням пропозицій стейкхолдерів робочою групою Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Якубовська Наталія Василівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

Члени робочої групи:

1. **Микитин Тарас Миронович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

2. **Паламарчук Оксана Степанівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

3. **Стрільчук Руслан Миколайович**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

Стейкхолдери:

1. Буднікевич І.М., д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу, інноваційного та регіонального розвитку Чернівецького державного університету імені Юрія Федьковича (рецензія додається).

2. Лилик І.В., к. е. н., доцент кафедри маркетингу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (рецензія додається).

3. Ягушин Ю.В., директор ТОВ «Рівненська фабрика кави» (рецензія додається).

4. Середюк Д.М., директор ТОВ «Салма-Фуд» (рецензія додається).

5. Поліщук О.Т., директор ТОВ «МЕOWCHI SUSHI» (рецензія додається).

6. Приступа С.П., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (відгук додається).

1. Профіль освітньої програми бакалавра зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Рівненський державний гуманітарний університет, кафедра економіки та управління бізнесом
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу Кваліфікація в дипломі: Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра. Одиничний. Обсяг освітньої програми реалізується за терміном навчання: на підставі ПЗСО 240 кредитів ЄКТС – 3 роки 10 місяців; усі спеціальності на основі НРК6, НРК7 – 2 р. 10 міс.
Наявність акредитації	Сертифікат про умовну (відкладену) акредитацію освітньої програми № 7486 від 17.04.2024 р. Термін дії: до 16.04.2025 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти; НРК6, НРК7 (усі спеціальності)
Мова (и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	На період навчання
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/592-osvitni-prohramy-bakalavr
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка конкурентоздатних, соціально відповідальних фахівців з маркетингу, здатних ефективно вирішувати спеціалізовані завдання і практичні проблеми в умовах динамічних ринкових змін. Програма орієнтована на формування у здобувачів сучасного економічного мислення, практичних умінь застосування маркетингових інструментів, а також набуття фахових компетентностей у проведенні досліджень, аналізі ринкових даних та розробці стратегій для забезпечення сталого розвитку бізнесу, із особливим акцентом на інноваційних підходах, цифровізації економіки та адаптації до сучасних трендів у поведінці споживачів і бізнес-середовища з урахуванням регіональних потреб та запитів.	
3 – Характеристика освітньої програми	

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг. • <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> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної 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 та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, ринок, маркетингова інформація, маркетинговий аналіз, маркетингове середовище, ринкові потреби, конкуренція, брендинг, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингова продуктова стратегія.
Особливості програми	Програма націлена на підготовку кваліфікованих фахівців з маркетингу, де особливу увагу приділено формуванню компетентностей та досягненню практичних результатів, що будуть застосовуватися при використанні сучасних маркетингових інструментів та платформ в управлінні підприємствами регіону. Програма зосереджена на вивченні нових тенденцій у маркетингу в контексті цифровізації економіки та їх впливу на регіональний розвиток, адаптації бізнесу до сучасних викликів і трендів сталого розвитку.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010</i>	
Код	Назва
2419.2	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	Здійснюється на засадах студентоцентрованого та компетентнісно-орієнтованого підходів із використанням проведення лекційних та практичних занять, консультацій, виконання курсових робіт, проходження практик, з елементами самонавчання на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет.
Оцінювання	Практичні та лабораторні роботи, усні та письмові екзамени, заліки, тестовий контроль; захист звітів з практик та курсових робіт, атестація (публічний захист кваліфікаційної роботи). Усі види та форми контролю навчальних досягнень здобувачів відбуваються з дотриманням принципів доброчесності.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. 11. Здатність працювати в команді. 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). 13. Здатність працювати в міжнародному контексті. 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі. 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7- Програмні результати навчання (Р)	
1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	
5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	
7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	
8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	

