

**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



Голова вченої ради
проф. Р.М. Постоловський
(протокол № 3 від «30» березня 2023 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з 01.09.2023 р.



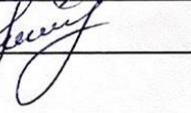
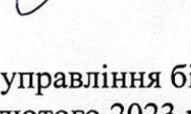
Ректор проф. Постоловський Р.М.
(наказ № 33-01-01 від «03» квітня 2023 р.)

Рівне – 2023 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:

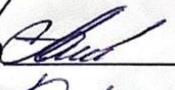
Гарант ОПП		д. е. н., проф. Дейнега І. О.
Член робочої групи		д. е. н., проф. Дейнега О. В.
Член робочої групи		к. е. н. Паламарчук О. С.
Член робочої групи		к. е. н. Якубовська Н. В.

ВНЕСЕНО

Кафедрою економіки та управління бізнесом
Протокол № 2 від «20» лютого 2023 р.
Завідувач кафедри  проф. І. О. Дейнега

ПОГОДЖЕНО:

Навчально-методичною комісією факультету ДКМТФ
Протокол № 2 від «21» лютого 2023 р.
Голова НМК  доц. О. Р. Савченко

Декан 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 для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., № 1343 робочою групою Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

Дейнега Інна Олександрівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету.

Члени робочої групи:

1. **Дейнега Олександр Вікторович**, доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи Рівненського державного гуманітарного університету.

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

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

Стейкхолдери:

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

2. Ковальчук С. В., д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (рецензія додається).

3. Ткаченко Ю. В., керівник департаменту маркетингу Торгового Дому «Любисток» (рецензія додається).

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

5. Жифарський Д. С., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня (відгук 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. Одиничний. Обсяг освітньої програми реалізується за терміном навчання: 240 кредитів ЄКТС – 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	---
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова (и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	На період навчання
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/592-osvitni-prohramy-bakalavr
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, що 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. • <i>Об’єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної

	маркетингової діяльності. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • <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). Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. Рекламист.
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	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання на засадах студентоцентрованого та компетентнісно-орієнтованого навчання, проведення практичних занять, консультацій, виконання курсових робіт, проходження практик, з елементами 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)	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)	1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

	10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7- Програмні результати навчання (Р)	
	1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
	5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
	11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
	13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
	15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття

	та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
	16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
	17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
	18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	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, після проходження курсу української мови

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 освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	К-сть кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	4	5	6
1. Обов'язкові компоненти ОП				
1.	ОК01	Психологія	3	Екзамен
2.	ОК02	Теорія управління	5	Екзамен
3.	ОК03	Іноземна мова академічної комунікації	5	Диф. залік
4.	ОК04	Економічна теорія	3	Екзамен
5.	ОК05	Історія України та її культури	4	Екзамен
6.	ОК06	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
7.	ОК07	Філософія	3	Екзамен
8.	ОК08	Соціологія	3	Залік
9.	ОК09	Вступ до спеціальності	3	Залік
10.	ОК10	Математика в управлінні	4	Екзамен
11.	ОК11	Вступ до системного аналізу	3	Залік

1	2	4	5	6
12.	OK12	Організація економічної діяльності	4	Екзамен
13.	OK13	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	Залік
14.	OK14	Організація самостійної роботи студентів	4	Залік
15.	OK15	Статистика	5	Екзамен
16.	OK16	Інформаційні системи та технології	4	Залік
17.	OK17	Стандартизація і сертифікація продукції та послуг	3	Залік
18.	OK18	Фінанси, гроші та кредит	6	Екзамен
19.	OK19	Підприємницьке та трудове право	6	Екзамен
20.	OK20	Економіка підприємства	4	Екзамен
21.	OK21	Економіка підприємства (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
22.	OK22	Менеджмент	4	Екзамен
23.	OK23	Поведінка споживачів	4	Екзамен
24.	OK24	Бухгалтерський облік та оподаткування	3	Екзамен
25.	OK25	Основи маркетингу	5	Екзамен
26.	OK26	Основи маркетингу (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
27.	OK27	Логістика	4	Екзамен
28.	OK28	Економічний аналіз	3	Залік
29.	OK29	Маркетинг послуг	4	Екзамен
30.	OK30	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
31.	OK31	Цифровий маркетинг	4	Екзамен
32.	OK32	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен
33.	OK33	Маркетингова товарна політика (курсова робота)	3	Захист курсової роботи
34.	OK34	CRM системи в бізнесі	5	Екзамен
35.	OK35	Маркетингова інформація	5	Екзамен
36.	OK36	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
37.	OK37	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
38.	OK38	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
39.	OK39	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
40.	OK40	Навчальна (ознайомча) практика	3	Залік
41.	OK41	Навчальна (технологічна) практика	3	Залік
42.	OK42	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
43.	OK43	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
44.	OK44	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист кваліфікаційної роботи

