


ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»


другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ РДГУ

Голова вченої ради

 проф. Р.М. Постолювський
(протокол № 2 від «27» лютого 2020 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з
01.09.2020 р.



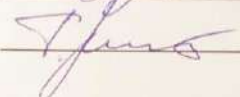
Ректор  проф. Р.М. Постолювський
(наказ № 40-01-01 від «27» лютого 2020 р.)



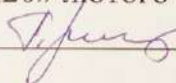
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

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

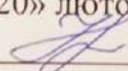
Розробники програми:


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

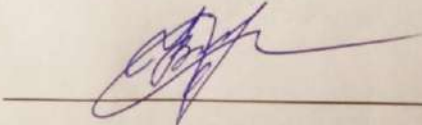
ВНЕСЕНО

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

ПОГОДЖЕНО:

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

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

Голова НМР _____  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 після введення у дію Стандарту вищої освіти за відповідним рівнем вищої освіти робочою групою Рівненського державного гуманітарного університету у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми):

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

Члени робочої групи:

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

2. **Микитин Тарас Миронович**, кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту, 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 вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Рівненський державний гуманітарний університет, кафедра менеджменту.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітня кваліфікація: магістр маркетингу Кваліфікація в дипломі: Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	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 – 8 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень.
Передумови	Перший (бакалаврський) рівень.
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

У рамках загально університетської стратегії, місією якої є забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців для різних галузей України, підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання, 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.

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,</p>
--	---

	<p>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> <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.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, менеджмент, логістика, інформаційна економіка, фінанси, поведінкова економіка, комерційна діяльність.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма розроблена з врахуванням досвіду підготовки магістрів маркетингу у провідних закладах вищої освіти, а також Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010</i>	
Код	Назва
1233	Керівники підрозділів маркетингу.
1234	Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю.
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	Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
2419.2	Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
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, проведення практичних занять, консультацій, виконання курсової роботи, 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 курсової роботи, атестація (захист кваліфікаційної роботи).
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)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

	<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>
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 досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління</p>

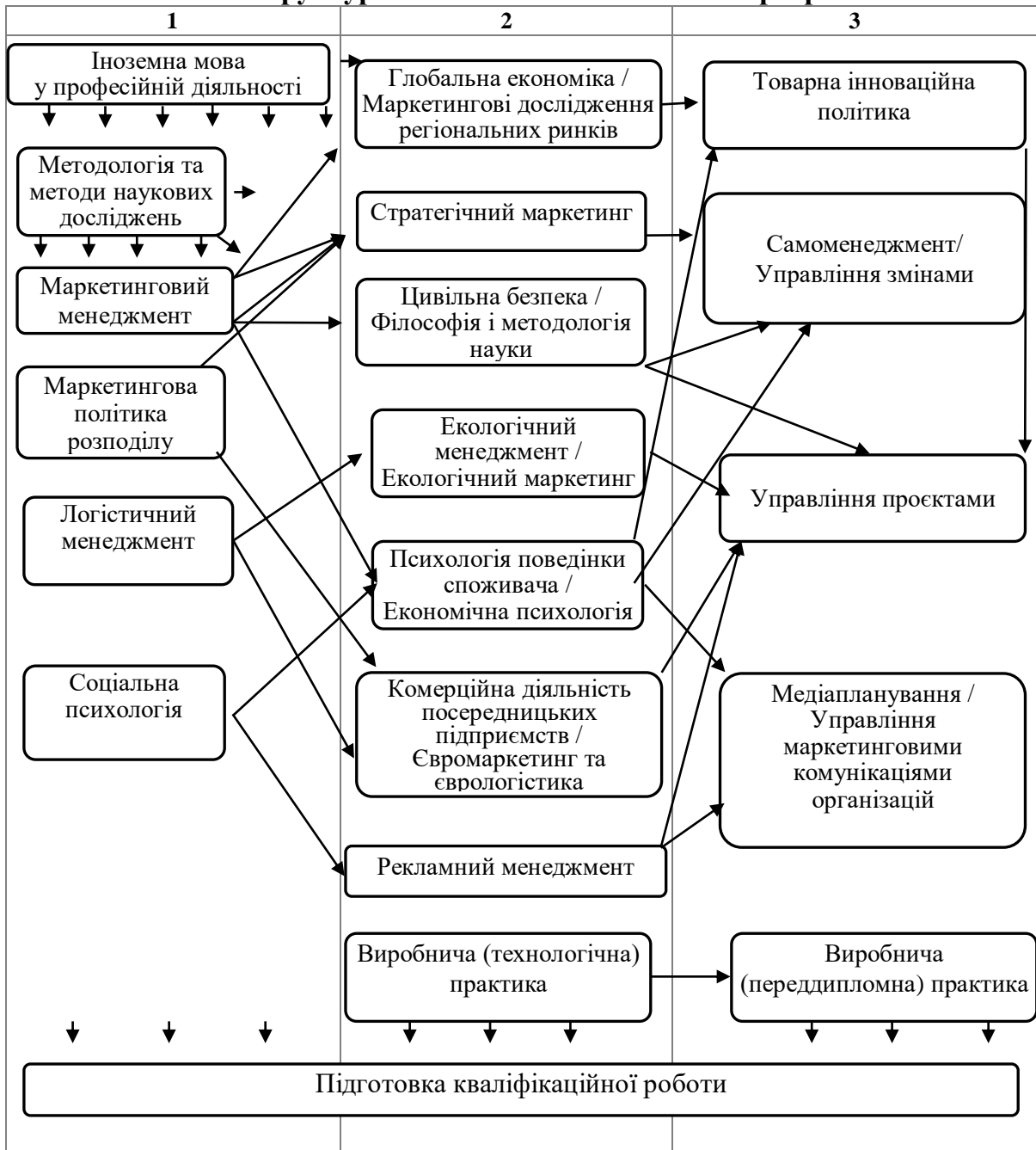
	<p>маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати 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 Ліцензійним 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 мобільність	На основі двосторонніх договорів між Рівненським державним гуманітарним університетом та зарубіжними закладами вищої освіти.