9.Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	
10.Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	
11.Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
12.Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
13.Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
14.Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	
15.Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	
16.Відповідати вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
17.Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	
18.Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Рівень освітньої та професійної кваліфікації професорсько-викладацького складу, а також залучення фахівців-практиків, які забезпечують реалізацію освітньої програми, відповідає державним вимогам.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає державним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу за спеціальністю 075 «Маркетинг».
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання інформаційного освітнього середовища Рівненського державного гуманітарного університету та авторських розробок професорсько-викладацького складу. ● Офіційний сайт РДГУ: http://www.rshu.edu.ua ● Сайт бібліотеки РДГУ: http://library.rshu.edu.ua ● Сайт кафедри: http://www.ekub.rshu.edu.ua ● Facebook-сторінка РДГУ http://www.facebook.com/rdgu1998 ● Facebook-сторінка кафедри: https://www.facebook.com/ek.rdgu ● Instagram-сторінка кафедри: https://www.instagram.com/ekonomika_marketing
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти України. Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність Рівненського державного гуманітарного університету: https://www.rshu.edu.ua/images/navch/pol_akadem_mob_2019.pdf
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та зарубіжними закладами вищої освіти. Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність Рівненського державного гуманітарного університету: https://www.rshu.edu.ua/images/navch/pol_akadem_mob_2019.pdf

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе.
---	----------

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

2.1 Перелік компонент ОП

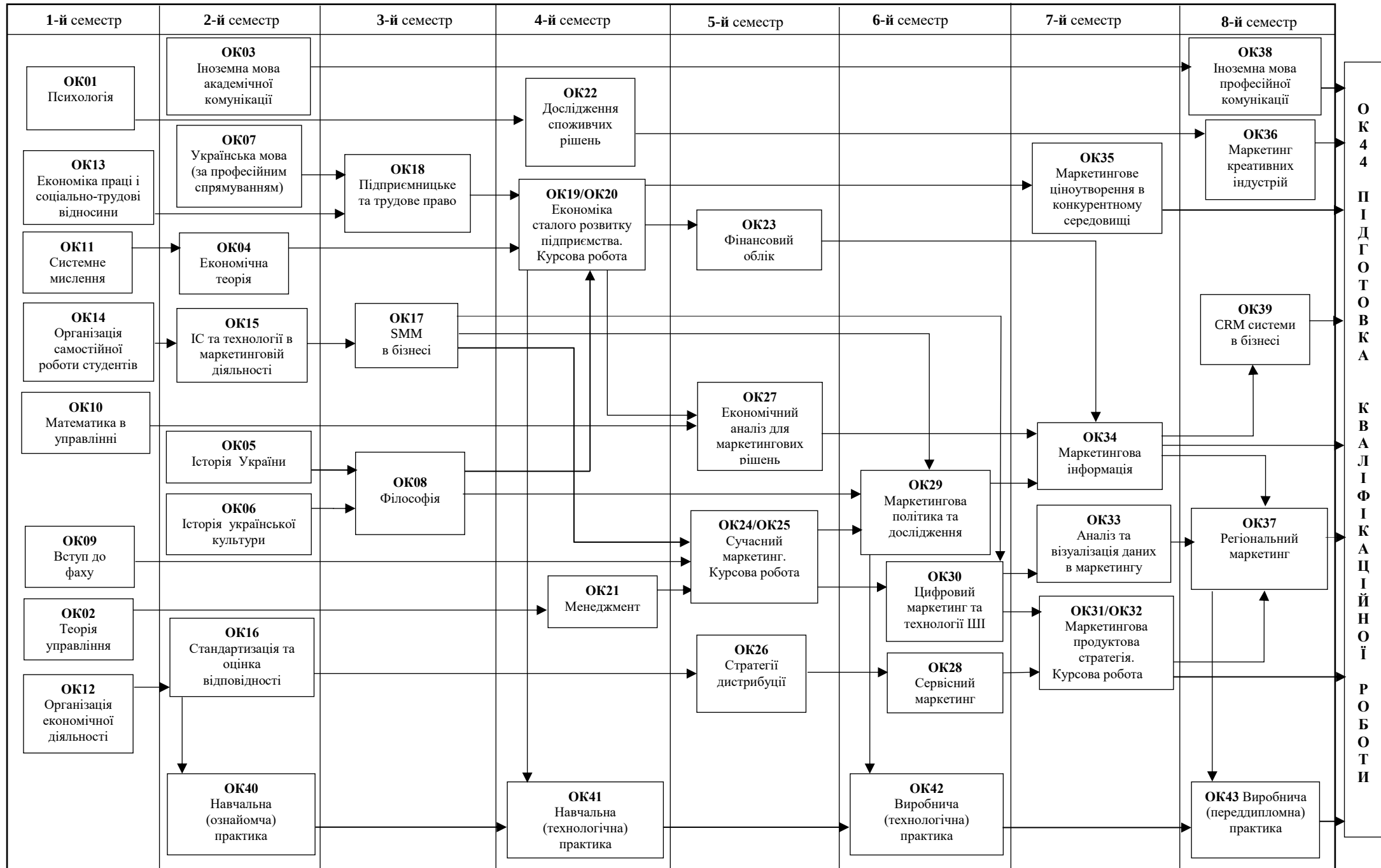
Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові компоненти ОП				
1.	OK01	Психологія	3	Екзамен
2.	OK02	Теорія управління	5	Екзамен
3.	OK03	Іноземна мова академічної комунікації	5	Екзамен
4.	OK04	Економічна теорія	5	Залік
5.	OK05	Історія України	3	Екзамен
6.	OK06	Історія української культури	3	Екзамен
7.	OK07	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
8.	OK08	Філософія	3	Екзамен
9.	OK09	Вступ до фаху	3	Залік
10.	OK10	Математика в управлінні	4	Екзамен
11.	OK11	Системне мислення	3	Залік
12.	OK12	Організація економічної діяльності	4	Екзамен
13.	OK13	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	Залік
14.	OK14	Організація самостійної роботи студентів	4	Залік
15.	OK15	Інформаційні системи та технології в маркетинговій діяльності	5	Залік
16.	OK16	Стандартизація та оцінка відповідності	3	Залік
17.	OK17	SMM в бізнесі	6	Екзамен
18.	OK18	Підприємницьке та трудове право	6	Екзамен
19.	OK19	Економіка сталого розвитку підприємства	5	Екзамен
20.	OK20	Економіка сталого розвитку підприємства (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
21.	OK21	Менеджмент	5	Екзамен
22.	OK22	Дослідження споживчих рішень	5	Екзамен
23.	OK23	Фінансовий облік	3	Екзамен
24.	OK24	Сучасний маркетинг	5	Екзамен
25.	OK25	Сучасний маркетинг (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
26.	OK26	Стратегії дистрибуції	4	Екзамен
27.	OK27	Економічний аналіз для маркетингових рішень	3	Залік
28.	OK28	Сервісний маркетинг	4	Екзамен
29.	OK29	Маркетингова політика та дослідження	4	Екзамен