Загальний обсяг обов'язкових компонент:

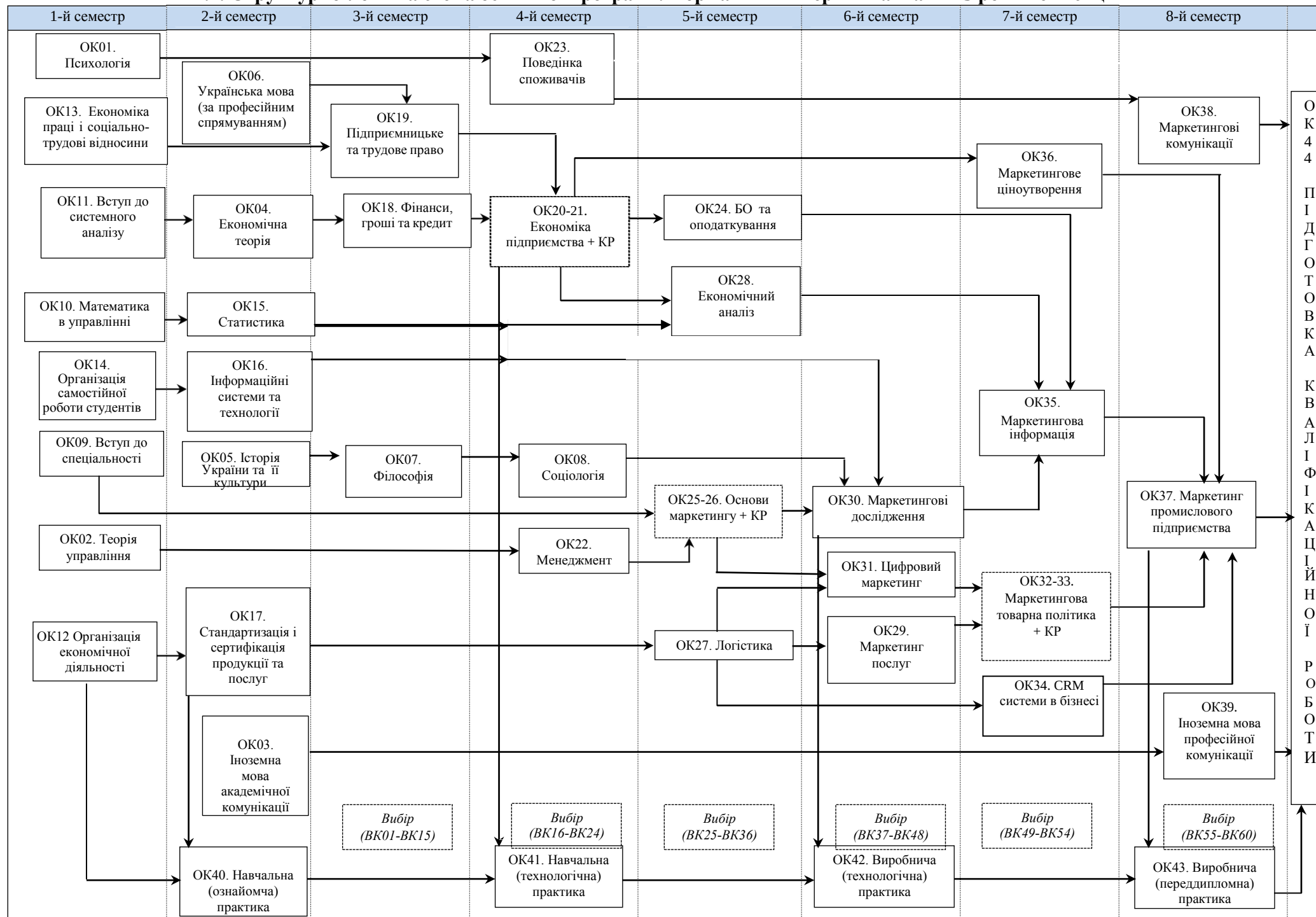
180 кредитів

2. Вибіркові компоненти ОП

46.	BK 01	Основи графічного дизайну	3	Залік
47.	BK 02	Етика і естетика		
48.	BK 03	<i>Вибір</i>		
49.	BK 04	Політологія	3	Залік
50.	BK 05	Риторика		
51.	BK 06	<i>Вибір</i>		
52.	BK 07	Технології та реалізації івент-проектів	3	Залік
53.	BK 08	Експертиза товарів та послуг		
54.	BK 09	<i>Вибір</i>		
55.	BK10	Мікроекономіка	3	Залік
56.	BK11	Сучасні ІТ		
57.	BK 12	<i>Вибір</i>		
58.	BK13	Соціальна відповідальність бізнесу	3	Залік
59.	BK14	Державне та регіональне управління		
60.	BK15	<i>Вибір</i>		

