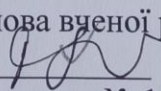


ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»


першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ

Голова вченої ради
 проф. Р.М. Постолювський
(протокол № 11 від «24» грудня 2020 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з 01.09.2021 р.

В. о. ректора  проф. Немеш О.М.
(наказ № 240-01-01 від «28» грудня 2020 р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

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

Розробники програми:

Гарант ОПП _____ д. е. н., проф. Дейнега І. О.

Член робочої групи _____ д. е. н., проф. Дейнега О. В.

Член робочої групи _____ к. т. н., доц. Микитин Т.М.

ВНЕСЕНО

Кафедрою економіки та управління бізнесом

Протокол № 12 від «16» листопада 2020 р.

Т. в. о. завідувача кафедри _____ проф. І. О. Дейнега

ПОГОДЖЕНО:

Навчально-методична комісія факультету ДКМТФ

Протокол № 2 від «24» листопада 2020 р.

Голова НМК _____ доц. О. Р. Савченко

Т. в.о. декана факультету ДКМТФ _____ проф. І. А. Юхименко-Назарук

Голова НМР _____ проф. І. С. 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 за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.) робочою групою у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Дейнега Інна Олександрівна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

Члени робочої групи:

1. **Дейнега Олександр Вікторович**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

2. **Микитин Тарас Миронович**, кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

Стейкхолдери:

1. Крикавський Є. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка» (рецензія додається).

2. Стрибулевич Л. Л. директор ТзОВ «СТЕМП» (рецензія додається).

3. Луцик В. Б. директор ТОВ фірми «ОСТВА» (рецензія додається).

1. Профіль освітньої програми бакалавра зі спеціальності 075 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 – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра. Одиночний. Обсяг освітньої програми реалізується за трьома термінами навчання: 240 кредитів ЄКТС – 3 роки 10 місяців; 180 кредитів – 2 роки 10 місяців; 120 кредитів ЄКТС – 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	---
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти – термін навчання 3 роки 10 місяців; ОС «молодший бакалавр», ОКР «молодший спеціаліст» (споріднені спеціальності) – термін навчання 1 рік 10 місяців; ОС «молодший бакалавр», ОКР «молодший спеціаліст» (інші спеціальності) – термін навчання 2 роки 10 місяців
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

	<p>маркетингової діяльності.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <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. • <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики 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.
Особливості програми	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.
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 у системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання на засадах студентоцентрованого та компетентісно-орієнтованого навчання із використанням мультимедійних лекцій, практичних занять, консультацій, виконання курсових робіт, проходження практик, самонавчання на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет.
Оцінювання	Усні та письмові екзамени, заліки, тестовий контроль; захист звітів з практик та курсових робіт, атестація (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)	<ol style="list-style-type: none"> 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.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<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.

	<p>12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
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	Рівень освітньої та професійної кваліфікації професорсько-викладацького складу, які забезпечують реалізацію освітньої програми, відповідає державним 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	Використання інформаційного освітнього середовища Рівненського державного гуманітарного університету та авторських розробок професорсько-викладацького складу.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти.
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

