

**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 РДГУ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ**

  
Голова Вченої ради РДГУ  
проф. Постолювський Р.М.  
(протокол № 2, від «27» лютого 2020 р.)



Ректор  проф. Р.М. Постолювський  
(наказ № 40-01-01 від 27.02.2020 р.)

Рівне – 2020 р.

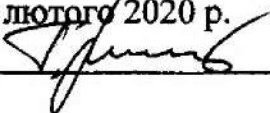
**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**  
**«Маркетинг»**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ      перший  
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ      бакалавр  
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ              07 Управління та адміністрування  
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ              075 Маркетинг  
КВАЛІФІКАЦІЯ              бакалавр маркетингу


**Розробники програми:**

Гарант ОПП  к.т.н., доцент Микитин Т.М.  
Член робочої групи  д.е.н., доцент Дейнега І. О.  
Член робочої групи  д.е.н., доцент Дейнега О. В.

**ВНЕСЕНО**

Кафедрою менеджменту  
Протокол № 2 від «20» лютого 2020 р.  
Завідувач кафедри  доц. Микитин Т.М.

**ПОГОДЖЕНО:**

Навчально-методична комісія факультету ДКМ  
Протокол № 4 від «20» лютого 2020 р.  
Голова НМК  доц. Дейнега І.О.

Декан факультету ДКМ  доц. Юхименко-Назарук І.А.

Голова НМР університету  проф. Войтович І.С.

## 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 заснована на компетентнісному підході підготовки здобувачів вищої освіти ОС «бакалавр» 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 відповідним рівнем вищої освіти робочою групою Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

*Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):*

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

*Члени робочої групи:*

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

2. **Дейнега Інна Олександрівна**, доктор економічних наук, доцент кафедри економіки та маркетингу, професор кафедри менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

*Стейкхолдери:*

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

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

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

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.
<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.
<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>	
У рамках загально університетської стратегії, місією якої є забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців для різних галузей України, підготовка бакалаврів маркетингу, здатних здійснювати професійну діяльність на основі формування теоретичних і практичних знань із 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 із питань маркетингу в практичній діяльності, є одним із ключових аспектів роботи кафедри менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету. Успішне забезпечення визначеної мети реалізується шляхом гармонійного поєднання фундаментальності та професійної спрямованості освіти, розвитку наукових досліджень, інтеграції у європейське освітнє, наукове і економічне співтовариство.	
<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> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <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.</li> <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 першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	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, маркетингова політика розподілу.
<b>Особливості програми</b>	Освітньо-професійна програма розроблена з врахуванням досвіду підготовки бакалаврів маркетингу у провідних закладах вищої освіти, а також Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. У циклі професійної підготовки передбачено навчальні дисципліни, вивчення яких дозволить оволодіти теоретичними знаннями та практичними навичками, що необхідні бакалавру маркетингу для провадження ефективної маркетингової діяльності.
<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>
*1474	Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій.
*1475	Менеджер (управитель) з маркетингу.
*1475.3	Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки
*1475.4	Менеджер (управитель) із збуту. Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю.
*1476.1	Менеджер (управитель) з реклами.
2419.2	Консультант з маркетингу. Рекламист. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог). Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.
3429	Агент рекламний.
3436.1	Помічник керівника підприємства (установи, організації).
3436.2	Помічник керівника іншого основного підрозділу.
3436.3	Помічник керівника малого підприємства без апарату управління.
3439	Фахівець з інтерв'ювання.
Бакалавр 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.	
<b>Подальше навчання</b>	Можливе подальше продовження освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	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.
<b>Оцінювання</b>	<i>Види контролю: за рівнями:</i> самоконтроль, контроль на рівні викладача, контроль на рівні завідувача кафедри, контроль на рівні деканату, контроль на рівні ректорату, державний контроль; <b>за терміном проведення:</b> оперативний (вхідний, поточний, проміжний, підсумковий) та відтермінований. <i>Форми контролю:</i> усне та письмове опитування; тестовий контроль; захист звітів з практик та курсових робіт, атестація (захист кваліфікаційної роботи). <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).
<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>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <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</li> </ol>

	<p>груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b>	<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>
<b>7- Програмні результати навчання (Р)</b>	
	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.
<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 освітнього 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 мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та закладами вищої освіти.
<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

