

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

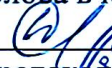
за спеціальністю D5 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

кваліфікація: бакалавр маркетингу

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ**

Голова вченої ради

 проф. Р.В. Павелків
(протокол № 6 від «29» 05 2025 р.)

Освітньо-наукова програма вводиться в дію з
«1» березня 2025 р.

в. о. ректора проф. Павелків Р. В.
(наказ № 95-осп/г від «30» 05 2025 р.)

Рівне – 2025 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

«Маркетинг»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Бакалавр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	D Бізнес, адміністрування та право
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	D5 Маркетинг
КВАЛІФІКАЦІЯ	Бакалавр маркетингу

ВНЕСЕНО

Гарант ОПП  Оксана ПАЛАМАРЧУК

Розробники програми:

 Тарас МИКИТИН
 Тетяна ПАНЮК
 Руслан СТРІЛЬЧУК

Кафедрою економіки та управління бізнесом

Протокол № 6 від «16» 05 2025 р.

Завідувач кафедри економіки та управління бізнесом  Тетяна ПАНЮК

ПОГОДЖЕНО:

Навчально-методичною комісією факультету ДКМТФ

Протокол № 5 від «26» 05 2025 р.

Голова НМК факультету ДКМТФ  Ольга САВЧЕНКО

Декан факультету ДКМТФ  Ірина ЮХИМЕНКО-НАЗАРУК

Голова НМР університету  Ігор ВОЙТОВИЧ

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів спеціальності D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Освітньо-професійна програма скорегована відповідно до побажань стейкхолдерів та із врахуванням Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., № 1343 робочою групою Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Паламарчук Оксана Степанівна, 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. Панюк Тетяна Петрівна, кандидат економічних наук, доцент, завідувач 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. Лирик І.В., к.е. н., доцент кафедри маркетингу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (рецензія додається).

3. Ягуцин 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 вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (відгук додається).

1. Профіль освітньої програми бакалавра зі спеціальності D5 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 – D5 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 НРК5, НРК6, НРК7 – 2 р. 10 міс.
Форми навчання	Денна, заочна
Наявність акредитації	Сертифікат про умовну (відкладену) акредитацію освітньої програми № 13168 від 29.05.2025 р. Термін дії: до 28.05.2026р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти; НРК5, 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 D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 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 D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, ринок, маркетингова інформація, маркетингове середовище, ринкові потреби, конкуренція, маркетинговий аналіз, 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. 15.Здатність розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії креативних індустрій з урахуванням принципів сталого регіонального розвитку.
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 висуваються 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.
P19.Вміти розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії, що поєднують принципи регіонального сталого розвитку та креативних індустрій.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Рівень освітньої та професійної кваліфікації професорсько-викладацького складу, 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 D5 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/nauka/n_doc_rshu/pol_prav_akad_mob_2024.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/nauka/n_doc_rshu/pol_prav_akad_mob_2024.pdf
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за умови проходження мовного курсу з української мови.