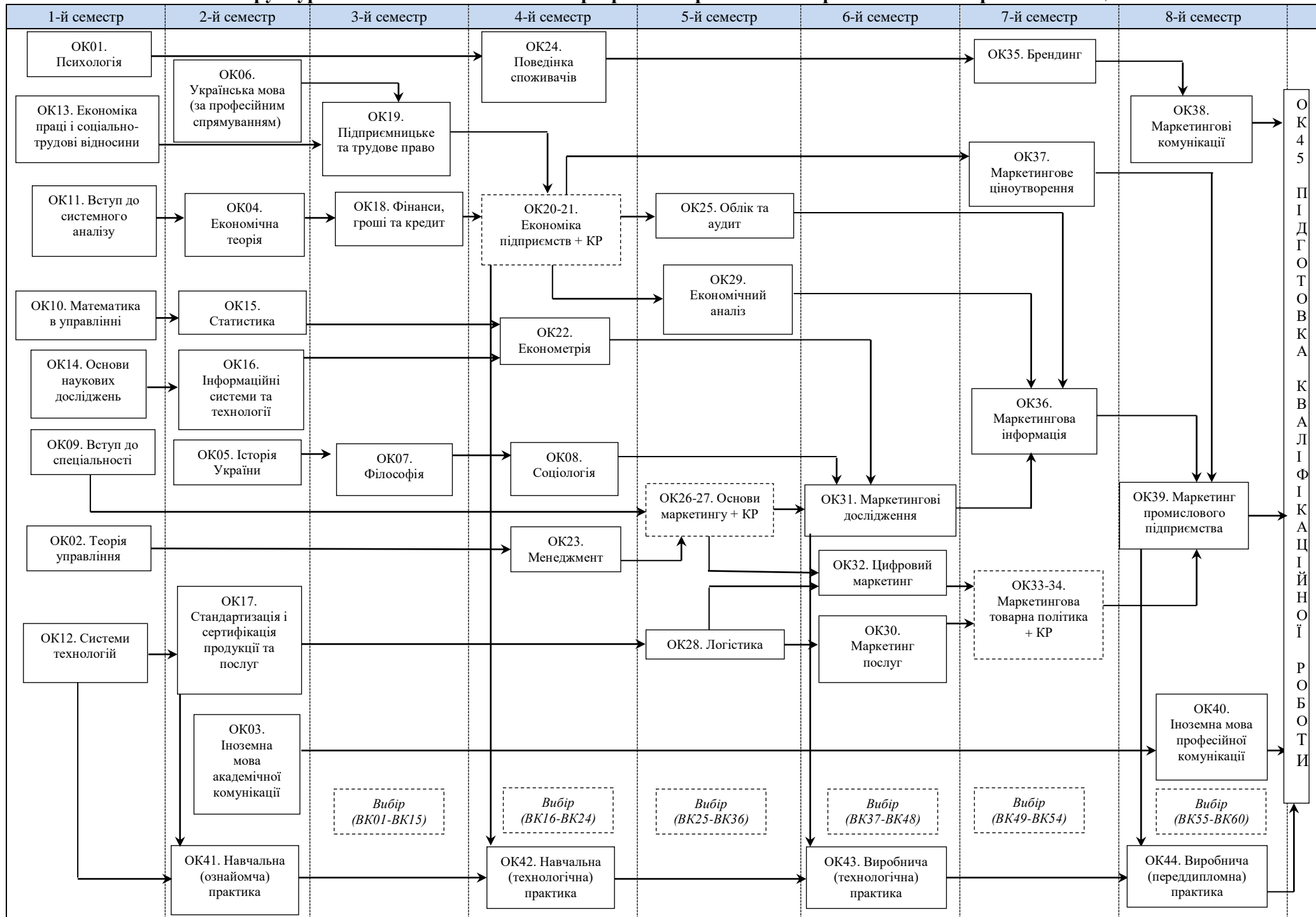
Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

№ з/п	Код н/д	Компоненти 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.	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	3	Екзамен
6.	OK06	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
7.	OK07	Філософія	3	Екзамен
8.	OK08	Соціологія	3	Залік
9.	OK09	Вступ до спеціальності	3	Залік
10.	OK10	Математика в управлінні	4	Екзамен
11.	OK11	Вступ до системного аналізу	3	Залік
12.	OK12	Системи технологій	4	Екзамен
13.	OK13	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	Залік
14.	OK14	Основи наукових досліджень	4	Залік
15.	OK15	Статистика	5	Екзамен
16.	OK16	Інформаційні системи та технології	4	Залік
17.	OK17	Стандартизація і сертифікація продукції та послуг	4	Залік