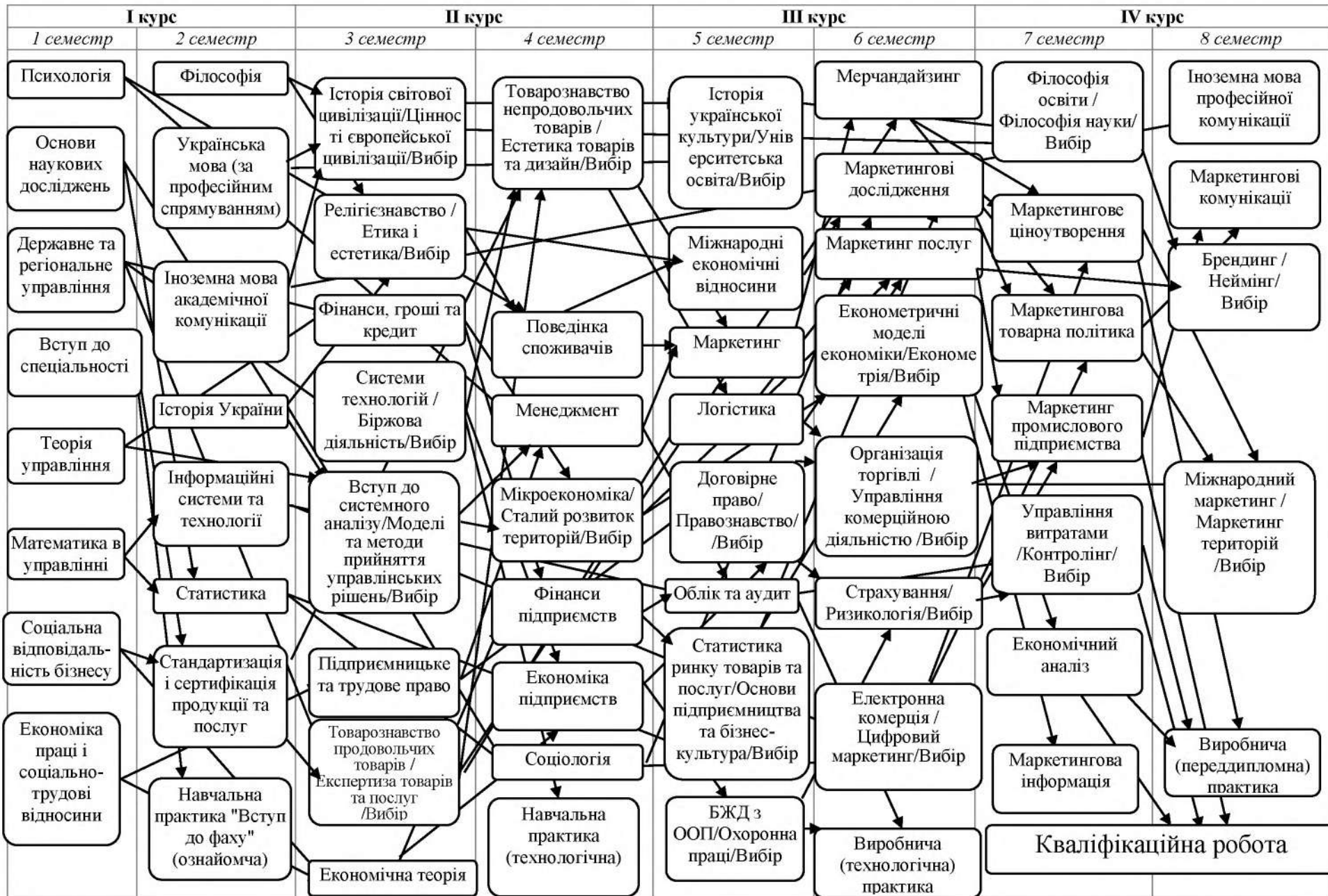
## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1 Перелік компонент ОП

