

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

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр маркетингу

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ
РАДОЮ**

Голова вченої ради

Постоловський Р.М.

(протокол від «28» березня 2019 р.)

**Освітня програма вводить в дію з
«01» вересня 2019 р.**

Ректор проф. Постоловський Р.М.




(наказ № 66 / 01 / 01 від «09» квітня 2019 р.)

Рівне 2019 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми


РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ перший (бакалаврський)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 «Маркетинг»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «Управління та адміністрування»
КВАЛІФІКАЦІЯ Бакалавр маркетингу

Розробники програми:

1. Дейнега І. О., к.е.н., доцент 
2. Дейнега О. В., д.е.н., доцент 
3. Микитин Т.М., к.т.н., доцент 


ВНЕСЕНО

Кафедрою менеджменту
Протокол № 1 від «23» січня 2019 р.

Завідувач кафедри  доц. Т.М.Микитин


ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету документальних комунікацій і менеджменту
Протокол № 2 від «26» лютого 2019 р.

Голова вченої ради  доц. І.А. Юхименко-Назарук

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету
Протокол № від «28» березня 2019 р.

Голова вченої ради  проф. Р.М. Постолювський



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 спроектована відповідно до побажань стейкхолдерів та із врахуванням Стандарту вищої освіти України 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.

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою у складі:

Керівник робочої групи (*гарант освітньої програми*):

Дейнега І. О., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту.

Члени робочої групи:

1. Дейнега О. В., доктор економічних наук, доцент кафедри менеджменту.
2. Микитин Т. М., кандидат технічних наук, завідувач кафедри менеджменту.

Рецензенти:

1. Крикавський Євген Васильович – д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка»

2. Гладунов Олександр Варфоломійович – директор Рівненської обласної організації «Українська Асоціація Маркетингу»

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Рівненського державного гуманітарного університету.

1. Профіль освітньої програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Рівненський державний гуманітарний університет, кафедра менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Кваліфікація в дипломі: Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	---
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова (и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	На період навчання
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.rshu.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
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, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій і методів.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». <ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських

	рішень у сфері маркетингу. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Методи, методика та технології</i>: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Інструменти та обладнання</i>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна 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, маркетингова політика розподілу.
Особливості програми	Освітня програма розроблена з врахуванням досвіду підготовки бакалаврів маркетингу у провідних закладах вищої освіти та підготовки наукових кадрів зі споріднених спеціальностей у системі інститутів НАН України та національних дослідницьких університетів, а також Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010</i>	
Код	Назва
2419.2	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
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.
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Викладання проводиться у формі: лекції, мультимедійні лекції, інтерактивні лекції, семінари, практичні заняття, лабораторні роботи, самостійне навчання, індивідуальні заняття, консультації, підготовка кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Тестування, опитування, самоконтроль та самооцінка, контрольні роботи, курсові роботи, усні та письмові екзамени, заліки, захист звітів з практик, атестація (атестаційний екзамен або захист кваліфікаційної роботи).
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.

	<ol style="list-style-type: none"> 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.
<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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.
7- Програмні результати навчання (Р)	
	1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
	5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
	11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
	13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
	15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
	16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
	17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
	18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, які здійснюють освітній процес, мають стаж науково-педагогічної діяльності понад два роки та рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів з п. 30 кадрових вимог Ліцензійних умов; мають кваліфікацію відповідно до спеціальності, яка підтверджується документом про освіту чи науковим ступенем із відповідної спеціальності або підтверджена науковою, науково-педагогічною, педагогічною чи іншою професійною діяльністю за відповідною спеціальністю за не менш як сімома видами чи результатами, переліченими в п. 30 кадрових вимог Ліцензійним умов.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості навчального процесу.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми з підготовки фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг» відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний і змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях, необхідних для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти й науковими установами України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та зарубіжними освітніми закладами.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе

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

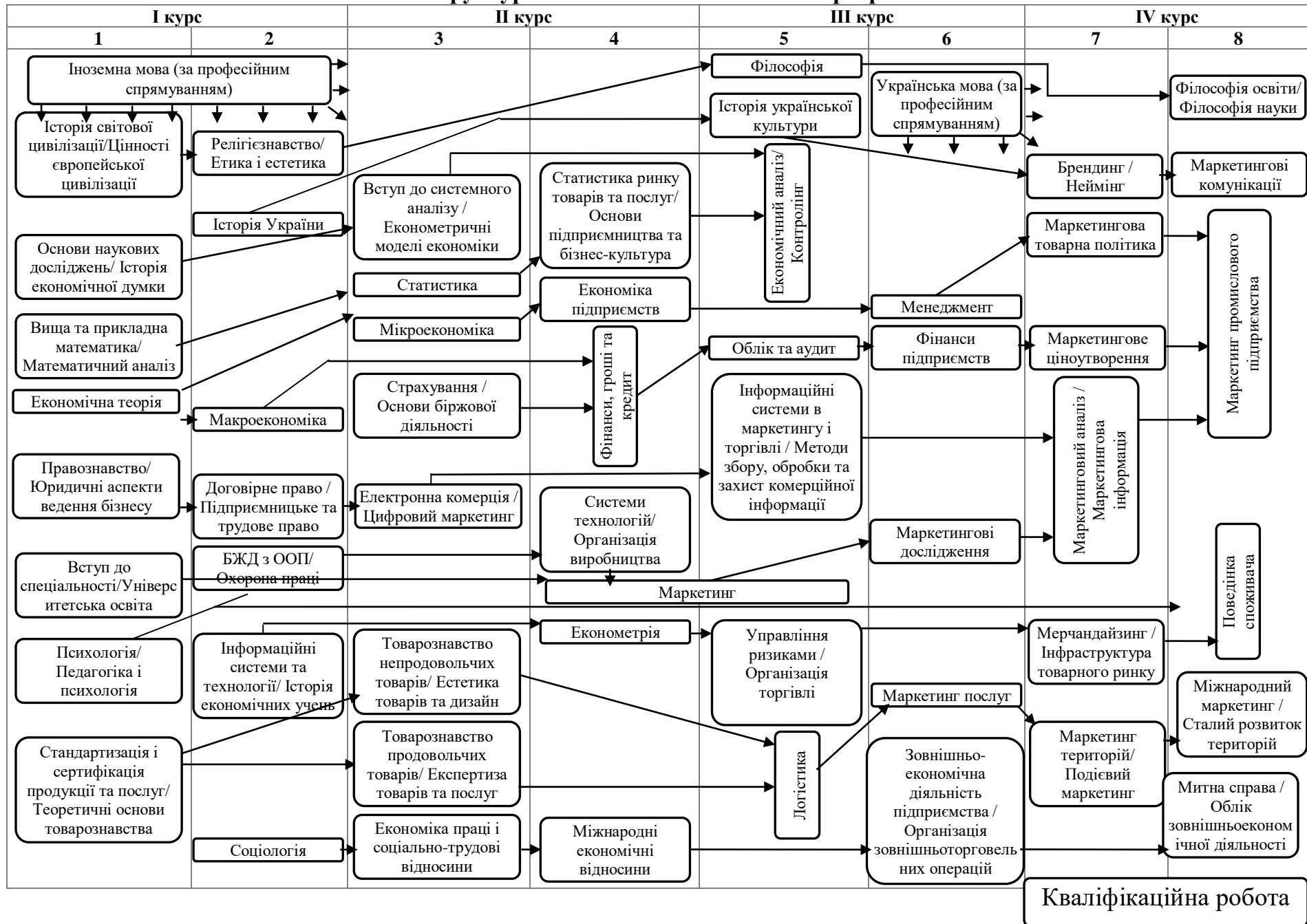
2.1 Перелік компонент ОП

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	4	5	6
1. Обов'язкові компоненти ОП				
1.	ОК 1	Історія України	3	Екзамен
2.	ОК 2	Історія української культури	3	Екзамен
3.	ОК 3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
4.	ОК 4	Економічна теорія	6	Екзамен
5.	ОК 5	Мікроекономіка	3	Екзамен
6.	ОК 6	Макроекономіка	3	Залік
7.	ОК 7	Філософія	3	Екзамен
8.	ОК 8	Менеджмент	4	Екзамен
9.	ОК 9	Економіка підприємств	5	Екзамен, курсова робота
10.	ОК10	Маркетинг	11	Екзамен, курсова робота
11.	ОК11	Фінанси, гроші та кредит	4,5	Екзамен