1	2	4	5	6
18.	OK18	Фінанси, гроші та кредит	6	Екзамен
19.	OK19	Підприємницьке та трудове право	6	Екзамен
20.	OK20	Економіка підприємств	3	Екзамен
21.	OK21	Економіка підприємств (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
22.	OK22	Економетрія	3	Екзамен
23.	OK23	Менеджмент	3	Екзамен
24.	OK24	Поведінка споживачів	3	Екзамен
25.	OK25	Облік та аудит	3	Екзамен
26.	OK26	Основи маркетингу	5	Екзамен
27.	OK27	Основи маркетингу	3	Захист курсової роботи
28.	OK28	Логістика	4	Екзамен
29.	OK29	Економічний аналіз	3	Залік
30.	OK30	Маркетинг послуг	4	Екзамен
31.	OK31	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
32.	OK32	Цифровий маркетинг	4	Екзамен
33.	OK33	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен
34.	OK34	Маркетингова товарна політика (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
35.	OK35	Брендинг	5	Екзамен
36.	OK36	Маркетингова інформація	5	Екзамен
37.	OK37	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
38.	OK38	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
39.	OK39	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
40.	OK40	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
41.	OK41	Навчальна (ознайомча) практика	3	Залік
42.	OK42	Навчальна (технологічна) практика	3	Залік
43.	OK43	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
44.	OK44	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
45.	OK 45	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			180 кредитів	
2. Вибіркові компоненти ОП				
46.	ВК 01	Релігієзнавство	3	Залік
47.	ВК 02	Етика і естетика		
48.	ВК 03	<i>Вільний вибір</i>		
49.	ВК 04	Історія української культури	3	Залік
50.	ВК 05	Цінності європейської цивілізації		
51.	ВК 06	<i>Вільний вибір</i>		
52.	ВК 07	БЖД з ООП	3	Залік
53.	ВК 08	Експертиза товарів та послуг		
54.	ВК 09	<i>Вільний вибір</i>		
55.	ВК10	Мікроекономіка	3	Залік
56.	ВК11	Міжнародні економічні організації		
57.	ВК 12	<i>Вільний вибір</i>		
58.	ВК13	Соціальна відповідальність бізнесу	3	Залік
59.	ВК14	Державне та регіональне управління		
60.	ВК15	<i>Вільний вибір</i>		
61.	ВК16	Політологія	3	Залік
62.	ВК17	Сталий розвиток територій		
63.	ВК18	<i>Вільний вибір</i>		
64.	ВК19	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
65.	ВК20	Фінанси підприємств		
66.	ВК21	<i>Вільний вибір</i>		
67.	ВК22	Історія світової цивілізації	3	Залік
68.	ВК23	Університетська освіта		

1	2	4	5	6
69.	ВК24	<i>Вільний вибір</i>		
70.	ВК25	Товарознавство непродовольчих товарів		
71.	ВК26	Моделі та методи прийняття управлінських рішень/	3	Залік
72.	ВК27	<i>Вільний вибір</i>		
73.	ВК28	Підприємництво і бізнес-культура		
74.	ВК29	Біржова діяльність	3	Залік
75.	ВК30	<i>Вільний вибір</i>		
76.	ВК31	Товарознавство продовольчих товарів	3	
77.	ВК32	Договірне право		Залік
78.	ВК33	<i>Вільний вибір</i>		
79.	ВК34	Управління комерційною діяльністю	3	
80.	ВК35	Організація торгівлі		Залік
81.	ВК36	<i>Вільний вибір</i>		
82.	ВК37	Статистика ринку товарів та послуг	3	
83.	ВК38	Економетричні моделі економіки		Залік
84.	ВК39	<i>Вільний вибір</i>		
85.	ВК40	Електронна комерція	3	
86.	ВК41	Неймінг		Залік
87.	ВК42	<i>Вільний вибір</i>		
88.	ВК43	Митна справа	3	
89.	ВК44	Страхування		Залік
90.	ВК45	<i>Вільний вибір</i>		
91.	ВК46	Соціальна економіка	3	
92.	ВК47	Філософія науки		Залік
93.	ВК48	<i>Вільний вибір</i>		
94.	ВК49	Бізнес-планування		
95.	ВК50	Управління витратами	3	Залік
96.	ВК51	<i>Вільний вибір</i>		
97.	ВК52	Мерчандайзинг	3	Залік
98.	ВК53	Ризикологія		
99.	ВК54	<i>Вільний вибір</i>		
100.	ВК55	Маркетинг територій		
101.	ВК56	Міжнародні економічні відносини	3	Залік
102.	ВК57	<i>Вільний вибір</i>		
103.	ВК58	Міжнародний маркетинг		
104.	ВК59	Міжнародна торгівля		Залік
105.	ВК60	<i>Вільний вибір</i>	3	
Загальний обсяг вибіркового компонента:			60 кредитів	
Загальний обсяг освітньої програми:			240 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми. Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

