


ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю	<u>075 Маркетинг</u>
галузі знань	<u>07 Управління та адміністрування</u>
кваліфікація:	<u>магістр маркетингу</u>

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.)


Рівне – 2021 р.


ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

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


Розробники програми:

Гарант ОПП _____  І. О. Дейнега, д. е. н., доцент, професор
кафедри менеджменту


Член робочої групи _____  О. В. Дейнега, д. е. н., доцент, професор
кафедри менеджменту

Член робочої групи _____  Т. М. Микитин Т.М., к. т. н., доцент, доцент
кафедри менеджменту

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 університету _____  проф. І. С. Войтович

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки здобувачів вищої освіти ОС «магістр» у галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг.

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):

Дейнега Інна Олександрівна, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом, 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. Назарук Е. В. директор ТзОВ «Рентбудсервіс» (рецензія додається).

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

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

1. Профіль освітньої програми магістра 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	Магістр, Магістр маркетингу.
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці.
Наявність акредитації	---
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень.
Передумови	Перший (бакалаврський) рівень, ОКР спеціаліст.
Мова (и) викладання	Українська.
Термін дії освітньої програми	На період навчання.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.rshu.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
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.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>Галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.</p> <p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><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.</p> <p><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>

	<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>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма другого (магістерського) рівня вищої освіти.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, логістика, інновації, управління маркетингом, поведінкова економіка, комерційна діяльність.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма передбачає використання набутих компетентностей при прийнятті управлінських рішень у сфері маркетингу. Потреба у поглибленому вивченні стратегічного маркетингу, логістичного менеджменту, маркетингового менеджменту, товарної інноваційної політики пов'язана з можливістю подальшого набуття дослідницьких навичок для наукової роботи. Продуктивне партнерство зі стейкхолдерами-організаціями дозволяє опанувати актуальні технології маркетингу на реальних прикладах, в т.ч. за рахунок: проходження виробничих практик на ринково орієнтованих підприємствах, написанні наукових робіт, презентації результатів власних досліджень на наукових конференціях, круглих столах, тренінгах, під час захисту курсової та кваліфікаційної робіт.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010

Код	Назва
*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.

Магістр маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт, а також посади заступників у тих видах діяльності, які у таблиці позначено “*”. Назви інших первинних посад визначаються у варіативних компонентах згідно з галузевими нормативними документами або штатними розкладами підприємств галузей з урахуванням принципів формування назв посад, викладених у нормативних документах сфери праці.

Подальше навчання Можливе подальше продовження освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти.

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання	Викладання на засадах студентоцентрованого та компетентнісно-орієнтованого навчання із використанням мультимедійних лекцій, практичних занять, консультацій, виконання курсових робіт, проходження практик, із залученням самоосвіти на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет.
Оцінювання	<i>Види контролю:</i> за рівнями: самоконтроль, контроль на рівні викладача, контроль на рівні завідувача кафедри, контроль на рівні деканату, контроль на рівні ректорату, державний контроль; за терміном

	<p>проведення: оперативний (вхідний, поточний, проміжний, підсумковий) та відтермінований.</p> <p><i>Форми контролю:</i> усне та письмове опитування; тестовий контроль; презентація науково-дослідної роботи; захист звітів з практик та курсової роботи, атестація (захист кваліфікаційної роботи).</p> <p><i>Оцінювання навчальних досягнень:</i> 5-бальна національна шкала (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівнева національна шкала (зараховано/незараховано); 100-бальна система та шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<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>
7- Програмні результати навчання (Р)	
	<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</p>

	<p>досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
--	--

8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньої 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 Ліцензійних умов.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньо-професійної програми з підготовки магістрів із 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 України.
Міжнародна кредитна	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та зарубіжними закладами вищої освіти.

