

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

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«МАРКЕТИНГ»**

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

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

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

**ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ**

Голова Вченої ради РДГУ

  
Роман ПАВЕЛКІВ  
(протокол № 7 від «26.06. 2024 р.)

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

Роман ПАВЕЛКІВ  
(наказ № 111-01-01 від «27.06. 2024 р.)

Рівне – 2024 р.



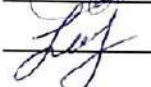
**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**  
**«Маркетинг»**

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

**ВНЕСЕНО**

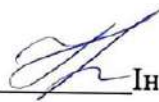
Гарант ОПП  Інна ДЕЙНЕГА

**Розробники програми:**

 Олександр ДЕЙНЕГА  
 Оксана ПАЛАМАРЧУК  
 Наталія ЯКУБОВСЬКА

Кафедрою економіки та управління бізнесом

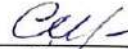
Протокол № 6 від «18» червня 2024 р.

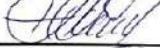
Завідувач кафедри економіки та управління бізнесом  Інна ДЕЙНЕГА

**ПОГОДЖЕНО**

Навчально-методичною комісією факультету ДКМТФ

Протокол № 3 від «20» червня 2024 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 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

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

*Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):*

**Дейнега Інна Олександрівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

*Члени робочої групи:*

1. **Дейнега Олександр Вікторович**, доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи Рівненського державного гуманітарного університету.

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

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

*Стейкхолдери:*

1. Ковальчук С. В., д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (рецензія додається).

2. Кузьмак О. І., д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету (рецензія додається).

3. Ткаченко Ю. В., керівник департаменту маркетингу Торгового Дому «Любисток» (рецензія додається).

4. Гладунов О. В., директор Рівненської обласної організації «Українська Асоціація Маркетингу» (рецензія додається).

5. Матвій І. Р., заступник начальника відділу маркетингу та збуту ТОВ «Рівень ЛТД» (рецензія-відгук додається).

6. Жифарський Д. С., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня (відгук додається)

**1. Профіль освітньої програми бакалавра  
зі спеціальності 075 Маркетинг**

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Рівненський державний гуманітарний університет, кафедра економіки та управління бізнесом
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	<b>Освітня кваліфікація:</b> бакалавр маркетингу <b>Кваліфікація в дипломі:</b> Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра. Одичний. Обсяг освітньої програми реалізується за терміном навчання: на підставі ПЗСО 240 кредитів ЄКТС – 3 роки 10 місяців; усі спеціальності на основі НРК6, НРК7 – 2 р. 10 міс
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про умовну (відкладену) акредитацію освітньої програми № 7486 від 17.04.2024 р. Термін дії: до 16.04.2025 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень.
<b>Передумови</b>	Наявність повної загальної середньої освіти; НРК6, НРК7 (усі спеціальності)
<b>Мова (и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	На період навчання
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://www.rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/592-osvitni-prohramy-bakalavr">https://www.rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/592-osvitni-prohramy-bakalavr</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка соціально мобільних, конкурентоздатних висококваліфікованих фахівців, котрі володіють сучасним економічним мисленням й загальними і спеціальними (фаховими) компетентностями, достатніми для успішного розв'язання спеціалізованих складних управлінських завдань і практичних проблем, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій і методів.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>• <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної</li> </ul>

	<p>маркетингової діяльності.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <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.</li> <li>• <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li> </ul>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, ринок, маркетингова інформація, маркетинговий аналіз, маркетингове середовище, ринкові потреби, маркетингове ціноутворення, маркетингова товарна політика, маркетингові комунікації, брендинг.
<b>Особливості програми</b>	Програма ґрунтується на вивченні теорії і практики маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу. Орієнтується на сучасні наукові дослідження в галузі маркетингу та практичне застосування маркетингових інструментів в управлінні підприємствами регіону. Враховує специфіку розвитку економіки на основі її діджиталізації та трендів у формуванні поведінки споживачів і бізнес-середовища.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<i>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010</i>	
<b>Код</b>	<b>Назва</b>
2419.2	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог). Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. Рекламист.
3415	Мерчендайзер. Агент комерційний. Комівояжер.
3419	Організатор із збуту. Організатор з постачання.
3429	Агент рекламний. Представник з реклами. Торговець (обслуговування бізнесу та реклами).
3436.2	Помічник керівника іншого основного підрозділу.
<b>Подальше навчання</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Викладання на засадах студентоцентрованого та компетентнісно-орієнтованого навчання, проведення практичних занять, консультацій, виконання курсових робіт, проходження практик, з елементами самонавчання на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет.
<b>Оцінювання</b>	Усні та письмові екзамени, заліки, тестовий контроль; захист звітів з практик та курсових робіт, атестація (атестаційний екзамен).

