

**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**

**проф. Постоловський Р.М.**

**(протокол № 3 від «28» березня 2019 р.)**

**Освітня програма вводить в дію з  
«01» березня 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. Постолюк



РДГУ, 2019

## **Передмова**

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

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою кафедри менеджменту у складі:

### **Керівник проектної групи**

Дейнега І. О., кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та маркетингу.

### **Члени проектної групи:**

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

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

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Рівненський державний гуманітарний університет, кафедра менеджменту
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр, Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; для ступеня «молодший бакалавр» спеціальностей галузі знань 07 Управління та адміністрування, а також спеціальності 051 Економіка – 120 кредитів ЄКТС (термін навчання 2 роки); - інших спеціальностей – 180 кредитів ЄКТС (термін навчання 3 роки).
<b>Наявність акредитації</b>	---
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта; ступінь «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)
<b>Мова (и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	На період навчання (2019-2023 рр.)
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.rshu.edu.ua">www.rshu.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Формування теоретичних і практичних знань з організації та ведення маркетингової діяльності, набуття компетентностей із визначення пріоритетних напрямків та організації ведення бізнесу на засадах маркетингових концепцій, прийняття ефективних маркетингових рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках, здатність використання набутих знань з питань маркетингу в практичній діяльності.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>• <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як</li> </ul>

	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Методи, методики та технології</i>: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Інструменти та обладнання</i>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li> </ul> <p>Акцент на системному аналізі здобутків вітчизняних та зарубіжних дослідників для прийняття обґрунтованих професійних рішень за умов невизначеності та мінливості зовнішнього середовища з врахуванням резервів та можливостей інноваційного розвитку внутрішнього середовища підприємства на основі широкого використання сучасних інформаційних технологій.</p>		
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма		
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	<p>Загальна освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, ринок, маркетингова інформація, маркетинговий аналіз, маркетингове середовище, ринкові потреби, маркетингове ціноутворення, маркетингова товарна політика, маркетингові комунікації, брендинг, маркетингова політика розподілу.</p>		
<b>Особливості програми</b>	<p>Освітня програма розроблена з врахуванням досвіду підготовки бакалаврів з 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.</p>		
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>			
<i>Фахівець підготовлений до роботи в галузях економіки за ДК 009:2010</i>			
Код	Назва	NACE (Rev. 1.1)	ISIC (Rev. 4)
10.3	Перероблення та консервування фруктів і овочів		103
10.5	Виробництво молочних продуктів		105
10.4	Виробництво олії та тваринних жирів		104
10.6	Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів і крохмальних продуктів		106
10.7	Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів		107*
10.8	Виробництво інших харчових продуктів		107*
10.9	Виробництво готових кормів для тварин		108
11	Виробництво напоїв		11
12	Виробництво тютюнових виробів		12
13	Текстильне виробництво		13
14	Виробництво одягу		14
15	Виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших		15

	матеріалів		
16	Оброблення деревини та виготовлення виробів з деревини та корка, крім меблів; виготовлення виробів із соломки та рослинних матеріалів для плетіння		16
17	Виробництво паперу та паперових виробів		17
18	Поліграфічна діяльність, тиражування записаної інформації		18
28	Виробництво машин і устаткування, н. в. і. у.		28
31	Виробництво меблів		31
41.1	Організація будівництва будівель		410
46.3	Оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами		463
46.4	Оптова торгівля товарами господарського призначення		464
47.1	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах		471
47.9	Роздрібна торгівля поза магазинами		479
55.1	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування		551*
64	Надання фінансових послуг, крім страхування та пенсійного забезпечення		64
68	Операції з нерухомим майном		68
70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	74.14*	7020*
70.22	Консультавання з питань комерційної діяльності й керування	05.01*	7020*
		74.14*	7020*
73	Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку		73
73.20	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки	74.13	7320
79.1	Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів		791
<i>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010</i>			
<b>Код</b>	<b>Назва</b>		
1475	Менеджер (управитель) з маркетингу.		
1475.4	Менеджер (управитель) з логістики (постачання, збуту, зв'язків з громадськістю).		
1476.1	Менеджери (управителі) з реклами.		
<b>Подальше навчання</b>	Можливе подальше продовження освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.		
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>			
<b>Викладання та навчання</b>	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.		
<b>Оцінювання</b>	Тестування, опитування, самоконтроль та самооцінка, контрольні роботи, проектні (курсіві) роботи, усні та письмові екзамени, заліки, захист звітів з практик, атестація (захист кваліфікаційної роботи).		
<b>6 – Програмні компетентності</b>			
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.		
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного)		

	<p>суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</li><li>3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</li><li>4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</li><li>5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</li><li>6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</li><li>7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</li><li>8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</li><li>9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</li><li>10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</li><li>11. Здатність працювати в команді.</li><li>12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</li><li>13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</li><li>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</li></ol>
--	---

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



	8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
	11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
	13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати 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.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	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.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості навчального процесу.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	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.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна</b>	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти й науковими

<b>мобільність</b>	установами України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та зарубіжними освітніми закладами.
<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	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	4	5	6
<b>1. Обов'язкові компоненти ОП</b>				
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	Залік
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.	ОК12	Фінанси підприємств	4	Екзамен
13.	ОК13	Облік та аудит	5	Екзамен
14.	ОК14	Економетрія	3	Залік
15.	ОК15	Економіка праці і соціально-трудова відносини	3	Залік
16.	ОК16	Міжнародні економічні відносини	4	Залік
17.	ОК17	Статистика	5	Екзамен
18.	ОК18	Соціологія	3	Залік
19.	ОК19	Логістика	3	Залік
20.	ОК20	Маркетинг послуг	6	Екзамен
21.	ОК21	Поведінка споживача	5	Залік
22.	ОК22	Маркетингові дослідження	6	Екзамен
23.	ОК23	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен, курсова робота
24.	ОК24	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
25.	ОК25	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
26.	ОК26	Маркетингові комунікації	5	Екзамен
27.	ОК27	Навчальна практика (ознайомча)	3	Диф. залік
28.	ОК28	Виробнича практика (технологічна)	6	Диф. залік
29.	ОК29	Переддипломна практика	6	Диф. залік
30.	ОК30	Дипломування	6	Захист кваліфікаційної

				роботи
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>137,5 кредита</b>		
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	Страховання	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		
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>			<b>102,5 кредитів</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої програми:</b>			<b>240 кредитів</b>	



### 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.

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація випускників освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	<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>

#### 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	ОК 31			
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	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	ОК 31	
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. Вимоги до наявності системи 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:

- 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 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;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 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;
- 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.

Керівник проектної групи



доц. Дейнега І. О.