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 № 7 від «12» 06 2026 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з «01» вересня 2026 р.

в. о. ректора _____ проф. Павелків Р. В.
(наказ № 120-ак/9 від «19» 06 2026 р.)

Рівне – 2026 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:

_____ Тетяна ПАНЮК

_____ Руслан СТРІЛЬЧУК

Кафедрою економіки та управління бізнесом
Протокол № 7 від «12» 06 2026 р.

Завідувач кафедри економіки та управління бізнесом _____ Тетяна ПАНЮК

ПОГОДЖЕНО:
Навчально-методичною комісією факультету МЕПТО
Протокол № 9 від «15» 06 2026 р.

Голова НМК факультету МЕПТО _____ Ольга САВЧЕНКО

Декан факультету МЕПТО _____ Ірина ЮХИМЕНКО-НАЗАРУК

Голова НМР університету _____ Ігор ВОЙТОВИЧ

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма регламентує нормативні, компетентністні, 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. Панюк Тетяна Петрівна, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

2. 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. Ягущин Ю.В., директор ТОВ «Рівненська фабрика кави» (рецензія додається).
4. Середюк Д.М., директор ТОВ «Салма-Фуд» (рецензія додається).
5. Денисюк Є., керівник відділу маркетингу онлайн-магазину Urbantree (рецензія додається).
6. Тарасюк Я.О., 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. • *Об'єкт вивчення:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • *Цілі навчання*: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної

	маркетингової діяльності. • *Теоретичний зміст предметної області:* 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. • *Методи, методики та технології:* загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • *Інструменти та обладнання:* 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

Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010

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. 16. Здатність до національного спротиву.

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 о снові 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.	
Р19.Вміти розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії, що поєднують принципи регіонального сталого розвитку та креативних індустрій.	
Р20.Уміння надавати домедичну допомогу, застосовувати тактичні навички для захисту та евакуації, виконувати базові дії зі стрілецькою зброєю, дотримуватися норм мінної безпеки.	
Р21.Уміння користуватися сучасними навігаційними системами та засобами зв'язку, виявляти й протидіяти інформаційним впливам.	
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