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

2.1 Перелік компонент ОП

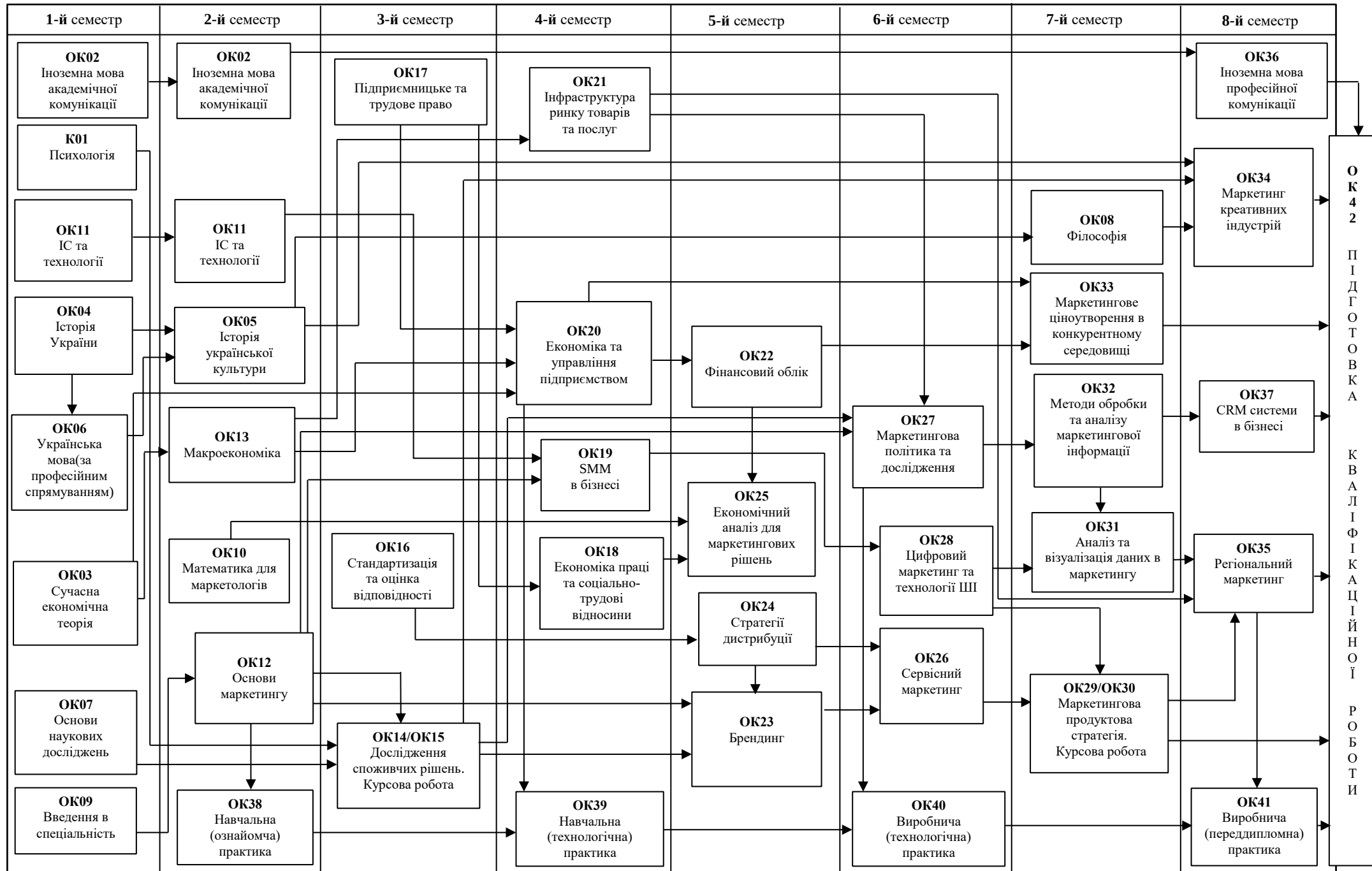
Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4	5
1. Обов'язкові компоненти ОП				
1.	OK01	Психологія	3	Залік
2.	OK02	Іноземна мова академічної комунікації	6	Залік Екзамен
3.	OK03	Сучасна економічна теорія	5	Залік
4.	OK04	Історія України	3	Екзамен
5.	OK05	Історія української культури	3	Екзамен
6.	OK06	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
7.	OK07	Основи наукових досліджень	3	Екзамен
8.	OK08	Філософія	3	Екзамен
9.	OK09	Введення у спеціальність	5	Залік
10.	OK10	Математика для маркетологів	4	Екзамен
11.	OK11	Інформаційні системи та технології	8	Залік Екзамен
12.	OK12	Основи маркетингу	6	Залік
13.	OK13	Макроекономіка	5	Залік
14.	OK14	Дослідження споживчих рішень	5	Екзамен
15.	OK15	Дослідження споживчих рішень (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
16.	OK16	Стандартизація та оцінка відповідності	4	Екзамен
17.	OK17	Підприємницьке та трудове право	3	Залік
18.	OK18	Економіка праці та соціально-трудові відносини	3	Залік
19.	OK19	SMM в бізнесі	5	Екзамен
20.	OK20	Економіка та управління підприємством	8	Залік Екзамен
21.	OK21	Інфраструктура ринку товарів та послуг	5	Екзамен
22.	OK22	Фінансовий облік	4	Екзамен
23.	OK23	Брендинг	5	Екзамен
24.	OK24	Стратегії дистрибуції	4	Екзамен
25.	OK25	Економічний аналіз для маркетингових рішень	5	Екзамен
26.	OK26	Сервісний маркетинг	4	Екзамен
27.	OK27	Маркетингова політика та дослідження	4	Екзамен
28.	OK28	Цифровий маркетинг та технології ІІІ	4	Екзамен
29.	OK29	Маркетингова продуктова стратегія	5	Екзамен