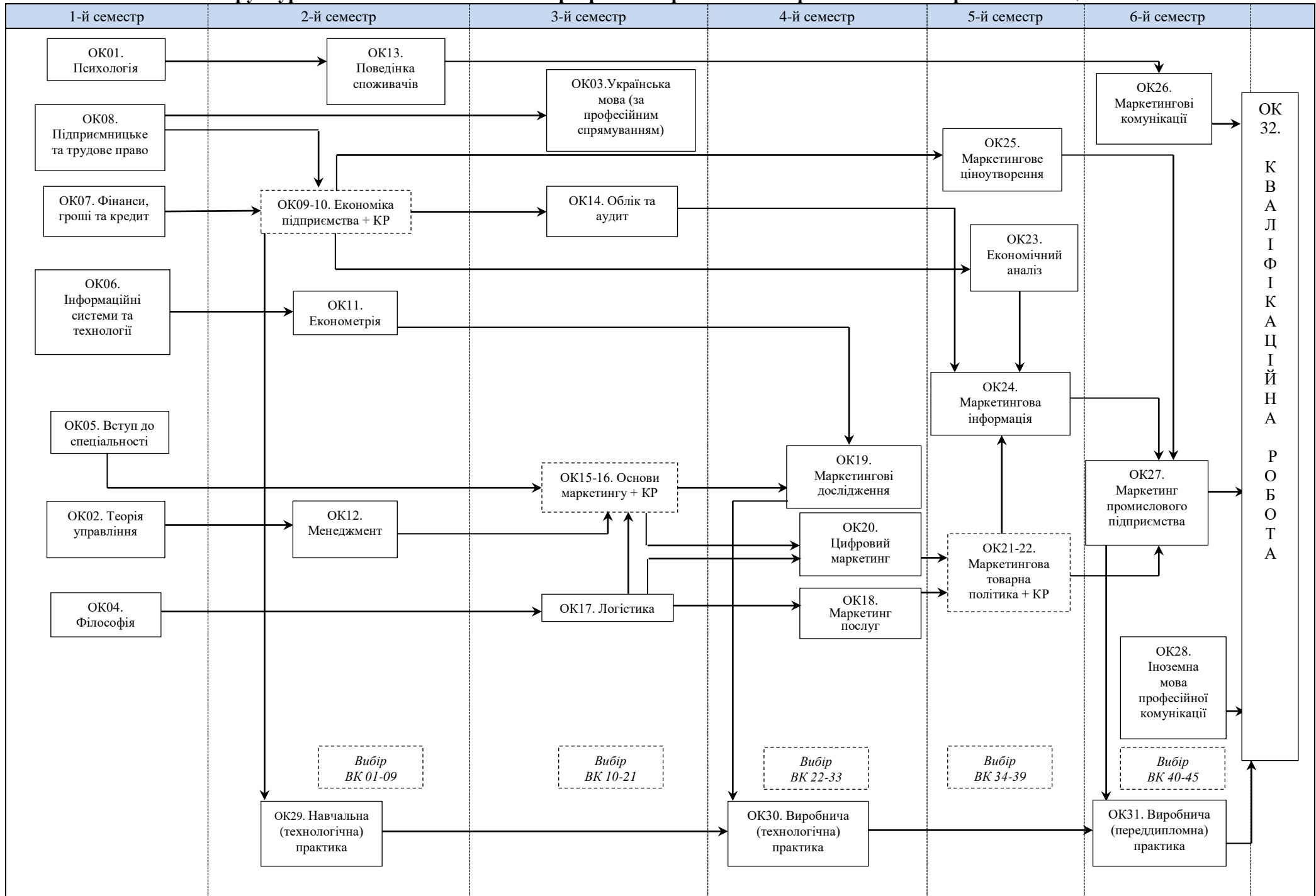


**2.3. Перелік компонент освітньо-професійної програми
Нормативний термін навчання 2 роки 10 місяців**

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти				
<i>Цикл загальної підготовки</i>				
1	OK01	Психологія	3	Екзамен
2	OK02	Теорія управління	5	Екзамен
3	OK03	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
4	OK04	Філософія	3	Екзамен
<i>Цикл професійної підготовки</i>				
5	OK05	Вступ до спеціальності	3	Залік
6	OK06	Інформаційні системи та технології	4	Залік
7	OK07	Фінанси, гроші та кредит	6	Екзамен
8	OK08	Підприємницьке та трудове право	6	Залік
9	OK09	Економіка підприємств	4	Екзамен
10	OK10	Економіка підприємств (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
11	OK11	Економетрія	3	Екзамен
12	OK12	Менеджмент	4	Екзамен
13	OK13	Поведінка споживачів	4	Екзамен
14	OK14	Облік та аудит	3	Екзамен
15	OK15	Основи маркетингу	6	Екзамен
16	OK16	Основи маркетингу (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
17	OK17	Логістика	3	Екзамен
18	OK18	Маркетинг послуг	5	Екзамен
19	OK19	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
20	OK20	Цифровий маркетинг	5	Екзамен
21	OK21	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
22	OK22	Маркетингова товарна політика (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
23	OK23	Економічний аналіз	5	Екзамен
24	OK24	Маркетингова інформація	5	Екзамен
25	OK25	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
26	OK26	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
27	OK27	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
28	OK28	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
29	OK29	Навчальна (технологічна) практика	3	
30	OK30	Виробнича (технологічна) практика	3	Диф. залік
31	OK31	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