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. ОBOB'ЯЗKOBІ КОМПОНЕНТИ ОП					
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ					
1.	OK 01	1	Методологія та методи 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					
4.	OK 04	3	Товарна інноваційна політика	6	Екзамен
5.	OK 05	2	Рекламний менеджмент	5	Екзамен
6.	OK 06	1	Логістичний менеджмент	6	Екзамен
7.	OK 07	1	Маркетинговий менеджмент	6	Екзамен
8.	OK 08	2	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен, курсова робота
9.	OK 09	1	Маркетингова політика розподілу	6	Екзамен
10.	OK10	3	Управління проектами	4	Екзамен
11.	OK11	2	Виробнича (технологічна) практика	6	Диф. залік
12.	OK12	3	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф. залік
13.	OK 13	3	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	Захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:				67 кредитів	
2. Вибіркові компоненти					
13.	BK 01	2	Цивільна безпека	3	Залік
14.	BK 02	2	Філософія і методологія науки		
15.	BK 03	2	Екологічний менеджмент	3	Залік
16.	BK 04	2	Екологічний маркетинг		
17.	BK 05	3	Самоменеджмент	4	Залік
18.	BK 06	3	Управління змінами		
19.	BK07	3	Медіапланування	4	Залік
20.	BK 08	3	Управління маркетинговими комунікаціями організацій		
21.	BK09	2	Психологія поведінки споживача	3	Залік
22.	BK 10	2	Економічна психологія		
23.	BK11	2	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	3	Залік
24.	BK 12	2	Євромаркетинг та єврологістика		
25.	BK 13	2	Глобальна економіка	3	Залік
26.	BK 14	2	Маркетингові дослідження регіональних ринків		
Загальний обсяг вибіркових компонент:				23 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.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

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
СК10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
СК11			К1	АВ2

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК01	ОК 02	ОК 03	ОК0 4	ОК 05	ОК 06	ОК07	ОК 08	ОК 09	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ВК 01	ВК0 2	ВК 03	ВК 04	ВК 05	ВК 06	ВК 07	ВК 08	ВК09	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13	ВК 14	
ЗК1	•					•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•									
ЗК 2	•			•	•		•	•		•		•	•		•	•	•		•	•	•	•	•					
ЗК 3						•			•	•				•		•	•	•	•									
ЗК 4		•						•		•				•				•	•			•	•	•	•	•	•	•
ЗК 5		•	•								•							•				•	•	•	•	•	•	
ЗК 6	•		•				•	•		•	•	•	•		•				•			•	•				•	
ЗК 7		•			•	•			•	•	•							•	•	•	•							
ЗК 8							•	•		•		•	•						•									
СК 1	•			•			•					•	•				•								•	•	•	
СК 2	•		•	•			•					•	•				•	•					•		•			
СК 3	•			•				•				•	•					•				•	•				•	
СК 4				•	•					•	•	•	•						•	•	•	•	•					
СК 5							•	•		•	•	•	•						•			•	•			•	•	
СК 6				•	•	•	•	•	•			•	•							•	•							
СК 7					•	•	•	•	•			•	•		•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
СК 8					•	•	•	•	•		•	•	•							•	•			•				


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 О. В.