30.	OK30	Маркетингова продуктова стратегія (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
31.	OK31	Аналіз та візуалізація даних в маркетингу	4	Екзамен
32.	OK32	Методи обробки та аналізу маркетингової інформації	4	Залік
33.	OK33	Маркетингове ціноутворення в конкурентному середовищі	5	Екзамен
34.	OK34	Маркетинг креативних індустрій	3	Екзамен
35.	OK35	Регіональний маркетинг	3	Екзамен
36.	OK36	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
37.	OK37	CRM системи в бізнесі	3	Залік
38.	OK38	Навчальна (ознайомча) практика	3	Залік
39.	OK39	Навчальна (технологічна) практика	3	Залік
40.	OK40	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
41.	OK41	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
42.	OK42	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Публічний захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			180 кредитів	
2. Вибіркові компоненти ОП				
43.	BK 01	Вибір	3	Залік
44.	BK 02	Теоретична підготовка базової загальної військової підготовки	3	Залік
45.	BK03	Вибір		
46.	BK 04	Соціологія	3	Залік
47.	BK 05	Товарознавство непродовольчих товарів		
48.	BK 06	Вибір		
49.	BK 07	Економетрія	3	Залік
50.	BK 08	Основи графічного дизайну		
51.	BK 09	Вибір		
52.	BK 10	Мікроекономіка	3	Залік
53.	BK11	Основи підприємництва та бізнес-культура		
54.	BK12	Вибір		
55.	BK13	Основи веб-дизайну	3	Залік
56.	BK14	Електронні інструменти бізнесу		
57.	BK15	Вибір		
58.	BK16	Товарознавство продовольчих товарів	3	Залік
59.	BK17	Фінанси підприємств		
60.	BK18	Вибір		
61.	BK19	Соціальна відповідальність бізнесу	3	Залік
62.	BK20	Сталий розвиток територій		
63.	BK21	Вибір		
64.	BK22	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
65.	BK23	Моделі та методи прийняття управлінських рішень		
66.	BK24	Вибір		
67.	BK25	Основи критичного мислення	3	Залік
68.	BK26	Конфліктологія та теорія переговорів		
69.	BK27	Вибір		
70.	BK28	Експертиза товарів та послуг	3	Залік
71.	BK29	Основи PR		
72.	BK30	Вибір		

73.	BK31	Податкова система України	3	Залік
74.	BK32	Організація підприємницької діяльності		
75.	BK33	Вибір		
76.	BK34	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
77.	BK35	Страхування		
78.	BK36	Вибір		
79.	BK37	Основи креативного маркетингу	3	Залік
80.	BK38	Психологія реклами		
81.	BK39	Вибір		
82.	BK40	Митна справа	3	Залік
83.	BK41	Логістика		
84.	BK42	Вибір		
85.	BK43	Соціальна економіка	3	Залік
86.	BK44	Управління витратами		
87.	BK45	Вибір		
88.	BK46	Іміджологія	3	Залік
89.	BK47	Бізнес-планування		
90.	BK48	Вибір		
91.	BK49	Мерчандайзинг	3	Залік
92.	BK50	Ризикологія		
93.	BK51	Вибір		
94.	BK52	Технології та реалізації івент-проектів	3	Залік
95.	BK53	Маркетинг територій		
96.	BK54	Вибір		
97.	BK55	Міжнародний маркетинг	3	Залік
98.	BK56	Лідерство та особистісний розвиток		
99.	BK57	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 випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг проводиться у формі кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускників освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності D5 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.

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	K1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності K2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	AB1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах AB2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб AB3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				AB2
ЗК2				AB2
ЗК3		УМ1	K1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			K2	AB1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		AB1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			K1	
ЗК11			K2	AB1
ЗК12			K2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	K2	AB2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		K1	
СК2	ЗН2	УМ1	K1	
СК3		УМ1	K1	
СК4	ЗН2		K1	AB2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	K1	
СК7	ЗН2	УМ1	K1	
СК8	ЗН2	УМ1	K1	AB1
СК9	ЗН1		K1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	K1	
СК12		УМ1	K2	AB1
СК13		УМ1	K1	AB1
СК14		УМ1	K1	AB1

(6-й рівень, бакалаврський)

[illegible]