32	OK32	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист КР
Загальний обсяг обов'язкових компонент			135	
Вибіркові компоненти				
33	BK01	Політологія	3	Залік
34	BK02	Сталий розвиток територій		
35	BK03	Вільний вибір		

1	2	3	4	5
34	ВК04	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
35	ВК05	Економетрія		
36	ВК06	<i>Вільний вибір</i>		
37	ВК07	Історія світової цивілізації	3	Залік
38	ВК08	Університетська освіта		
39	ВК09	<i>Вільний вибір</i>		
40	ВК10	Товарознавство непродовольчих товарів	3	Залік
41	ВК11	Моделі та методи прийняття управлінських рішень		
42	ВК12	<i>Вільний вибір</i>		
43	ВК13	Мерчандайзинг	3	Залік
44	ВК14	Підприємництво і бізнес-культура		
45	ВК15	<i>Вільний вибір</i>		
46	ВК16	Товарознавство продовольчих товарів	3	Залік
47	ВК17	Договірне право		
48	ВК18	<i>Вільний вибір</i>		
39	ВК19	Управління комерційною діяльністю	3	Залік
40	ВК20	Організація торгівлі		
41	ВК21	<i>Вільний вибір</i>		
42	ВК22	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
43	ВК23	Економетричні моделі економіки		
44	ВК24	<i>Вільний вибір</i>		
45	ВК25	Електронна комерція	3	Залік
46	ВК26	Неймінг		
47	ВК27	<i>Вільний вибір</i>		
48	ВК28	Митна справа	3	Залік
49	ВК29	Страховання		
50	ВК30	<i>Вільний вибір</i>		
51	ВК31	Соціальна економіка	3	Залік
52	ВК32	Філософія науки		
53	ВК33	<i>Вільний вибір</i>		
54	ВК34	Бізнес-планування	3	Залік
55	ВК35	Управління витратами		
56	ВК36	<i>Вільний вибір</i>		
57	ВК37	Брендинг	3	Залік
58	ВК38	Ризикологія		
59	ВК39	<i>Вільний вибір</i>		
60	ВК40	Маркетинг територій	3	Залік
61	ВК41	Міжнародні економічні відносини		
62	ВК42	<i>Вільний вибір</i>		
63	ВК43	Міжнародний маркетинг	3	Залік
64	ВК44	Міжнародна торгівля		
65	ВК45	<i>Вільний вибір</i>		
Загальний обсяг вибіркового компонента			45	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			180	