1	2	4	5	6
61.	BK16	Основи веб-дизайну	3	Залік
62.	BK17	Сталий розвиток територій		
63.	BK18	Вибір		
64.	BK19	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
65.	BK20	Фінанси підприємств		
66.	BK21	Вибір		
67.	BK22	Соціальна філософія	3	Залік
68.	BK23	Економетрія		
69.	BK24	Вибір		
70.	BK25	Товарознавство непродовольчих товарів	3	Залік
71.	BK26	Моделі та методи прийняття управлінських рішень/		
72.	BK27	Вибір		
73.	BK28	SMM в бізнесі	3	Залік
74.	BK29	Соціальні медіа		
75.	BK30	Вибір		
76.	BK31	Товарознавство продовольчих товарів	3	Залік
77.	BK32	Договірне право		
78.	BK33	Вибір		
79.	BK34	Управління комерційною діяльністю	3	Залік
80.	BK35	Організація торгівлі		
81.	BK36	Вибір		
82.	BK37	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
83.	BK38	Електронні інструменти бізнесу		
84.	BK39	Вибір		
85.	BK40	Електронна комерція	3	Залік
86.	BK41	Неймінг		
87.	BK42	Вибір		
88.	BK43	Митна справа	3	Залік
89.	BK44	Страховання		
90.	BK45	Вибір		
91.	BK46	Соціальна економіка	3	Залік
92.	BK47	Управління витратами		
93.	BK48	Вибір		
94.	BK49	Іміджелогія	3	Залік
95.	BK50	Бізнес-планування		
96.	BK51	Вибір		
97.	BK52	Мерчандайзинг	3	Залік
98.	BK53	Ризикологія		
99.	BK54	Вибір		
100.	BK55	Аналіз та візуалізація даних в маркетингу	3	Залік
101.	BK56	Маркетинг територій		
102.	BK57	Вибір		
103.	BK58	Міжнародний маркетинг	3	Залік
104.	BK59	Міжнародна торгівля		
105.	BK60	Вибір		
Загальний обсяг вибірових компонент:			60 кредитів	
Загальний обсяг освітньої програми:			240 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми. Нормативний термін навчання 3 роки 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 випускників освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг 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 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	Уміння 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	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність 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

(6-й рівень, бакалаврський)

[illegible]

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	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	OK35	OK 36	OK 37	OK 38	OK 39	OK 40	OK 41	OK 42	OK 43	OK 44	
3K1					+	+		+					+						+				+																						
3K 2				+	+	+		+																																					
3K 3							+			+	+				+														+																
3K 4				+			+			+	+	+		+	+	+																+													
3K 5		+												+																			+								+	+	+	+	
3K 6		+		+					+			+		+			+	+		+						+				+				+			+		+	+	+	+	+	+	
3K 7												+					+		+	+	+	+		+		+					+	+		+						+	+	+	+	+	
3K 8								+							+					+			+						+	+		+										+	+	+	+
3K 9						+								+		+					+			+			+	+	+	+		+	+			+				+		+	+	+	
3K 10			+																																						+			+	+
3K 11	+	+											+									+																		+	+	+			
3K 12																+	+	+				+		+		+							+												+
3K 13			+																									+												+					
3K 14	+	+			+			+					+				+		+				+	+	+																+	+	+	+	+
CK 1								+	+									+			+									+									+						
CK 2											+	+					+				+										+		+			+	+	+	+	+	+	+			
CK 3																											+							+				+				+	+	+	
CK 4											+	+														+							+				+					+	+		
CK 5																				+			+									+	+		+		+						+	+	
CK 6																+															+		+		+	+					+	+	+		
CK 7															+						+					+			+					+				+					+	+	
CK 8																			+													+			+	+								+	
CK 9																																		+			+							+	
CK 10														+		+																+			+	+							+	+	
CK 11																							+		+					+	+			+	+	+	+				+	+			
CK 12																											+							+				+						+	+
CK 13																			+		+			+				+						+			+							+	+
CK 14																																													

Продовження табл. 4

[illegible]

Продовження матриці 4

[illegible]

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

[illegible][illegible]

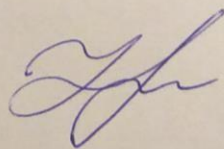
6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

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.