МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

спеціальності **D5 Маркетинг**

галузі знань **D Бізнес, адміністрування та право**

кваліфікація **магістр маркетингу**

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ

Голова вченої ради
_____ Роман ПАВЕЛКІВ
(протокол № 7 від «19» 06 2026 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з «1» вересня 2026 р.

_____ Роман ПАВЕЛКІВ
(наказ № 120-осн/д від «19» 06 2026 р.)

Рівне – 2026 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

«Маркетинг»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Другий
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	D Бізнес, адміністрування та право
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	D5 Маркетинг
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	Магістр маркетингу

ВНЕСЕНО
Гарант ОПП _____ Руслан СТРІЛЬЧУК

Розробники програми:

_____ Тарас МИКИТИН
_____ Оксана ПАЛАМАРЧУК
_____ Тетяна ПАНЮК

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 магістрів спеціальності D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування і право.

Освітньо-професійна програма скоригована відповідно до рекомендацій стейкхолдерів та із врахуванням Стандарту вищої освіти за спеціальністю Маркетинг для другого (магістерського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.) робочою групою спеціальності D5 Маркетинг Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

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

Члени робочої групи:

1. **Микитин Тарас Миронович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.
2. **Паламарчук Оксана Степанівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.
3. **Панюк Тетяна Петрівна**, кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та управління бізнесом, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

Стейкхолдери:

1. Зарічна О.В., д. е. н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
2. Сак Т.В., к. е. н., доцент, завідувач кафедри маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки.
3. Поліщук О. Т., директор доставки суші «MEOWCHI SUSHI».
4. Середюк Д. М., директор ТОВ «Салма-Фуд».
5. Ягущин Ю. В., директор ТОВ «Рівненська фабрика кави».
6. Ковальчук О.С., здобувачка вищої освіти (магістерського) рівня вищої освіти.

1. Профіль освітньої програми магістра

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:** магістр маркетингу **Кваліфікація в дипломі:** Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Форми навчання	Денна, заочна
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми № 19275 від 05.12.2025 р. Термін дії: до 01.07.2031 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Передумови	НРК 6, НРК 7
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/593-osvitni-prohramy-mahistr

2 – Мета освітньої програми
Підготовка конкурентоздатних, соціально відповідальних та креативних фахівців з маркетингу, здатних ефективно вирішувати спеціалізовані завдання і практичні проблеми в умовах динамічних ринкових змін. Освітня програма орієнтована на формування сучасного економічного мислення, розвиток креативності, практичних навичок роботи з маркетинговими інструментами та цифровими технологіями, компетентностей у дослідженні й аналізі ринкових даних та розробці інноваційних стратегій для забезпечення сталого розвитку економіки з урахуванням глобальних тенденцій і регіональних потреб.

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 фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. *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 рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освіта в галузі знань D Бізнес, адміністрування і право спеціальності D5 Маркетинг. Ключові слова: ринок, стратегічний маркетинг, інновації, креативний маркетинг, управління проєктами, комунікації, сталий розвиток, маркетингові дослідження.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма розроблена з врахуванням досвіду підготовки магістрів маркетингу в провідних закладах вищої освіти, Стандарту вищої освіти за спеціальністю Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти, а також регіональних програм, запитів представників бізнесу та роботодавців, зокрема: Програми інформатизації Рівненської області на 2024–2026 рр.; Програми економічного та соціального розвитку Рівненської міської територіальної громади на 2024–2026 рр.; Стратегії розвитку Рівненської області на період до 2027 р. Програма націлена на підготовку кваліфікованих фахівців з маркетингу, де особливу увагу приділено застосуванню здобутих знань і навичок 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 та 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 третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання	Викладання на засадах студентоцентрованого та компетентнісно-орієнтованого навчання, проведення практичних занять, консультацій, виконання курсової роботи, проходження практик, з елементами самонавчання на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет.
Оцінювання	*Види контролю:* за рівнями: самоконтроль, контроль на рівні викладача, контроль на рівні завідувача кафедри, контроль на рівні деканату, контроль на рівні ректорату, державний контроль; за терміном проведення: оперативний (вхідний, поточний, проміжний, підсумковий) та відтермінований. *Форми контролю*: усне та письмове опитування; тестовий контроль; захист звітів з практик та курсових робіт, атестація (захист кваліфікаційної роботи). *Оцінювання навчальних досягнень*: 5-бальна національна шкала (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівнева національна шкала (зараховано/незараховано); 100-бальна система та шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).