## 6 – Програмні компетентності

<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>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.</li><li>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.</li><li>3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</li><li>4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</li><li>5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</li><li>6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</li><li>7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</li><li>8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</li><li>9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</li><li>10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</li><li>11. Здатність працювати в команді.</li><li>12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</li><li>13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</li><li>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</li><li>15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</li></ol>

<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу</li> <li>2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</li> <li>3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</li> <li>4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</li> <li>5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</li> <li>6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</li> <li>7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</li> <li>8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</li> <li>9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</li> <li>10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</li> <li>11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</li> <li>12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</li> <li>13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</li> <li>14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</li> </ol>
<p><b>7- Програмні результати навчання (Р)</b></p>	
	<p>1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p>
	<p>2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p>
	<p>3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p>
	<p>4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p>
	<p>5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p>
	<p>6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p>
	<p>7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>

	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 обгрунтовані 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.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Рівень освітньої та професійної кваліфікації професорсько-викладацького складу, які забезпечують реалізацію освітньої програми, відповідає державним вимогам.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	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.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Використання інформаційного освітнього середовища Рівненського державного гуманітарного університету та авторських розробок професорсько-викладацького складу.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність Рівненського державного гуманітарного університету: <a href="https://www.rshu.edu.ua/images/navch/pol_akadem_mob_2019.pdf">https://www.rshu.edu.ua/images/navch/pol_akadem_mob_2019.pdf</a>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та зарубіжними освітніми закладами Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність Рівненського державного гуманітарного університету: <a href="https://www.rshu.edu.ua/images/navch/pol_akadem_mob_2019.pdf">https://www.rshu.edu.ua/images/navch/pol_akadem_mob_2019.pdf</a> .



