

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«МАРКЕТИНГ»


другого (магістерського) рівня вищої освіти

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

ЗАТВЕРДЖЕНО  
ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ

Голова вченої ради  
 Роман ПАВЕЛКІВ  
(протокол №9 від «12» вересня 2024 р.)

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

 Роман ПАВЕЛКІВ  
(наказ № 63-0101 від «13» вересня 2024 р.)

Рівне – 2024 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ  
освітньо-професійної програми**

**«Маркетинг»**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Другий
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
КВАЛІФІКАЦІЯ	Магістр маркетингу

**ВНЕСЕНО**


Гарант ОПП  Руслан СТРІЛЬЧУК

**Розробники програми:**

 Тарас МИКИТИН  
 Оксана ПАЛАМАРЧУК  
 Наталія ЯКУБОВСЬКА

Кафедрою економіки та управління бізнесом


Протокол № 8 від «27» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри економіки та управління бізнесом  Тетяна ПАНЮК


**ПОГОДЖЕНО:**

Навчально-методичною комісією факультету ДКМТФ

Протокол № 4 від «27» серпня 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 магістрів 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 другого (магістерського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.) робочою групою спеціальності 075 Маркетинг Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

*Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):*

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

*Члени робочої групи:*

1. **Микитин Тарас Миронович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

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

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

*Стейкхолдери:*

1. Зарічна О. В., д. е. н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (рецензія додається).

2. Мальчик М. В., д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування (рецензія додається).

3. Поліщук О. Т., директор доставки суши «MEOWCHI SUSHI» (рецензія додається).

4. Середюк Д. М., директор ТОВ «Салма-Фуд» (рецензія додається).

5. Ягуцин Ю. В., директор ТОВ «Рівненська фабрика кави» (рецензія додається).

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

# 1. Профіль освітньої програми магістра 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> магістр маркетингу <b>Кваліфікація в дипломі:</b> Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат № 6094 від 22.11.2023 р. Термін дії: до 21.11.2024 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
<b>Передумови</b>	НРК 6, НРК 7
<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/593-osvitni-prohramy-mahistr">https://www.rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/593-osvitni-prohramy-mahistr</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка професіоналів, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та / або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.	
<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.  <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 фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <i>Теоретичний зміст</i> предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері

	<p>маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики, та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, інновації, управління маркетингом, поведінкова економіка, комерційна діяльність.
<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>
1233	Керівники підрозділів маркетингу.
1234	Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю.
1475	Менеджер (управитель) з маркетингу.
2419	Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
2419.2	Консультант з маркетингу. Рекламист. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог). Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.
<b>Подальше навчання</b>	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у 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 курсової роботи, 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 курсової роботи, атестація (захист кваліфікаційної роботи).
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

	<p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<b>7- Програмні результати навчання (Р)</b>	
	<p>Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також</p>

	його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньої 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 України. 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 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>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе.