12.	OK12	Фінанси підприємств	4	Екзамен
13.	OK13	Облік та аудит	5	Екзамен
14.	OK14	Економетрія	3	Залік
15.	OK15	Економіка праці і соціально-трудові відносини	3	Залік
16.	OK16	Міжнародні економічні відносини	4	Залік
17.	OK17	Статистика	5	Екзамен
18.	OK18	Соціологія	3	Залік
19.	OK19	Логістика	3	Залік
20.	OK20	Маркетинг послуг	6	Екзамен
21.	OK21	Поведінка споживача	5	Екзамен
22.	OK22	Маркетингові дослідження	6	Екзамен
23.	OK23	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен, курсова робота
24.	OK24	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
25.	OK25	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
26.	OK26	Маркетингові комунікації	5	Екзамен
27.	OK27	Навчальна практика (ознайомча)	3	Залік
28.	OK28	Виробнича практика (технологічна)	6	Залік
29.	OK29	Виробнича практика (переддипломна)	6	Залік
30.	OK30	Дипломування (підготовка кваліфікаційної роботи)	6	Захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			137,5	кредита
31.	ВК 1	Правознавство	3	Залік
32.	ВК 2	Юридичні аспекти ведення бізнесу		
33.	ВК 3	Психологія	3	Екзамен
34.	ВК 4	Педагогіка і психологія		
35.	ВК 5	Вища та прикладна математика	6	Екзамен
36.	ВК 6	Математичний аналіз		
37.	ВК 7	БЖД з ООП	3	Диф. залік
38.	ВК 8	Охорона праці		
39.	ВК 9	Інформаційні системи та технології	3	Екзамен
40.	ВК10	Історія економічних учень		
41.	ВК11	Системи технологій	6	Залік
42.	ВК 12	Організація виробництва		
43.	ВК13	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Екзамен
44.	ВК14	Релігієзнавство	3	Залік
45.	ВК15	Етика і естетика		
46.	ВК16	Історія світової цивілізації	3	Залік
47.	ВК17	Цінності європейської цивілізації		
48.	ВК18	Філософія освіти	3	Залік
49.	ВК19	Філософія науки		
50.	ВК20	Основи наукових досліджень	4,5	Залік
51.	ВК21	Історія економічної думки		
52.	ВК22	Вступ до спеціальності	3	Залік
53.	ВК23	Університетська освіта		
54.	ВК24	Стандартизація і сертифікація продукції та послуг	3	Залік
55.	ВК25	Теоретичні основи товарознавства		
56.	ВК26	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
57.	ВК27	Основи підприємництва та бізнес-культура		

58.	ВК28	Товарознавство непродовольчих товарів	3	Залік
59.	ВК29	Естетика товарів та дизайн		
60.	ВК30	Товарознавство продовольчих товарів	3	Залік
61.	ВК31	Експертиза товарів та послуг		
62.	ВК32	Економічний аналіз	3	Залік
63.	ВК33	Контролінг		
64.	ВК34	Маркетинг територій	3	Залік
65.	ВК35	Подієвий маркетинг		
66.	ВК36	Управління ризиками	3	Залік
67.	ВК37	Організація торгівлі		
68.	ВК38	Електронна комерція	3	Залік
69.	ВК39	Цифровий маркетинг		
70.	ВК40	Мерчандайзинг	3	Залік
71.	ВК41	Інфраструктура товарного ринку		
72.	ВК42	Договірне право	3	Залік
73.	ВК43	Підприємницьке та трудове право		
74.	ВК44	Маркетинговий аналіз	4	Залік
75.	ВК45	Маркетингова інформація		
76.	ВК46	Брендинг	3	Залік
77.	ВК47	Неймінг		
78.	ВК48	Страхування	3	Залік
79.	ВК49	Основи біржової діяльності		
80.	ВК50	Інформаційні системи в маркетингу і торгівлі	3	Залік
81.	ВК51	Методи збору, обробки та захист комерційної інформації		
82.	ВК52	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	Залік
83.	ВК53	Організація зовнішньоторговельних операцій		
84.	ВК54	Вступ до системного аналізу	3	Залік
85.	ВК55	Економетричні моделі економіки		
86.	ВК56	Міжнародний маркетинг	3	Залік
87.	ВК 57	Сталий розвиток територій		
88.	ВК58	Митна справа	3	Залік
89.	ВК 59	Облік зовнішньоекономічної діяльності		
Загальний обсяг вибірових компонент:			102,5 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 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту 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 075 «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>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.</p> <p>У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування</p> <p>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.</p>