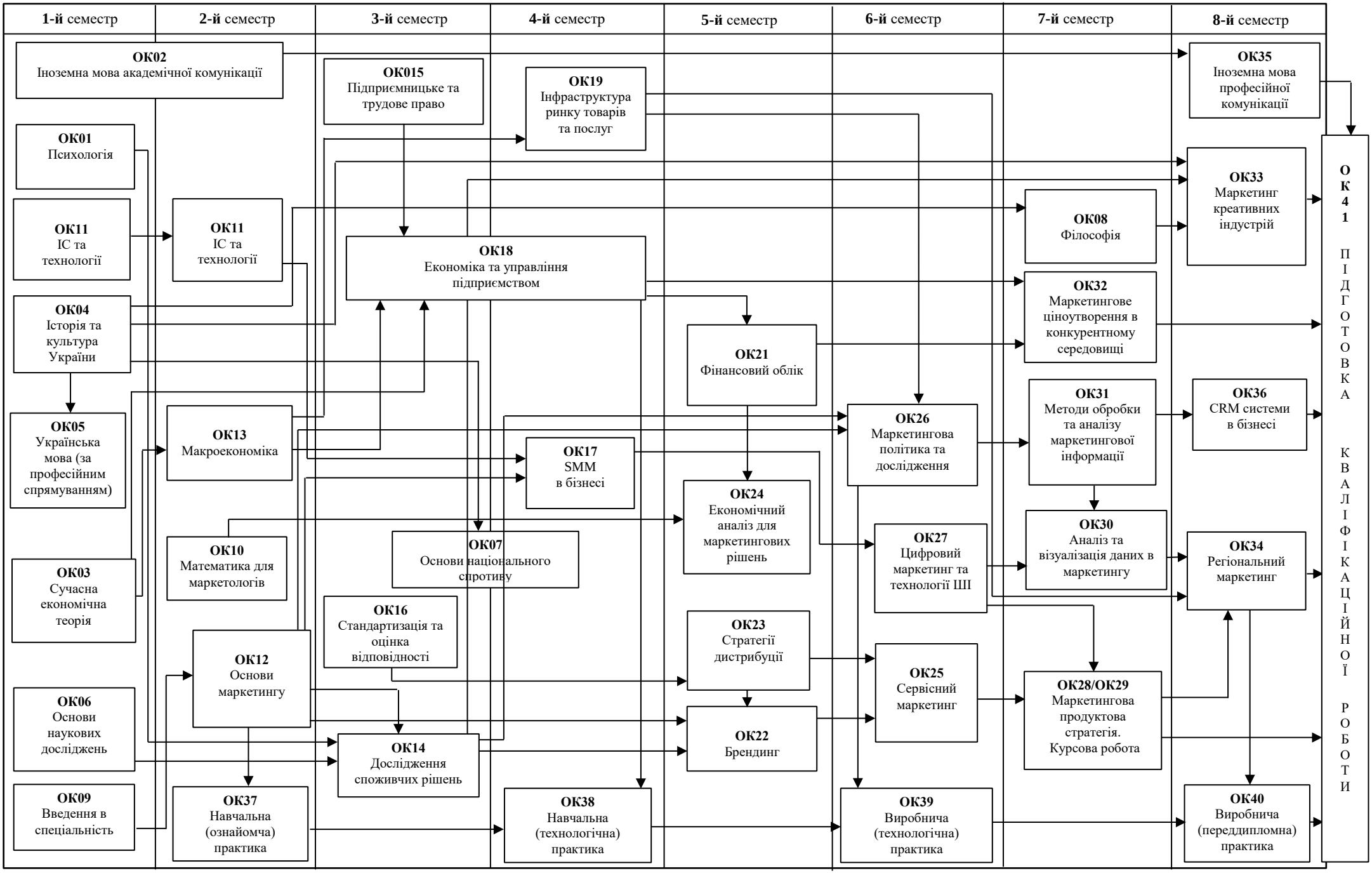
Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Обов'язкові компоненти ОП				
1.	ОК01	Психологія	4	Залік
2.	ОК02	Іноземна мова академічної комунікації	6	Залік Екзамен
3.	ОК03	Сучасна економічна теорія	5	Залік
4.	ОК04	Історія та культура України	4	Екзамен
5.	ОК05	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
6.	ОК06	Основи наукових досліджень	3	Екзамен
7.	ОК07	Основи національного спротиву	5	Диф. залік
8.	ОК08	Філософія	3	Екзамен
9.	ОК09	Введення у спеціальність	5	Залік
10.	ОК10	Математика для маркетологів	5	Екзамен
11.	ОК11	Інформаційні системи та технології	8	Залік Екзамен
12.	ОК12	Основи маркетингу	6	Залік
13.	ОК13	Макроекономіка	5	Залік
14.	ОК14	Дослідження споживчих рішень	5	Екзамен
15.	ОК15	Підприємницьке та трудове право	3	Екзамен
16.	ОК16	Стандартизація та оцінка відповідності	4	Екзамен
17.	ОК17	SMM в бізнесі	6	Екзамен
18.	ОК18	Економіка та управління підприємством	8	Залік Екзамен
19.	ОК19	Інфраструктура ринку товарів та послуг	5	Екзамен
20.	ОК20	Фінансовий облік	4	Екзамен
21.	ОК21	Брендинг	5	Екзамен
22.	ОК22	Стратегії дистрибуції	4	Екзамен
23.	ОК23	Економічний аналіз для маркетингових рішень	5	Екзамен
24.	ОК24	Сервісний маркетинг	4	Екзамен
25.	ОК25	Маркетингова політика та дослідження	4	Екзамен