2.4. Структурно-логічна схема освітньої програми. Нормативний термін навчання 2 роки 10 місяців

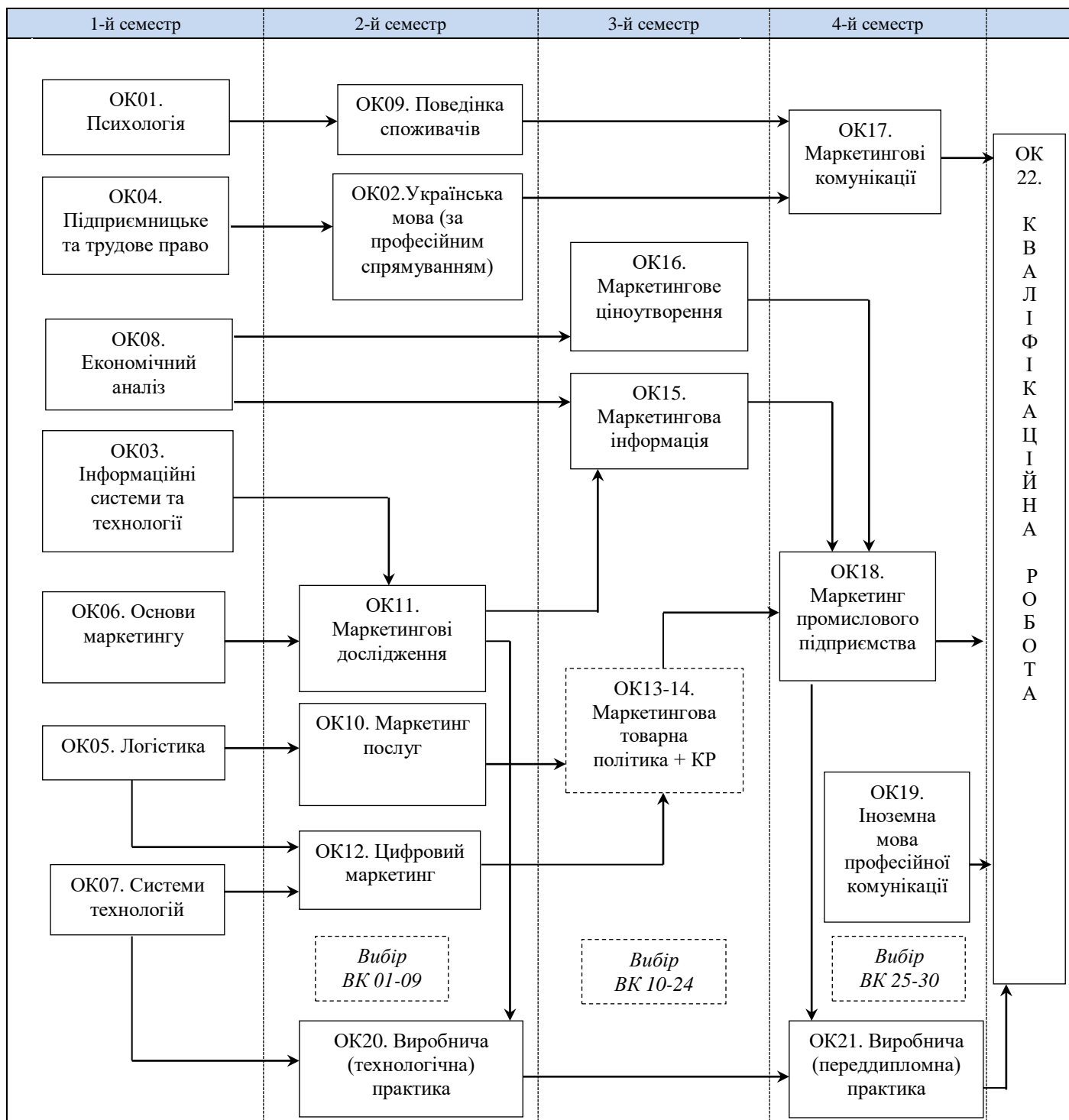


**2.5. Перелік компонент освітньо-професійної програми
Нормативний термін навчання 1 рік 10 місяців**

№ з/п	Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумковог о контролю
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти				
1.	OK01	Психологія	3	Екзамен
2.	OK02	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
3.	OK03	Інформаційні системи та технології	4	Залік
4.	OK04	Підприємницьке та трудове право	5	Залік
5.	OK05	Логістика	4	Залік
6.	OK06	Основи маркетингу	5	Екзамен
7.	OK07	Системи технологій	4	Залік
8.	OK08	Економічний аналіз	5	Екзамен
9.	OK09	Поведінка споживачів	4	Залік
10.	OK10	Маркетинг послуг	3	Екзамен
11.	OK11	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
12.	OK12	Цифровий маркетинг	4	Екзамен
13.	OK13	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
14.	OK14	Маркетингова товарна політика (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
15.	OK15	Маркетингова інформація	5	Екзамен
16.	OK16	Маркетингове ціноутворення	3	Екзамен
17.	OK 17	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
18.	OK 18	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
19.	OK 19	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
20.	OK 20	Виробнича практика (технологічна)	3	Диф. залік
21.	OK 21	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
22.	OK 22	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист КР
Загальний обсяг обов'язкових компонент			90	
Вибіркові компоненти				
24.	VK01	Електронна комерція	3	Залік
25.	VK02	Неймінг		
26.	VK03	<i>Вільний вибір</i>		
27.	VK04	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
28.	VK05	Економетричні моделі економіки		
29.	VK06	<i>Вільний вибір</i>		
30.	VK07	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
31.	VK08	Страховання		
32.	VK09	<i>Вільний вибір</i>		
33.	VK10	Історія української культури	3	Залік
34.	VK11	Цінності європейської цивілізації		
35.	VK12	<i>Вільний вибір</i>		
