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 «19» 05 2025 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з
«1» вересня 2025 р.

в. о. ректора _____ проф. Павелків Р. В.
(наказ № 95-ак/д 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, 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. 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. 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. Поліщук О.Т., директор ТОВ «MEOWCHI 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. • *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.

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.	
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

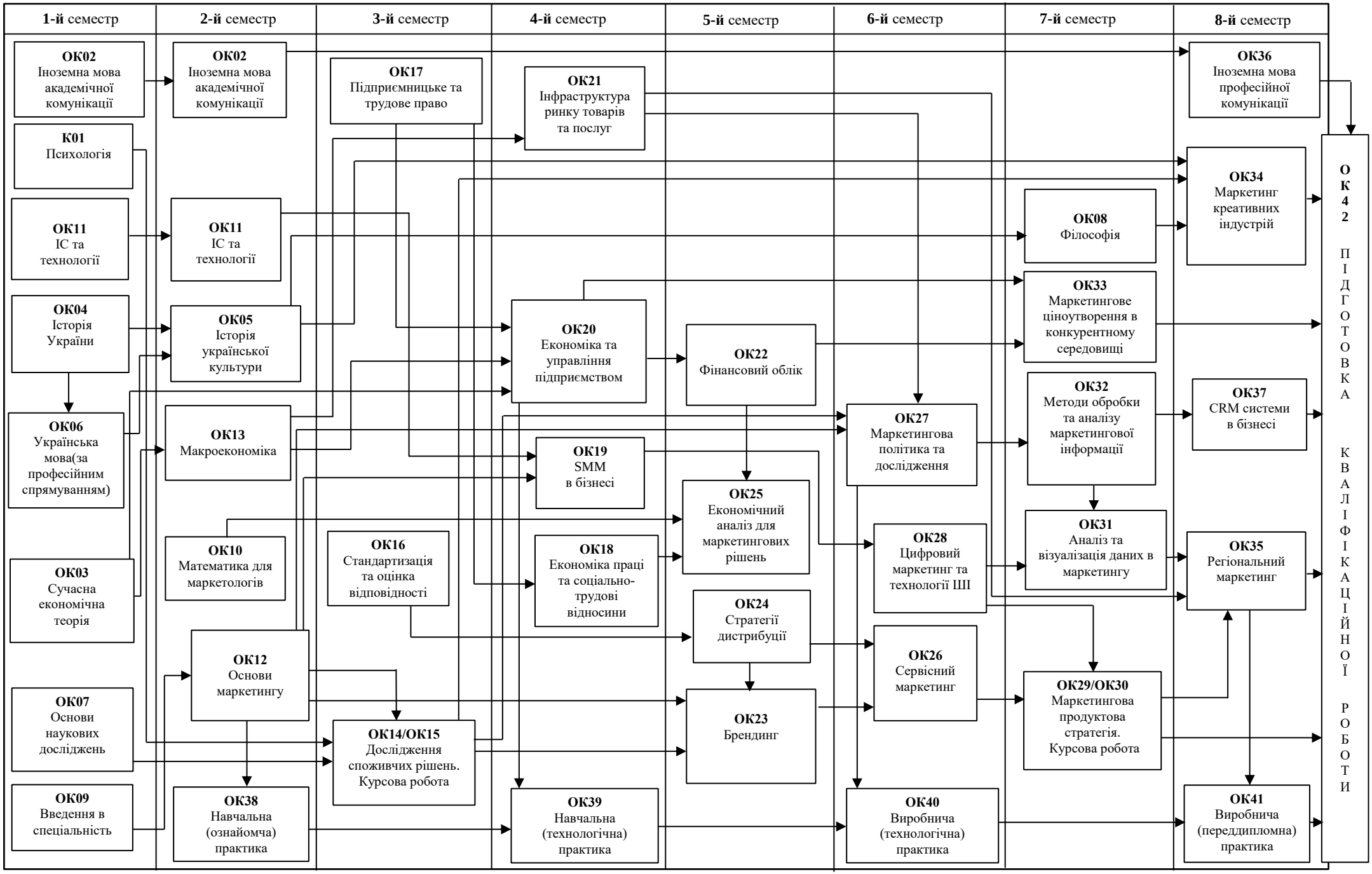
Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

№ 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	3	Залік
2.	ОК02	Іноземна мова академічної комунікації	6	Залік Екзамен
3.	ОК03	Сучасна економічна теорія	5	Залік
4.	ОК04	Історія України	3	Екзамен
5.	ОК05	Історія української культури	3	Екзамен
6.	ОК06	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
7.	ОК07	Основи наукових досліджень	3	Екзамен
8.	ОК08	Філософія	3	Екзамен
9.	ОК09	Введення у спеціальність	5	Залік
10.	ОК10	Математика для маркетологів	4	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	Дослідження споживчих рішень (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
16.	ОК16	Стандартизація та оцінка відповідності	4	Екзамен
17.	ОК17	Підприємницьке та трудове право	3	Екзамен
18.	ОК18	Економіка праці та соціально-трудові відносини	3	Залік
19.	ОК19	SMM в бізнесі	5	Екзамен
20.	ОК20	Економіка та управління підприємством	8	Залік Екзамен
21.	ОК21	Інфраструктура ринку товарів та послуг	5	Екзамен
22.	ОК22	Фінансовий облік	4	Екзамен
23.	ОК23	Брендинг	5	Екзамен
24.	ОК24	Стратегії дистрибуції	4	Екзамен
25.	ОК25	Економічний аналіз для маркетингових рішень	5	Екзамен
26.	ОК26	Сервісний маркетинг	4	Екзамен
27.	ОК27	Маркетингова політика та дослідження	4	Екзамен
28.	ОК28	Цифровий маркетинг та технології ШІ	4	Екзамен
29.	ОК29	Маркетингова продуктова стратегія	5	Екзамен