26.	ОК26	Цифровий маркетинг та технології ШІ	4	Екзамен
27.	ОК27	Маркетингова продуктова стратегія	5	Екзамен
28.	ОК28	Маркетингова продуктова стратегія (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
29.	ОК29	Аналіз та візуалізація даних в маркетингу	4	Екзамен
30.	ОК30	Методи обробки та аналізу маркетингової інформації	4	Залік
31.	ОК31	Маркетингове ціноутворення в конкурентному середовищі	5	Екзамен
32.	ОК32	Маркетинг креативних індустрій	3	Екзамен
33.	ОК33	Регіональний маркетинг	3	Екзамен
34.	ОК34	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
35.	ОК35	CRM системи в бізнесі	3	Залік
36.	ОК36	Навчальна (ознайомча) практика	3	Залік
37.	ОК37	Навчальна (технологічна) практика	3	Залік
38.	ОК38	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
39.	ОК39	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
40.	ОК40	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Публічний захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			**180 кредитів**	
2. Вибіркові компоненти ОП				
41.	ВК01	Вибір із загальноуніверситетського переліку	3	Залік
42.	ВК02	Вибір із загальноуніверситетського переліку	3	Залік
43.	ВК03	Вибір	3	Залік
44.	ВК04	Вибір	3	Залік
45.	ВК05	Вибір	3	Залік
46.	ВК06	Вибір	3	Залік
47.	ВК07	Вибір	3	Залік
48.	ВК08	Вибір	3	Залік
49.	ВК09	Вибір	3	Залік
50.	ВК10	Вибір	3	Залік
51.	ВК11	Вибір	3	Залік
52.	ВК12	Вибір	3	Залік
53.	ВК13	Вибір	3	Залік
54.	ВК14	Вибір	3	Залік
55.	ВК15	Вибір	3	Залік
56.	ВК16	Вибір	3	Залік
57.	ВК17	Вибір	3	Залік
58.	ВК18	Вибір	3	Залік

59.	ВК19	Вибір	3	Залік
60.	ВК20	Вибір	3	Залік
Загальний обсяг вибіркових 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** **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	**Уміння** **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	**Комунікація** **К1** Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності **К2** Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	**Автономія та відповідальність** **АВ1** Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах **АВ2** Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб **АВ3** Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				**АВ2**
ЗК2				**АВ2**
ЗК3		**УМ1**	**К1**	
ЗК4	**ЗН1**	**УМ1**		
ЗК5			**К2**	**АВ1**
ЗК6	**ЗН2**			
ЗК7	**ЗН1**	**УМ1**		**АВ1**
ЗК8		**УМ1**		
ЗК9		**УМ1**		
ЗК10			**К1**	
ЗК11			**К2**	**АВ1**
ЗК12			**К2**	
ЗК13	**ЗН2**	**УМ1**		
ЗК14		**УМ1**	**К2**	**АВ2**
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	**ЗН1**		**К1**	
СК2	**ЗН2**	**УМ1**	**К1**	
СК3		**УМ1**	**К1**	
СК4	**ЗН2**		**К1**	**АВ2**
СК5	**ЗН2**	**УМ1**		
СК6	**ЗН2**	**УМ1**	**К1**	
СК7	**ЗН2**	**УМ1**	**К1**	
СК8	**ЗН2**	**УМ1**	**К1**	**АВ1**
СК9	**ЗН1**		**К1**	
СК10	**ЗН1**	**УМ1**		
СК11	**ЗН2**	**УМ1**	**К1**	
СК12		**УМ1**	**К2**	**АВ1**
СК13		**УМ1**	**К1**	**АВ1**
СК14		**УМ1**	**К1**	**АВ1**

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей
(6-й рівень, бакалаврський)

Програмні результати навчання	Компетентності																													
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності															Спеціальні (фахові) компетентності													
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	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
Р1							+									+	+										+		
Р2				+			+	+	+	+								+								+			+
Р3								+						+					+					+	+				
Р4									+	+								+			+	+							+
Р5				+			+														+	+					+		+
Р6				+			+	+	+										+	+	+	+							+
Р7										+															+	+	+		
Р8				+	+		+	+								+				+				+	+			+	
Р9							+	+															+				+	+	+
Р10									+	+	+							+										+	+
Р11				+			+	+					+							+	+		+				+	+	+
Р12					+			+				+						+		+									
Р13						+									+								+						+
Р14					+	+		+				+							+										+
Р15		+	+											+	+													+	
Р16					+		+								+				+	+									+
Р17											+																+		
Р18		+	+												+														