мобільність	
-------------	--

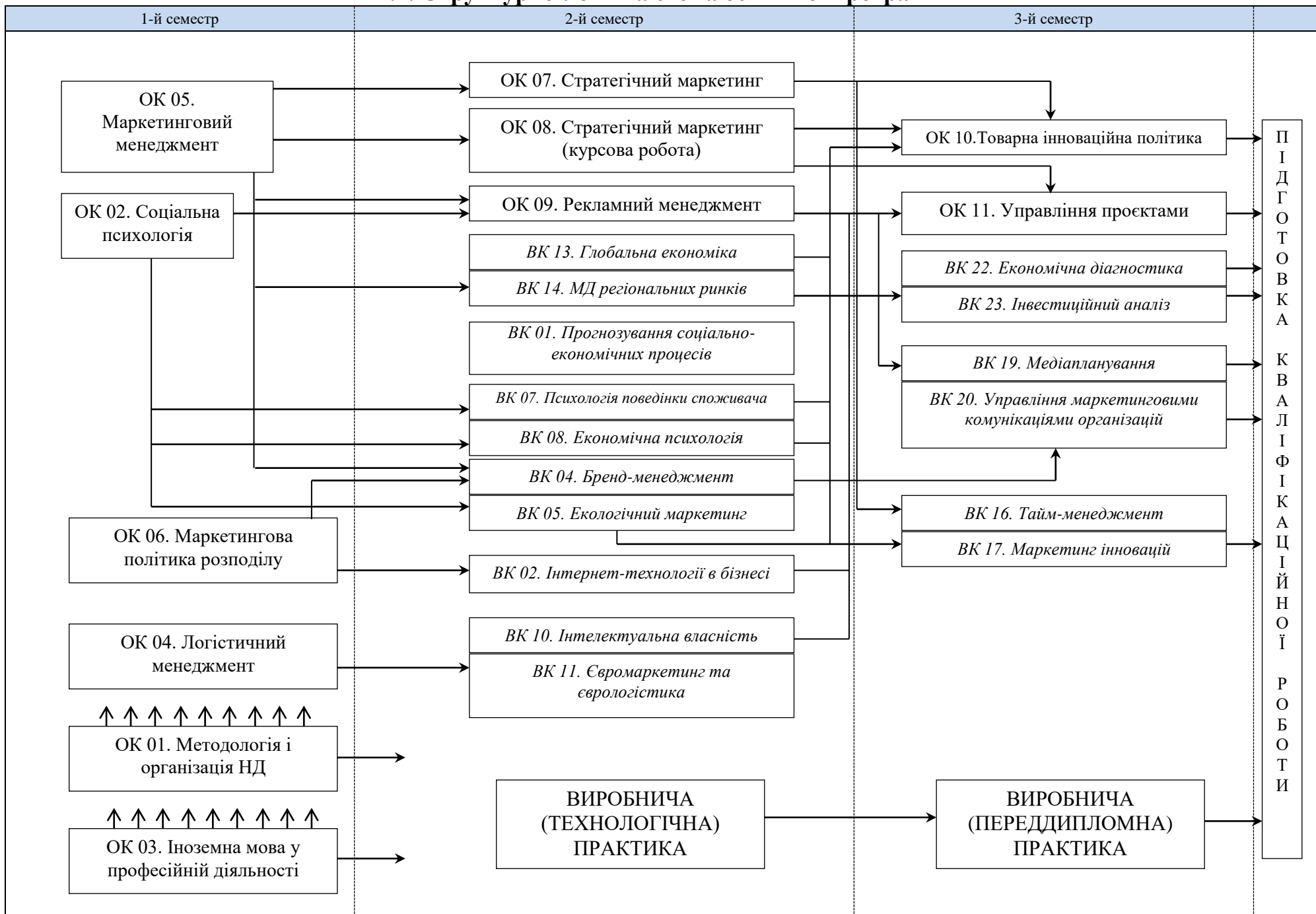
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

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
1. ОBOB'ЯЗKOBІ КОМПОНЕНТИ ОП					
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ					
1.	OK 01	1	Методологія і організація наукових досліджень	4	Залік
2.	OK 02	1	Соціальна психологія	4	Залік
3.	OK 03	1	Іноземна мова у професійній діяльності	3	Екзамен
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ					
6.	OK 04	1	Логістичний менеджмент	6	Екзамен
7.	OK 05	1	Маркетинговий менеджмент	6	Екзамен
9.	OK 06	1	Маркетингова політика розподілу	6	Екзамен
8.	OK 07	2	Стратегічний маркетинг	3	Екзамен
	OK 08	2	Стратегічний маркетинг	3	Захист курсової роботи
5.	OK 09	2	Рекламний менеджмент	4	Екзамен
4.	OK10	3	Товарна інноваційна політика	5	Екзамен
10.	OK11	3	Управління проектами	4	Екзамен
11.	OK12	2	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
12.	OK13	3	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
13.	OK 14	3	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:				66 кредитів	
2. Вибіркові компоненти					
14.	VK 01	2	Прогнозування соціально-економічних процесів	3	Залік
15.	VK 02		Інтернет-технології в бізнесі		
16.	VK 03		<i>Вільний вибір</i>		
17.	VK 04	2	Бренд-менеджмент	3	Залік
18.	VK 05		Екологічний маркетинг		
19.	VK 06		<i>Вільний вибір</i>		
20.	VK07	2	Психологія поведінки споживача	3	Екзамен
21.	VK 08		Економічна психологія		
22.	VK09		<i>Вільний вибір</i>		
23.	VK 10	2	Інтелектуальна власність	3	Залік
24.	VK11		Євромаркетинг та єврологістика		
25.	VK 12		<i>Вільний вибір</i>		

1	2	3	4	5	6
26.	ВК 13	2	Глобальна економіка	3	Залік
27.	ВК 14		Маркетингові дослідження регіональних ринків		
28.	ВК 15		<i>Вільний вибір</i>		
29.	ВК 16	3	Тайм-менеджмент	3	Залік
30.	ВК 17		Маркетинг інновацій		
31.	ВК 18		<i>Вільний вибір</i>		
32.	ВК 19	3	Медіапланування	3	Залік
33.	ВК 20		Управління маркетинговими комунікаціями організацій		
34.	ВК 21		<i>Вільний вибір</i>		
35.	ВК 22	3	Економічна діагностика	3	Залік
36.	ВК 23		Інвестиційний аналіз		
37.	ВК 24		<i>Вільний вибір</i>		
Загальний обсяг вибіркового компонент:				24 кредити	
Загальний обсяг освітньої програми:				90 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



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

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 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.

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

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

**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
P1									+	+							+
P2		+	+						+	+							+
P3		+					+		+			+		+			
P4		+	+		+										+	+	+
P5						+		+		+	+						
P6		+						+	+	+				+		+	
P7			+	+								+	+	+		+	
P8			+			+						+					
P9		+							+			+		+		+	
P10		+	+											+	+	+	
P11							+						+	+	+	+	
P12		+						+					+		+	+	
P13		+		+									+	+	+	+	
P14					+	+								+		+	
P15							+			+	+		+		+		

6. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Рівненському державному гуманітарному університеті функціонує система забезпечення 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 студентів, 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 дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 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.