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

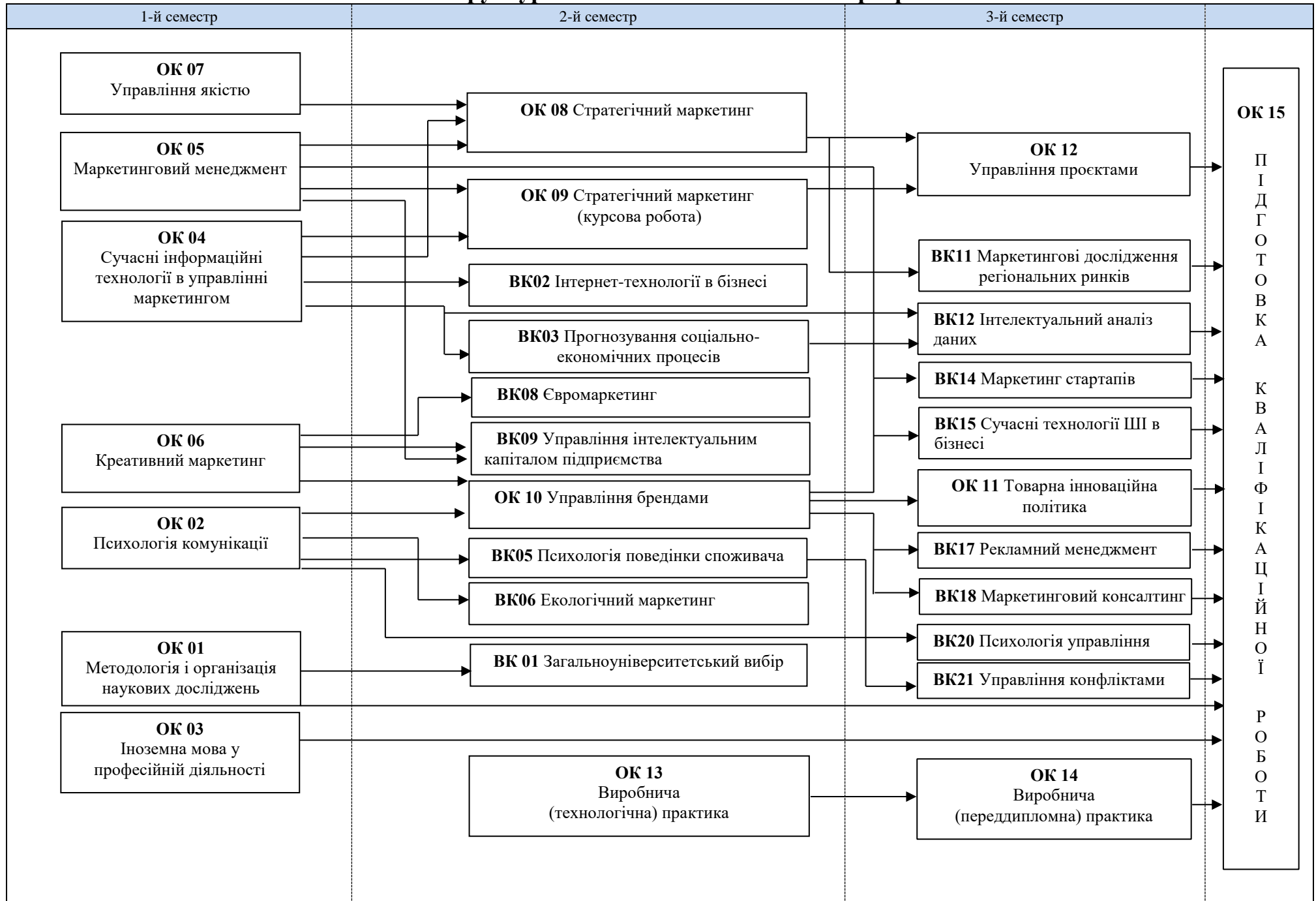
### 2.1 Перелік компонент ОП

№ з/п	Код н/д	Семестр	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4	5	6
<b>1. Обов'язкові компоненти ОП</b>					
1.	ОК 01	1	Методологія і організація наукових досліджень	4	Залік
2.	ОК 02	1	Психологія комунікації	4	Залік
3.	ОК 03	1	Іноземна мова у професійній діяльності	3	Екзамен
4.	ОК 04	1	Сучасні інформаційні технології в управлінні маркетингом	5	Залік
5.	ОК 05	1	Маркетинговий менеджмент	5	Екзамен
6.	ОК 06	1	Креативний маркетинг	4	Екзамен
7.	ОК 07	1	Управління якістю	4	Залік