36.	VK13	Бізнес-планування	3	Залік
37.	VK14	Управління витратами		
38.	VK15	<i>Вільний вибір</i>		
39.	VK16	Брендинг	3	Залік
40.	VK17	Мерчандайзинг		
41.	VK18	<i>Вільний вибір</i>		
42.	VK19	Товарознавство непродовольчих товарів	3	Залік

1	2	3	4	5
43	ВК20	Моделі та методи прийняття управлінських рішень		
44	ВК21	<i>Вільний вибір</i>		
45	ВК22	Товарознавство продовольчих товарів		
46	ВК23	Договірне право	3	Залік
47	ВК24	<i>Вільний вибір</i>		
48	ВК25	Маркетинг територій		
49	ВК26	Міжнародні економічні відносини	3	Залік
50	ВК27	<i>Вільний вибір</i>		
51	ВК28	Міжнародний маркетинг		
52	ВК29	Міжнародна торгівля	3	Залік
53	ВК30	<i>Вільний вибір</i>		
Загальний обсяг вибіркового компонента			30	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			120	

**2.4. Структурно-логічна схема освітньої програми.
 Нормативний термін навчання 1 рік 10 місяців**



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.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної 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	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
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

4.1. Нормативний термін навчання 3 роки 10 місяців

	OK01	OK 02	OK 03	OK 04	OK05	OK 06	OK 07	OK 08	OK 09	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK23	OK24	OK25	OK 26	OK27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	OK32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38	OK 39	OK 40	OK 41	OK 42	OK 43	OK 44	OK 45						
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																												+											+								+	+			

4.2. Нормативний термін навчання 2 роки 10 місяців

	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	
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	+	+			+			+					+	+	+															+	+	+	+
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																+									+						+	+	

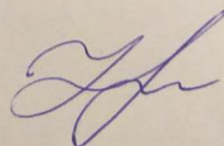
6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

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



проф. Дейнега І. О.