<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе.
---	----------

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

### 2.1 Перелік компонент ОП

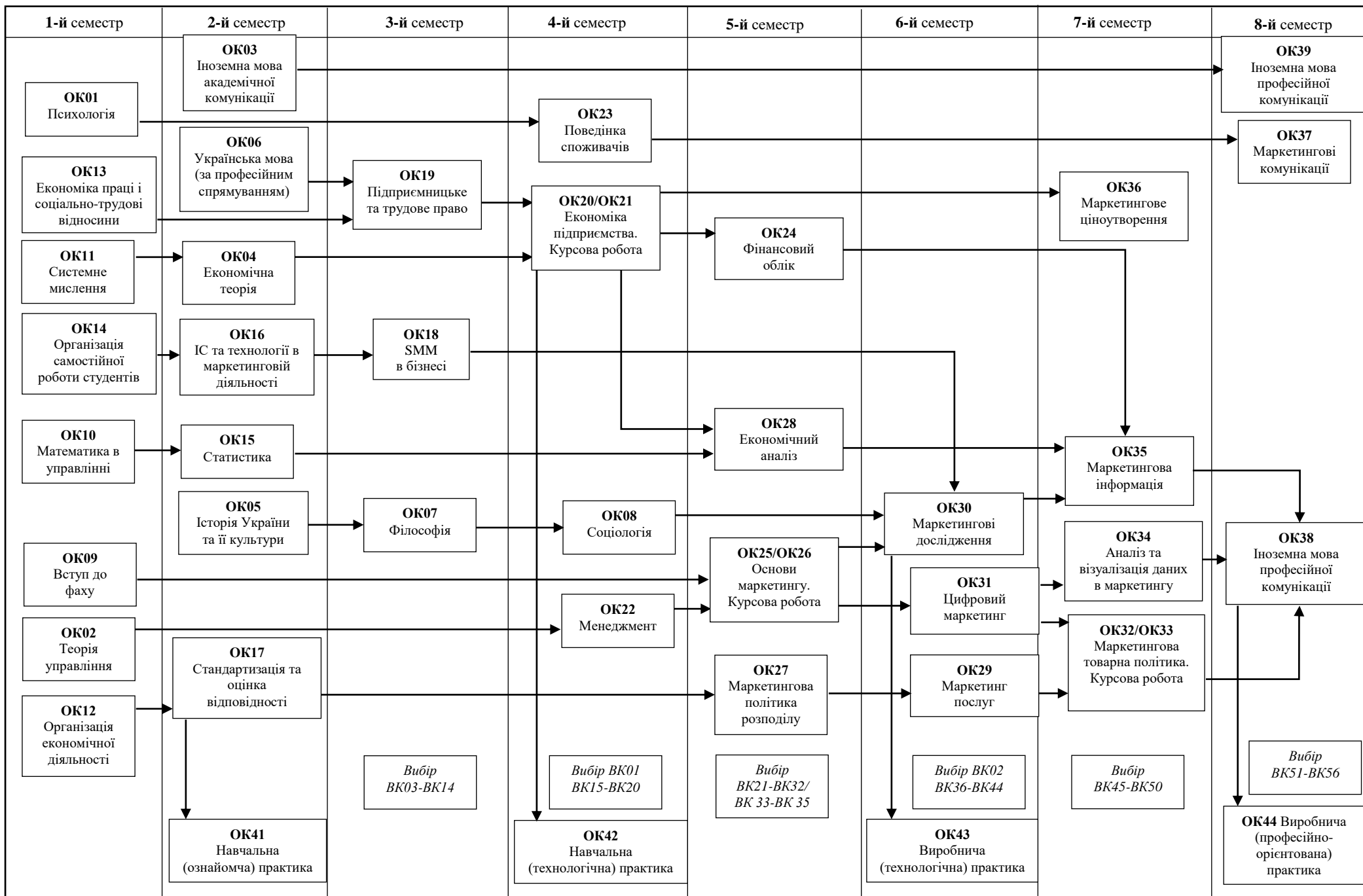
Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	4	5	6
<b>1. Обов'язкові компоненти ОП</b>				
1.	OK01	Психологія	3	Екзамен
2.	OK02	Теорія управління	5	Екзамен
3.	OK03	Іноземна мова академічної комунікації	5	Диф. залік
4.	OK04	Економічна теорія	3	Екзамен
5.	OK05	Історія України та її культури	4	Екзамен
6.	OK06	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
7.	OK07	Філософія	3	Екзамен
8.	OK08	Соціологія	3	Залік
9.	OK09	Вступ до фаху	3	Залік
10.	OK10	Математика в управлінні	4	Екзамен
11.	OK11	Системне мислення	3	Залік
12.	OK12	Організація економічної діяльності	4	Екзамен
13.	OK13	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	Залік
14.	OK14	Організація самостійної роботи студентів	4	Залік
15.	OK15	Статистика	5	Екзамен
16.	OK16	Інформаційні системи та технології в маркетинговій діяльності	4	Залік
17.	OK17	Стандартизація та оцінка відповідності	3	Залік
18.	OK18	SMM в бізнесі	6	Екзамен
19.	OK19	Підприємницьке та трудове право	6	Екзамен
20.	OK20	Економіка підприємства	4	Екзамен
21.	OK21	Економіка підприємства (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
22.	OK22	Менеджмент	4	Екзамен
23.	OK23	Поведінка споживачів	4	Екзамен
24.	OK24	Фінансовий облік	3	Екзамен
25.	OK25	Основи маркетингу	5	Екзамен
26.	OK26	Основи маркетингу (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
27.	OK27	Маркетингова політика розподілу	4	Екзамен
28.	OK28	Економічний аналіз	3	Залік
29.	OK29	Маркетинг послуг	3	Екзамен
30.	OK30	Маркетингові дослідження	3	Екзамен
31.	OK31	Цифровий маркетинг	3	Екзамен
32.	OK32	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен
33.	OK33	Маркетингова товарна політика (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
34.	OK34	Аналіз та візуалізація даних в маркетингу	5	Екзамен
35.	OK35	Маркетингова інформація	5	Екзамен
36.	OK36	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
37.	OK37	Маркетингові комунікації	4	Екзамен