6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій, ухвалення ефективних маркетингових рішень та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК10. Здатність розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії в сфері креативної економіки в інтересах принципів сталого розвитку.
7- Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (Р)	Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

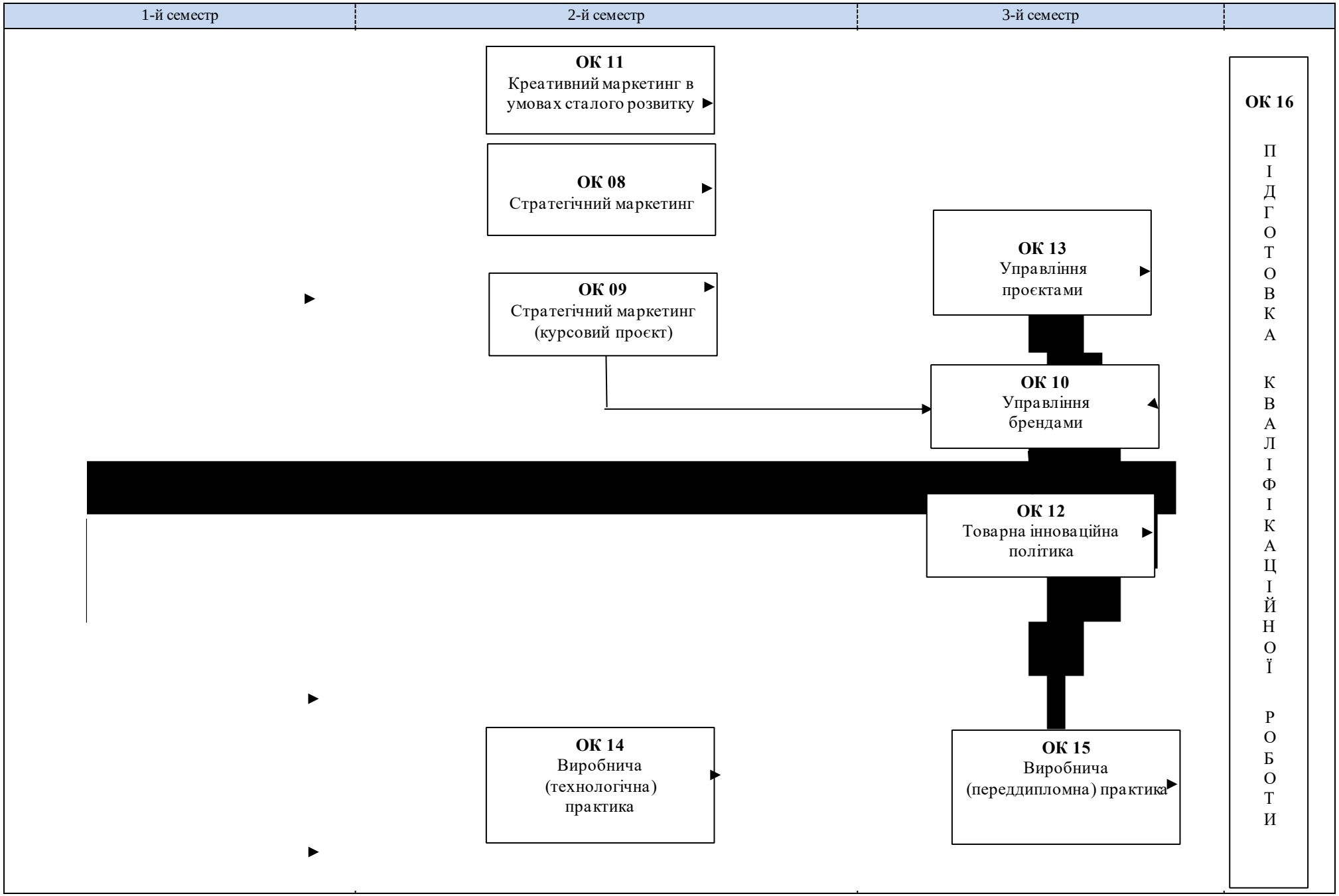
	Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. Р16. Вміти розробляти та реалізовувати інноваційні маркетингові стратегії, що поєднують принципи сталого розвитку та креативної економіки.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньої програми	
Кадрове забезпечення	Рівень освітньої та професійної кваліфікації професорсько-викладацького складу, які забезпечують реалізацію освітньої програми, відповідає кадровим вимогам.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за освітньою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення ґрунтується на авторських розробках професорсько-викладацького складу та використанні ресурсів: ● 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.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе.