30.	OK30	Цифровий маркетинг та технології штучного інтелекту	4	Екзамен
31.	OK31	Маркетингова продуктова стратегія	6	Екзамен
32.	OK32	Маркетингова продуктова стратегія (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
33.	OK33	Аналіз та візуалізація даних в маркетингу	5	Екзамен
34.	OK34	Маркетингова інформація	5	Екзамен
35.	OK35	Маркетингове ціноутворення в конкурентному середовищі	5	Екзамен
36.	OK36	Маркетинг креативних індустрій	3	Екзамен
37.	OK37	Регіональний маркетинг	3	Екзамен
38.	OK38	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
39.	OK39	CRM системи в бізнесі	3	Залік
40.	OK40	Навчальна (ознайомча) практика	3	Залік
41.	OK41	Навчальна (технологічна) практика	3	Залік
42.	OK42	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
43.	OK43	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
44.	OK44	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Публічний захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			180 кредитів	
2. Вибіркові компоненти ОП				
45.	BK 01	Вибір	3	Залік
46.	BK 02	Вибір	3	Залік
47.	BK 03	Креативне мислення	3	Залік
48.	BK 04	Товарознавство непродовольчих товарів		
49.	BK 05	Вибір		
50.	BK 06	Економетрія	3	Залік
51.	BK 07	Основи графічного дизайну в маркетингу		
52.	BK 08	Вибір		
53.	BK 09	Сталий інноваційний розвиток	3	Залік
54.	BK10	Політологія		
55.	BK11	Вибір		
56.	BK12	Основи веб-дизайну	3	Залік
57.	BK13	Електронні інструменти бізнесу		
58.	BK14	Вибір		
59.	BK15	Товарознавство продовольчих товарів	3	Залік
60.	BK16	Фінанси підприємств		
61.	BK17	Вибір		
62.	BK18	Соціальна відповідальність бізнесу	3	Залік
63.	BK19	Мікроекономіка		
64.	BK20	Вибір		
65.	BK21	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
66.	BK22	Моделі та методи прийняття управлінських рішень		
67.	BK23	Вибір		
68.	BK24	Основи критичного мислення	3	Залік
69.	BK25	Конфліктологія та теорія переговорів		