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

ОК	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОНС	ОК 08	ОК 09	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38	ОК 39	ОК 40	ОК 41
ЗК 1				+	+									+			+																								
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									+								+	+				+																		+
ЗК 16								+																																
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																				+	+														+	+					

Продовження табл. 4

ВК	ВК 01	ВК 02	ВК 04	ВК 05	ВК 07	ВК 08	ВК 10	ВК 11	ВК 13	ВК 14	ВК 16	ВК 17	ВК 19	ВК 20	ВК 22	ВК 23	ВК 25	ВК 26	ВК 28	ВК 29	ВК 31	ВК 32	ВК 34	ВК 35	ВК 37	ВК 38	ВК 40	ВК 41	ВК 43	ВК 44	ВК 46	ВК 47	ВК 49	ВК 50	ВК 52	ВК 53	ВК 55	ВК 56
ЗК1	**Вибір із загальноуніверситетського переліку**	**Вибір із загальноуніверситетського переліку**	+				+		+	+		+		+	+	+				+		+									+						
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

ОК	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОНС	ОК08	ОК 09	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38	ОК 39	ОК 40	ОК 41
Р1									+	+									+							+			+								+	+		+	+
Р2							+		+	+			+	+	+						+			+	+	+			+	+		+	+		+		+	+	+	+	
Р3													+		+		+			+			+	+			+	+		+					+				+		+
Р4											+		+			+			+	+	+				+						+	+				+					+
Р5						+									+						+		+						+												
Р6						+								+	+		+			+	+								+			+	+		+				+	+	
Р7											+					+		+			+						+	+			+	+			+				+		
Р8															+					+	+		+					+		+		+		+							
Р9												+										+				+									+							+
Р10		+											+								+				+		+									+				+		
Р11										+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+			+	+	+		+	+		+				
Р12	+				+	+	+			+	+	+			+				+																		+	+			+
Р13												+																+						+	+					+	+	
Р14																		+																						+	+	+
Р15	+	+	+	+	+				+			+		+			+					+																			+
Р16			+	+							+	+														+							+	+				+	+	+	+	
Р17		+			+																															+						
Р18	+		+	+										+			+																									
Р19																				+	+													+	+							
Р20								+																																		
Р21								+																																		

ВК	ВК 01	ВК 02	ВК 03	ВК 04	ВК 05	ВК 06	ВК 07	ВК 08	ВК 09	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13	ВК 14	ВК 15	ВК 16	ВК 17	ВК 18	ВК 19	ВК 20	ВК 21	ВК 22	ВК 23	ВК 24	ВК 25	ВК 26	ВК 27	ВК 28	ВК 29	ВК 30	ВК 31	ВК 32	ВК 33	ВК 34	ВК 35	ВК 36	ВК 37	ВК 38
Р1	Вибір із загальноуніверситетського переліку	Вибір з загальноуніверситетського переліку			+		+	+			+																											
Р2																						+	+	+										+				
Р3															+	+	+		+								+			+				+			+	+
Р4															+	+			+					+											+		+		
Р5																																							
Р6		+													+	+			+		+	+																
Р7						+			+								+						+	+	+											+		
Р8											+												+															
Р9																							+				+						+				
Р10													+	+								+														+	+	
Р11	+	+				+			+		+						+	+			+	+		+	+	+	+	+				+		+		+	+
Р12																																	+		+				
Р13					+		+	+		+		+																	+		+	+		+				
Р14						+																									+	+	+						
Р15	+	+	+		+		+	+		+		+	+	+				+		+						+	+	+	+					+	+	+	
Р16												+											+							+	+		+					
Р17									+																+										+				
Р18	+	+					+	+		+	+		+	+				+		+								+								+		
Р19														+										+															

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**