1	2	3	4	5	6
8.	OK 08	2	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
9.	OK 09	2	Стратегічний маркетинг (курсва робота)	3	Захист курсової роботи
10.	OK10	2	Управління брендами	3	Екзамен
11.	OK11	3	Товарна інноваційна політика	5	Екзамен
12.	OK12	3	Управління проєктами	4	Екзамен
13.	OK13	2	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
14.	OK 14	3	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
15.	OK 15	3	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист кваліфікаційної роботи
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</b>				<b>66 кредитів</b>	
<b>2. Вибіркові компоненти</b>					
16.	ВК 01	2	Загальноуніверситетський вибір	3	Залік
17.	ВК 02	2	Інтернет-технології в бізнесі	3	Залік
18.	ВК 03		Прогнозування соціально-економічних процесів		
19.	ВК 04		<i>Вибір</i>		
20.	ВК 05	2	Психологія поведінки споживача	3	Екзамен
21.	ВК 06		Екологічний маркетинг		
22.	ВК07		<i>Вибір</i>		
23.	ВК 08	2	Євромаркетинг	3	Залік
24.	ВК09		Управління інтелектуальним капіталом підприємства		
25.	ВК 10		<i>Вибір</i>		
26.	ВК11	3	Маркетингові дослідження регіональних ринків	3	Залік
27.	ВК 12		Інтелектуальний аналіз даних		
28.	ВК 13		<i>Вибір</i>		
29.	ВК 14	3	Маркетинг стартапів	3	Залік
30.	ВК 15		Сучасні технології штучного інтелекту в бізнесі		
31.	ВК 16		<i>Вибір</i>		
32.	ВК 17	3	Рекламний менеджмент	3	Залік
33.	ВК 18		Маркетинговий консалтинг		
34.	ВК 19		<i>Вибір</i>		
35.	ВК 20	3	Психологія управління	3	Залік
36.	ВК 21		Управління конфліктами		
37.	ВК 22		<i>Вибір</i>		
<b>Загальний обсяг вибірових компонентів:</b>				<b>24 кредити</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої програми:</b>				<b>90 кредитів</b>	



## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



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

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті Рівненського державного гуманітарного університету, кафедри економіки та управління бізнесу 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 (7-й рівень, магістерський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання <b>ЗН1.</b> Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи <b>ЗН2.</b> Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	Уміння <b>УМ1.</b> Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог <b>УМ2.</b> Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	Комунікація <b>К1.</b> Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються <b>К2.</b> Використання іноземних мов у професійній діяльності	Автономія та відповідальність <b>АВ1.</b> Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування <b>АВ2.</b> Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди <b>АВ3.</b> Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
<b>Загальні компетентності - 14</b>				
<b>ЗК1</b>		<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>ЗК2</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ2</b>		<b>АВ1</b>
<b>ЗК3</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>ЗК4</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>		<b>АВ1</b>
<b>ЗК5</b>		<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ2</b>
<b>ЗК6</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ2</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>ЗК7</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ3</b>
<b>ЗК8</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ2</b>		<b>АВ3</b>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності - 14</b>				
<b>СК1</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ1</b>		<b>АВ3</b>
<b>СК2</b>	<b>ЗН2</b>			<b>АВ3</b>
<b>СК3</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ2</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>СК4</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ3</b>
<b>СК5</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ2</b>		<b>АВ1</b>
<b>СК6</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>СК7</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ2</b>
<b>СК8</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ2</b>
<b>СК9</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ2</b>	<b>К2</b>	<b>АВ3</b>

**Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей  
(7-й рівень, магістерський)**

Програмні результати навчання	Компетентності																		
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності									
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	
P1										+	+							+	
P2		+	+							+	+								+
P3		+						+		+				+					
P4		+	+		+											+	+	+	
P5								+		+		+							
P6		+							+	+	+					+		+	
P7			+	+									+	+	+			+	
P8			+			+							+						
P9		+								+			+			+		+	
P10		+	+													+	+	+	
P11								+						+	+	+	+		
P12		+							+					+			+	+	
P13		+		+										+	+	+	+		
P14					+	+										+		+	
P15								+						+	+		+		





## 6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

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

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Університету та в будь-який інший спосіб;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; інформування усіх зацікавлених сторін про стан якості освіти й освітньої діяльності Університету через інформаційні ресурси;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками Університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- організація і здійснення моніторингу якості вищої освіти та освітньої діяльності;
- організація опитувань (анкетувань тощо) суб'єктів освітнього процесу;
- координацію дій суб'єктів освітнього процесу щодо забезпечення якості освіти;
- інших процедур і заходів, спрямованих на забезпечення якості вищої освіти та якості освітньої діяльності в Університеті.

Гарант освітньо-професійної програми,  
керівник робочої групи



Руслан СТРИЛЬЧУК