№ з/п	Код н/д	Компоненти 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.	OK01	Історія України	3	Екзамен
2.	OK02	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Залік
3.	OK03	Філософія	3	Екзамен
4.	OK04	Соціологія	3	Залік
5.	OK05	Психологія	3	Екзамен
6.	OK06	Теорія управління	5	Екзамен
7.	OK07	Іноземна мова академічної комунікації	5	Диф. залік
8.	OK08	Економічна теорія	3	Екзамен
9.	OK09	Маркетингова інформація	3	Залік
10.	OK10	Стандартизація і сертифікація продукції та послуг	4	Залік
11.	OK11	Вступ до спеціальності	3	Залік
12.	OK12	Математика в управлінні	4	Екзамен
13.	OK13	Статистика	5	Екзамен
14.	OK14	Інформаційні системи та технології	4	Екзамен
15.	OK15	Соціальна відповідальність бізнесу	3	Залік
16.	OK16	Державне та регіональне управління	4	Екзамен
17.	OK17	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	Залік
18.	OK18	Менеджмент	5	Екзамен
19.	OK19	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен, курсова робота
20.	OK20	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
21.	OK21	Маркетинг промислового підприємства	5	Екзамен
22.	OK22	Маркетингові комунікації	6	Екзамен
23.	OK23	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
24.	OK24	Фінанси, гроші та кредит	5	Екзамен
25.	OK25	Економіка підприємств	5	Екзамен, курсова робота
26.	OK26	Фінанси підприємств	3	Екзамен
27.	OK27	Облік та аудит	4	Екзамен
28.	OK28	Маркетинг	6	Екзамен, курсова робота
29.	OK29	Логістика	4	Екзамен
30.	OK30	Маркетинг послуг	4	Екзамен
31.	OK31	Міжнародні економічні відносини	3	Залік
32.	OK32	Економічний аналіз	5	Екзамен

1	2	4	5	6
33.	OK33	Поведінка споживачів	5	Екзамен
34.	OK34	Мерчандайзинг	4	Екзамен
35.	OK35	Іноземна мова професійної комунікації	3	Екзамен
36.	OK36	Основи наукових досліджень	4	Залік
37.	OK37	Підприємницьке та трудове право	4	Екзамен
38.	OK38	Навчальна практика "Вступ до фаху" (ознайомча)	3	Залік
39.	OK39	Навчальна практика (технологічна)	3	Залік
40.	OK40	Виробнича практика (технологічна)	3	Диф. залік
41.	OK41	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
42.	OK42	Кваліфікаційна робота	6	Захист кваліфікаційної роботи
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>			<b>145 кредитів</b>	
<b>2. Вибіркові компоненти ОП</b>				
43.	ВК 01	Товарознавство непродовольчих товарів	3	Залік
44.	ВК 02	Естетика товарів та дизайн		
45.	ВК 03	Релігієзнавство	3	Залік
46.	ВК 04	Етика і естетика		
47.	ВК 05	Історія світової цивілізації	3	Залік
48.	ВК 06	Цінності європейської цивілізації		
49.	ВК 07	Історія української культури	3	Залік
50.	ВК 08	Університетська освіта		
51.	ВК 09	Мікроекономіка	3	Залік
52.	ВК10	Сталий розвиток територій		
53.	ВК11	Філософія освіти	3	Залік
54.	ВК 12	Філософія науки		
55.	ВК13	БЖД з ООП	3	Залік
56.	ВК14	Охорона праці		
57.	ВК15	Статистика ринку товарів та послуг	3	Залік
58.	ВК16	Основи підприємництва та бізнес-культура		
59.	ВК17	Товарознавство продовольчих товарів	5	Залік
60.	ВК18	Експертиза товарів та послуг		
61.	ВК19	Організація торгівлі	4	Залік
62.	ВК20	Управління комерційною діяльністю		
63.	ВК21	Електронна комерція	4	Залік
64.	ВК22	Цифровий маркетинг		
65.	ВК23	Брендинг	4	Залік
66.	ВК24	Неймінг		
67.	ВК25	Управління витратами	4	Залік
68.	ВК26	Контролінг		
66.	ВК27	Економетричні моделі економіки	4	Залік
67.	ВК28	Економетрія		
68.	ВК29	Міжнародний маркетинг	4	Залік
69.	ВК30	Маркетинг територій		
70.	ВК31	Договірне право	4	Залік
71.	ВК32	Правознавство		
72.	ВК33	Системи технологій	4	Залік
73.	ВК34	Біржова діяльність		
74.	ВК35	Страховання	3	Залік
75.	ВК36	Ризикологія		
76.	ВК37	Вступ до системного аналізу	3	Залік
77.	ВК38	Моделі та методи прийняття управлінських рішень		
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>			<b>67 кредитів</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої програми:</b>			<b>240 кредитів</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



### 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>

## Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання		Уміння		Комунікація		Автономія та відповідальність		
	Зн1	Зн2	Ум1	Ум2	К1	К2	АВ1	АВ2	
	Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень	Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	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			Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності	Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах	Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб
<b>Загальні компетентності - 14</b>									
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
<b>Спеціальні (фахові) компетентності - 14</b>									
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. 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 ефективною 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,  
керівник проєктної групи



доц. Микитин Т.М.