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

OK	OK 01	OK 02	OK 03	OK 04	OK 05	OK 06	OK 07	OK 08	OK 09	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	OK 32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38	OK 39	OK 40	OK 41	OK 42	
3K 1				+	+	+								+			+																										
3K 2			+	+	+																																						
3K 3							+	+		+											+				+																		
3K 4	+		+			+	+	+		+	+							+					+					+						+									
3K 5																		+																							+	+	+
3K 6			+						+			+								+			+			+				+				+				+	+	+	+		
3K 7											+		+		+		+			+		+					+		+		+									+	+	+	
3K 8							+						+	+						+	+				+	+							+								+	+	+
3K 9											+					+			+					+	+		+	+				+	+				+						
3K 10		+																																		+							
3K 11																																							+	+			
3K 12											+		+				+					+		+																			
3K 13		+														+								+												+							
3K 14	+			+								+		+			+																										
3K 15									+								+	+				+																					+
CK 1									+	+																	+									+							
CK 2												+															+			+								+	+				
CK 3													+																				+										
CK 4												+											+						+												+		
CK 5															+					+										+	+		+	+									+
CK 6											+			+														+						+	+								
CK 7												+								+					+					+											+		
CK 8																	+		+							+		+						+		+							
CK 9															+								+									+			+								+
CK 10											+									+									+				+	+				+			+		
CK 11						+						+		+					+	+		+				+	+					+			+				+	+	+		
CK 12						+									+																+			+									+
CK 13													+			+			+			+	+									+					+						
CK 14																							+		+		+							+	+						+	+	
CK 15																				+	+													+	+								

Продовження табл. 4

БК	БК 01	БК 02	БК 04	БК 05	БК 07	БК 08	БК 10	БК 11	БК 13	БК 14	БК 16	БК 17	БК 19	БК 20	БК 22	БК 23	БК 25	БК 26	БК 28	БК 29	БК 31	БК 32	БК 34	БК 35	БК 37	БК 38	БК 40	БК 41	БК 43	БК 44	БК 46	БК 47	БК 49	БК 50	БК 52	БК 53	БК 55	БК 56				
ЗК1			+				+		+	+		+		+	+	+				+		+									+											
ЗК 2			+		+				+	+		+			+	+				+											+											
ЗК 3																										+																
ЗК 4								+						+												+																
ЗК 5				+																															+	+	+	+				
ЗК 6						+	+						+				+	+			+		+	+						+	+		+	+	+	+	+		+			
ЗК 7													+				+	+			+	+																				
ЗК 8						+									+	+							+	+	+										+	+			+		+	
ЗК 9				+				+			+								+								+	+	+										+			
ЗК 10																																										
ЗК 11				+																															+	+						
ЗК 12			+		+	+		+			+								+	+			+	+				+	+	+	+		+					+				
ЗК 13																														+												
ЗК 14			+		+	+	+		+	+		+	+	+	+	+				+	+	+									+	+									+	
ЗК 15													+							+	+									+		+										
СК 1																																										
СК 2																																										
СК 3																	+	+			+																					
СК 4																																										
СК 5																							+	+									+			+	+					
СК 6																																										
СК 7																																										
СК 8																																										
СК 9																																										
СК 10								+											+				+	+	+													+				
СК 11																							+	+	+																	
СК 12										+									+								+	+	+										+			
СК 13																	+	+			+															+	+				+	
СК 14																																										
СК 15														+												+											+					

5. Матриця відповідності програмних результатів навчання (Р) відповідним компонентам освітньої програми

[illegible]

БК	БК 01	БК 02	БК 04	БК 05	БК 07	БК 08	БК 10	БК 11	БК 13	БК 14	БК 16	БК 17	БК 19	БК 20	БК 22	БК 23	БК 25	БК 26	БК 28	БК 29	БК 31	БК 32	БК 34	БК 35	БК 37	БК 38	БК 40	БК 41	БК 43	БК 44	БК 46	БК 47	БК 49	БК 50	БК 52	БК 53	БК 55	БК 56				
P1	Всё	ТШЗВН			+		+	+			+											+																				
P2																						+		+	+								+									
P3																	+											+										+		+		
P4																	+	+	+	+															+		+					
P5																																										
P6					+												+	+			+		+	+																		
P7								+			+							+					+			+	+	+								+						
P8												+														+											+					
P9																											+			+						+						
P10																+									+		+												+	+		
P11					+	+		+			+		+						+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+								+	+		
P12																										+	+	+	+	+							+		+	+		
P13						+			+	+		+		+																	+			+								
P14								+														+												+	+							
P15					+	+	+		+	+		+		+	+	+				+		+							+	+	+	+	+		+			+	+	+	+	
P16														+											+									+	+							
P17											+																	+							+		+					
P18					+	+			+	+		+	+		+	+				+		+								+		+					+		+	+		
P19																+						+					+												+			

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



Оксана ПАЛАМАРЧУК