70.	BK26	Вибір		
71.	BK27	Експертиза товарів та послуг	3	Залік
72.	BK28	Договірне право		
73.	BK29	Вибір		
74.	BK30	Податкова система України	3	Залік
75.	BK31	Організація підприємницької діяльності		
76.	BK32	Вибір		
77.	BK33	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
78.	BK34	Страховання		
79.	BK35	Вибір		
80.	BK36	Інфраструктура товарного ринку	3	Залік
81.	BK37	Психологія реклами		
82.	BK38	Вибір		
83.	BK39	Митна справа	3	Залік
84.	BK40	Логістика		
85.	BK41	Вибір		
86.	BK42	Соціальна економіка	3	Залік
87.	BK43	Управління витратами		
88.	BK44	Вибір		
89.	BK45	Іміджелогія	3	Залік
90.	BK46	Бізнес-планування		
91.	BK47	Вибір		
92.	BK48	Мерчандайзинг	3	Залік
93.	BK49	Ризикологія		
94.	BK50	Вибір		
95.	BK51	Технології та реалізації івент-проектів	3	Залік
96.	BK52	Маркетинг територій		
97.	BK53	Вибір		
98.	BK54	Міжнародний маркетинг	3	Залік
99.	BK55	Лідерство та особистісний розвиток		
100.	BK56	Вибір		
Загальний обсяг вибірових компонент:			60 кредитів	
Загальний обсяг освітньої програми:			240 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускників освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до атестаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Продовження _табл. 4

[illegible]

ВІДПОВІДНИМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

[illegible]

		БК 01	БК 02	БК 03	БК 04	БК 06	БК 07	БК 09	БК 10	БК 12	БК 13	БК 15	БК 16	БК 18	БК 19	БК 21	БК 22	БК 24	БК 25	БК 27	БК 28	БК 30	БК31	БК 33	БК 34	БК 36	БК 37	БК 39	БК 40	БК 42	БК 43	БК 45	БК 46	БК 48	БК 49	БК 51	БК 52	БК 54	БК 55		
		Вибір	Вибір			+		+	+			+										+	+	+																	
P1	P2																						+	+												+					
P3	P4																	+	+	+									+										+	+	
P5	P6					+												+	+			+						+									+				
P7	P8								+			+								+				+	+		+	+	+								+				
P9	P10													+													+	+									+				
P11	P12				+	+		+				+		+						+	+			+	+		+	+	+	+					+		+		+	+	+
P13	P14						+		+	+	+		+		+								+								+		+		+	+	+				
P15	P16				+	+	+			+	+		+		+	+	+				+		+							+	+			+	+	+		+	+	+	+
P17	P18				+	+						+	+	+		+	+				+					+				+		+			+	+		+			+

6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Рівненському державному гуманітарному університеті (далі – Університет) функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Університету та в будь-який інший спосіб;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; інформування усіх зацікавлених сторін про стан якості освіти й освітньої діяльності Університету через інформаційні ресурси;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками Університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- організація і здійснення моніторингу якості вищої освіти та освітньої діяльності;
- організація опитувань (анкетувань тощо) суб'єктів освітнього процесу;
- координацію дій суб'єктів освітнього процесу щодо забезпечення якості освіти;
- інших процедур і заходів, спрямованих на забезпечення якості вищої освіти та якості освітньої діяльності в Університеті.

Гарант освітньо-професійної програми,
керівник робочої групи



Наталія ЯКУБОВСЬКА