1	2	4	5	6
38.	OK38	Маркетинг промислового підприємства	4	Екзамен
39.	OK39	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
40.	OK40	CRM системи в бізнесі	4	Залік
41.	OK41	Навчальна (ознайомча) практика	3	Залік
42.	OK42	Навчальна (технологічна) практика	3	Залік
43.	OK43	Виробнича (технологічна) практика	9	Диф. залік
44.	OK44	Виробнича (переддипломна) практика	9	Диф. залік
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>			<b>180 кредитів</b>	
<b>2. Вибіркові компоненти ОП</b>				
45.	ВК 01	Загальноуніверситетський вибір	3	Залік
46.	ВК 02	Загальноуніверситетський вибір	3	Залік
47.	ВК 03	Креативне мислення	3	Залік
48.	ВК 04	Товарознавство непродовольчих товарів		
49.	ВК 05	<i>Вибір</i>		
50.	ВК 06	Економетрія	3	Залік
51.	ВК 07	Основи графічного дизайну		
52.	ВК 08	<i>Вибір</i>		
53.	ВК 09	Сталий розвиток територій	3	Залік
54.	ВК10	Політологія		
55.	ВК11	<i>Вибір</i>		
56.	ВК12	Основи веб-дизайну	3	Залік
57.	ВК13	Електронні інструменти бізнесу		
58.	ВК14	<i>Вибір</i>		
59.	ВК15	Товарознавство продовольчих товарів	3	Залік
60.	ВК16	Фінанси підприємств		
61.	ВК17	<i>Вибір</i>		
62.	ВК18	Соціальна відповідальність бізнесу	3	Залік
63.	ВК19	Мікроекономіка		
64.	ВК20	<i>Вибір</i>		
65.	ВК21	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
66.	ВК22	Моделі та методи прийняття управлінських рішень		
67.	ВК23	<i>Вибір</i>		
68.	ВК24	Основи критичного мислення	3	Залік
69.	ВК25	Конфліктологія та теорія переговорів		
70.	ВК26	<i>Вибір</i>		
71.	ВК27	Експертиза товарів та послуг	3	Залік
72.	ВК28	Договірне право		
73.	ВК29	<i>Вибір</i>		
74.	ВК30	Податкова система України	3	Залік
75.	ВК31	Організація підприємницької діяльності		
76.	ВК32	<i>Вибір</i>		
77.	ВК33	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
78.	ВК34	Страховання		
79.	ВК35	<i>Вибір</i>		
80.	ВК36	Інфраструктура товарного ринку	3	Залік
81.	ВК37	Психологія реклами		
82.	ВК38	<i>Вибір</i>		
83.	ВК39	Митна справа	3	Залік
84.	ВК40	Логістика		
85.	ВК41	<i>Вибір</i>		
86.	ВК42	Соціальна економіка	3	Залік
87.	ВК43	Управління витратами		
88.	ВК44	<i>Вибір</i>		
89.	ВК45	Іміджологія	3	Залік
90.	ВК46	Бізнес-планування		

1	2	4	5	6
91.	ВК47	<i>Вибір</i>		
92.	ВК48	Мерчандайзинг	3	Залік
93.	ВК49	Ризикологія		
94.	ВК50	<i>Вибір</i>		
95.	ВК51	Технології та реалізації івент-проектів	3	Залік
96.	ВК52	Маркетинг територій		
97.	ВК53	<i>Вибір</i>		
98.	ВК54	Міжнародний маркетинг	3	Залік
99.	ВК55	Лідерство та особистісний розвиток		
100	ВК56	<i>Вибір</i>		
<b>Загальний обсяг вибіркових компонент:</b>			<b>60 кредитів</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої програми:</b>			<b>240 кредитів</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



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

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамену і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація випускників освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі атестаційного екзамену.
<b>Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)</b>	Атестаційний екзамен (екзамени) має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

## 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	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	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
<b>Загальні компетентності - 14</b>				
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
<b>Спеціальні (фахові) компетентності - 14</b>				
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











## 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, у 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 ефективною 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



Інна ДЕЙНЕГА