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 нефаківців 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
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

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	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	ОК23	ОК24	ОК25	ОК 26	ОК27	ОК 28	ОК 29	ОК 30		
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	•																	•				•						•	•	•	•	
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								•		•										•		•		•			•			•	•	

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

	ОК1	ОК 2	ОК3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	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	ОК23	ОК24	ОК25	ОК 26	ОК27	ОК 28	ОК 29	ОК 30
P1										•										•					•					
P2				•	•	•				•	•	•	•	•			•			•					•		•		•	
P3										•					•	•									•		•		•	•
P4									•	•	•	•	•	•	•		•							•			•		•	
P5										•	•	•						•		•	•				•	•		•	•	
P6								•	•				•		•				•				•	•	•				•	•
P7														•					•							•	•		•	•
P8																					•			•						•
P9								•	•					•			•					•	•					•	•	•
P10							•	•	•		•	•					•			•		•	•			•			•	•
P11				•	•	•	•								•													•		
P12	•	•	•																											•
P13				•	•	•															•						•	•	•	•
P14								•										•				•		•			•	•	•	
P15	•	•	•													•		•			•						•			
P16																											•	•		•
P17			•					•								•											•	•		•
P18		•					•																			•	•			

Продовження матриці 5

	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4	БК 5	БК 6	БК 7	БК 8	БК 9	БК 10	БК 11	БК 12	БК 13	БК 14	БК 15	БК 16	БК 17	БК 18	БК 19	БК 20	БК 21	БК 22	БК 23	БК 24	БК 25	БК 26	БК 27	
P1																						•	•					
P2					•	•												•	•	•						•	•	
P3																												
P4					•	•																				•	•	
P5			•	•										•	•								•	•				
P6											•																	
P7									•																			
P8											•	•													•	•		
P9	•	•			•	•																				•	•	
P10																		•	•	•					•	•	•	•
P11										•	•	•				•	•					•			•	•		
P12																											•	
P13	•	•						•	•																		•	
P14																												
P15	•	•						•	•		•			•	•	•	•					•						
P16													•															
P17													•															
P18	•	•	•	•										•	•	•	•	•	•	•	•							

Продовження матриці 5

	БК 28	БК 29	БК 30	БК 31	БК 32	БК 33	БК 34	БК 35	БК 36	БК 37	БК 38	БК 39	БК 40	БК 41	БК 42	БК 43	БК 44	БК 45	БК 46	БК 47	БК 48	БК 49	БК 50	БК 51	БК 52	БК 53	БК 54	БК 55	БК 56	БК 57	БК 58	БК 59			
P1														•								•													
P2					•	•	•	•									•	•	•	•							•	•							
P3										•	•	•	•	•								•									•	•			
P4					•	•	•	•	•								•	•	•	•	•							•	•						
P5														•				•	•	•		•			•	•			•	•					
P6														•								•									•	•			
P7											•	•											•	•				•							
P8	•	•	•	•					•				•									•													
P9					•	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•					•	•				•	•						
P10	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•				•	•	•	•			•	•											
P11	•	•	•	•																															
P12							•	•		•	•	•	•						•	•															
P13															•	•																			
P14													•							•	•														
P15															•	•								•	•				•	•					
P16																						•	•												
P17																			•	•															
P18															•	•									•	•			•	•					

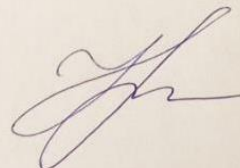
6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Рівненському державному гуманітарному університеті функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) може за поданням Рівненським державним гуманітарним університетом оцінюватися Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

Гарант освітньої програми



доц. Дейнега І. О.