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

2.1 Перелік компонент ОП

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Обов'язкові компоненти ОП				
1.	ОК 01	Технології наукових досліджень в галузі	3	Екзамен
2.	ОК 02	Психологія комунікації	4	Залік
3.	ОК 03	Іноземна мова у професійній діяльності	3	Екзамен
4.	ОК 04	Сучасні інформаційні технології в управлінні маркетингом	5	Залік
5.	ОК 05	Маркетинговий менеджмент	5	Екзамен
6.	ОК 06	Маркетингові дослідження регіональних ринків	5	Залік
7.	ОК 07	Креативна економіка	5	Залік
8.	ОК 08	Стратегічний маркетинг	3	Екзамен
9.	ОК 09	Стратегічний маркетинг (курсовий проєкт)	3	Захист КП
10.	ОК10	Управління брендами	3	Залік
11.	ОК11	Креативний маркетинг в умовах сталого розвитку	3	Екзамен
12.	ОК12	Товарна інноваційна політика	3	Екзамен
13.	ОК13	Управління проєктами	3	Екзамен
14.	ОК 14	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
15.	ОК 15	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
16.	ОК 16	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			**66 кредитів**	
2. Вибіркові компоненти				
17.	ВК 01	Вибір	3	Залік
18.	ВК 02	Інтернет-технології в бізнесі	3	Залік
19.	ВК 03	Прогнозування соціально-економічних процесів		
20.	ВК 04	*Вибір*		
21.	ВК 05	Психологія поведінки споживача	3	Залік
22.	ВК 06	Екологічний маркетинг		
23.	ВК07	*Вибір*		
24.	ВК 08	Євромаркетинг	3	Залік
25.	ВК09	Управління інтелектуальним капіталом підприємства		
26.	ВК 10	*Вибір*		
27.	ВК11	Управління якістю	3	Залік
28.	ВК 12	Інтелектуальний аналіз даних		
29.	ВК 13	*Вибір*		
30.	ВК 14	Маркетинг стартапів	3	Залік
31.	ВК 15	Сучасні технології штучного інтелекту в бізнесі		
32.	ВК 16	*Вибір*		
33.	ВК 17	Креативна реклама та SMM-стратегії	3	Залік
34.	ВК 18	Маркетинговий консалтинг		
35.	ВК 19	*Вибір*		
36.	ВК 20	Психологія управління	3	Залік
37.	ВК 21	Управління конфліктами		
	ВК 22	*Вибір*		
Загальний обсяг вибіркових компонент: **24 кредити**				
Загальний обсяг освітньої програми: 90 кредитів				

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форма атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті Рівненського державного гуманітарного університету або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16
ЗК1					•			•	•				•			•
ЗК 2							•			•	•	•				•
ЗК 3						•										•
ЗК 4		•							•							
ЗК 5		•	•											•		
ЗК 6	•		•	•		•			•				•	•	•	•
ЗК 7					•			•		•	•	•	•			
ЗК 8									•			•	•			•
СК 1	•							•								•
СК 2						•									•	•
СК 3	•					•			•					•	•	•
СК 4							•			•	•	•	•		•	
СК 5				•		•			•					•	•	•
СК 6		•		•	•					•						•
СК 7								•	•							•
СК 8					•										•	•
СК 9	•		•									•				•
СК 10							•	•			•				•	•

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

	ОК01	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
Р1	•		•													•
Р2						•	•				•	•	•		•	•
Р3	•			•	•	•			•				•	•	•	•
Р4					•			•	•	•	•	•				
Р5	•		•						•			•	•	•	•	•
Р6				•	•				•	•		•	•			•
Р7					•					•	•	•		•		•
Р8		•	•								•		•	•	•	
Р9							•			•	•				•	•
Р10					•		•									•
Р11						•		•	•					•		
Р12								•	•			•	•		•	•
Р13		•		•	•	•		•					•		•	•
Р14		•							•					•		
Р15	•			•		•			•					•	•	•
Р16							•	•			•				•	•

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 _____ **Руслан СТРІЛЬЧУК**