30.	ОК30	Маркетингова продуктова стратегія (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
31.	ОК31	Аналіз та візуалізація даних в маркетингу	4	Екзамен
32.	ОК32	Методи обробки та аналізу маркетингової інформації	4	Залік
33.	ОК33	Маркетингове ціноутворення в конкурентному середовищі	5	Екзамен
34.	ОК34	Маркетинг креативних індустрій	3	Екзамен
35.	ОК35	Регіональний маркетинг	3	Екзамен
36.	ОК36	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
37.	ОК37	CRM системи в бізнесі	3	Залік
38.	ОК38	Навчальна (ознайомча) практика	3	Залік
39.	ОК39	Навчальна (технологічна) практика	3	Залік
40.	ОК40	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
41.	ОК41	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
42.	ОК42	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Публічний захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			**180 кредитів**	
2. Вибіркові компоненти ОП				
43.	ВК 01	Вибір	3	Залік
44.	ВК 02	Теоретична підготовка базової загальної військової підготовки	3	Залік
45.	ВК03	*Вибір*		
46.	ВК 04	Соціологія	3	Залік
47.	ВК 05	Товарознавство непродовольчих товарів		
48.	ВК 06	*Вибір*		
49.	ВК 07	Економетрія	3	Залік
50.	ВК 08	Основи графічного дизайну		
51.	ВК 09	*Вибір*		
52.	ВК 10	Мікроекономіка	3	Залік
53.	ВК11	Основи підприємництва та бізнес-культура		
54.	ВК12	*Вибір*		
55.	ВК13	Основи веб-дизайну	3	Залік
56.	ВК14	Електронні інструменти бізнесу		
57.	ВК15	*Вибір*		
58.	ВК16	Товарознавство продовольчих товарів	3	Залік
59.	ВК17	Фінанси підприємств		
60.	ВК18	*Вибір*		
61.	ВК19	Соціальна відповідальність бізнесу	3	Залік
62.	ВК20	Сталий розвиток територій		
63.	ВК21	*Вибір*		
64.	ВК22	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
65.	ВК23	Моделі та методи прийняття управлінських рішень		
66.	ВК24	*Вибір*		
67.	ВК25	Основи критичного мислення	3	Залік
68.	ВК26	Конфліктологія та теорія переговорів		
69.	ВК27	*Вибір*		
70.	ВК28	Експертиза товарів та послуг	3	Залік
71.	ВК29	Основи PR		
72.	ВК30	*Вибір*		

73.	ВК31	Податкова система України	3	Залік
74.	ВК32	Організація підприємницької діяльності		
75.	ВК33	*Вибір*		
76.	ВК34	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
77.	ВК35	Страхування		
78.	ВК36	*Вибір*		
79.	ВК37	Основи креативного маркетингу	3	Залік
80.	ВК38	Психологія реклами		
81.	ВК39	*Вибір*		
82.	ВК40	Митна справа	3	Залік
83.	ВК41	Логістика		
84.	ВК42	*Вибір*		
85.	ВК43	Соціальна економіка	3	Залік
86.	ВК44	Управління витратами		
87.	ВК45	*Вибір*		
88.	ВК46	Іміджелогія	3	Залік
89.	ВК47	Бізнес-планування		
90.	ВК48	*Вибір*		
91.	ВК49	Мерчандайзинг	3	Залік
92.	ВК50	Ризикологія		
93.	ВК51	*Вибір*		
94.	ВК52	Технології та реалізації івент-проєктів	3	Залік
95.	ВК53	Маркетинг територій		
96.	ВК54	*Вибір*		
97.	ВК55	Міжнародний маркетинг	3	Залік
98.	ВК56	Лідерство та особистісний розвиток		
99.	ВК57	*Вибір*		
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	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	ОК 42
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									+								+	+				+																			+
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			+				+		+	+		+		+	+	+				+		+									+						
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	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	ОК 42
Р1									+	+									+							+			+							+	+		+	+
Р2								+	+	+			+	+	+						+			+	+	+			+	+		+	+		+	+	+	+	
Р3													+		+		+			+			+	+			+	+		+					+					+		+
Р4											+		+			+			+	+	+				+						+	+									+
Р5							+								+						+		+							+											
Р6							+							+	+		+			+	+									+		+	+		+				+	+	
Р7											+					+		+			+						+	+			+	+				+			+	
Р8															+					+	+		+					+		+		+		+							
Р9												+										+				+									+							+
Р10		+											+								+				+		+									+					+	
Р11										+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+			+	+	+		+	+		+				
Р12	+					+	+	+		+	+	+			+				+																		+	+			+
Р13												+																+						+	+					+	+	
Р14																		+																						+	+	+
Р15	+	+	+	+	+	+			+			+		+			+					+																			+	
Р16			+	+							+	+														+							+	+				+	+	+	+	
Р17		+				+																														+						
Р18	+		+	+	+									+			+																									
Р19																			+	+														+	+							

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
Р1	**Вибір**	**ТПБЗВП**			+		+	+			+																											
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**