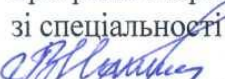


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ПОГОДЖЕНО  
Керівник проектної групи  
(гарант освітньо-професійної  
програми Маркетинг)  
зі спеціальності 075 Маркетинг  
 В. О. Морохова  
«29» січня 2019 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Ректор Луцького НТУ  
 П. П. Савчук  
2019 р.



**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**МАРКЕТИНГ**

Першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

СХВАЛЕНО

Вченою радою Луцького НТУ

протокол № 6 від «29» січня 2019 р.

Освітня програма вводиться в дію з 2018-2019 н.р.

Луцьк 2019 р.

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р.) проектною групою спеціальності 075 Маркетинг Луцького НТУ у складі:

**Керівник проектної групи** (гарант програми) – МОРОХОВА ВАЛЕНТИНА ОЛЕКСАНДРІВНА, кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу

**Члени проектної групи:**

ВОЙТОВИЧ СЕРГІЙ ЯРОСЛАВОВИЧ, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету

КОВАЛЬЧУК ОЛЕГ ВОЛОДИМИРОВИЧ, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету

ЛОРВІ ІРИНА ФЕДОРІВНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:

*Здобувачі вищої освіти:*

Мелешкова Лілія Павлівна

Цаплан Софія Олександрівна

Булавчик Максим Іванович

Валецька Юліана Богданівна

Мельник Яна Віталіївна

*Випускники спеціальності Маркетинг Луцького НТУ:*

Волочай Микола Іванович

Турик Ірина Леонтіївна

Косінський Петро Миколайович

Дроздовська Наталія Юріївна

*Роботодавці:*

Корнійчук В. В., Перший віце-президент Волинської торгово-промислової палати

Здрілюк В. С., директор СГПП «Дружба», Голова Організації роботодавців Луцького району

Талько О.І., директор ТОВ «Талфорт-Україна»

Гончарук В.Є., директор ПП «Джерело»

Жичук М. П., директор з маркетингу, студія реклами «Партизан»

### РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною радою Луцького НТУ

Протокол № 5 від « 22 » січня 2019 р.

# I. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Луцький національний технічний університет, факультет бізнесу, кафедра маркетингу
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр, бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми: 1) на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС. Строк навчання 3 роки 10 місяців; 2) на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») ЗВО має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 Управління та адміністрування, а також спеціальності 051 Економіка – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС. Строк навчання 1 рік 10 місяців; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Строк навчання 2 роки 10 місяців. Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Освітньо-професійною програмою.
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію спеціальності 075 Маркетинг серія НД № 0393517 (рішення ДАК від 04.06.2009 р протокол № 78, наказ МОН України від 09.07.2009 р. № 2673-Л). Термін дії – до 01.07.2019 року.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень, FQ – ENEA – перший цикл, EQF – LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До завершення повного циклу навчання
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://lutsk-ntu.com.ua/uk/bakalavr">http://lutsk-ntu.com.ua/uk/bakalavr</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація)</b>	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 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

	<p>сучасним економічним мисленням та відповідними компетентостями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <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>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	<p>Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією.</p> <p>Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.</p>
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	<p>Спеціальна освіта в предметній області маркетингу.</p> <p>Ключові слова: ринок, потреби споживача, аналіз ринку, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, цінова політика, реклама, маркетингові рішення, цифровий маркетинг.</p>
<b>Особливості програми</b>	<p>Закладені в освітню програму освітні компоненти забезпечують набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, збалансованих у відповідності з сучасним рівнем та подальшими прогнозами розвитку національних і міжнародних ринків, інформаційно-комунікаційних технологій у підприємницькій практиці, запитів ринку праці.</p> <p>В процесі навчання здобувач вищої освіти має можливість проходити короткострокові академічні стажування за кордоном.</p>
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Випускник освітнього ступеня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями:</p> <p>1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу</p> <p>1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)</p> <p>1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми</p> <p>1314 Комерсант</p> <p>1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним)</p> <p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління</p> <p>1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю</p> <p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та</p>

	<p>інноваційної діяльності</p> <p>2419.2 Економіст із збуту</p> <p>2419.2 Консультант з маркетингу</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)</p> <p>2441.2 Економіст із ціноутворення</p> <p>3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний</p> <p>3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний</p>
<b>Подальше навчання</b>	Продовження навчання за: другим рівнем вищої освіти (FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК – 8 рівень); набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через виробничу практику.</p> <p>Лекції, практичні заняття, розв'язування ситуаційних проблем, тренінги, кейси, дослідницькі наукові роботи, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання тощо.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, захист звіту з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною 4-х бальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно або зараховано/незараховано); 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX F,).</p>
<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>	<p>ЗК1. 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.</p> <p>ЗК2. 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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>

	<p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<b>Спеціальні компетентності (фахові)</b>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
	<p>Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p>

	<p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. 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>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. 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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)

<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Луцьким НТУ та закладами вищої освіти України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Луцьким НТУ та університетами країн-партнерів.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Не передбачено.

## II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

### Перелік компонент освітньої програми

Код освітньої компоненти	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
<b>Обов'язкові компоненти ОПП</b>				
<b>Цикл загальної підготовки</b>				
ОК 1	Політична економія	5	екзамен	1
ОК 2	Макроекономіка	6	екзамен	2
ОК 3	Мікроекономіка	5	екзамен	3
ОК 4	Історія економіки та економічної думки	5	екзамен	1
ОК 5	Вища математика	10	залік, екзамен	1,2
ОК 6	Конкуренція і підприємництво	5,5	екзамен	2
ОК 7	Економетрика	4	залік	3
ОК 8	Інформатика	6	екзамен	1
ОК 9	Економіка підприємства	5	екзамен	4
ОК 10	Менеджмент	4	екзамен	5
ОК 11	Фінанси, гроші та кредит	6	екзамен	4
ОК 12	Бухгалтерський облік	3	екзамен	5
ОК 13	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4	екзамен	6
ОК 14	Статистика	5	екзамен	3
ОК 15	Регіональна економіка	5	екзамен	4
<b>Цикл професійної підготовки</b>				
ОК 16	Маркетинг в соціальних мережах	4	залік	4
ОК 17	Маркетинг	5	екзамен	5
	Курсовий проект		захист КП	
ОК 18	Маркетинг в галузях і сферах діяльності	4	екзамен	6
ОК 19	Поведінка споживача	4	екзамен	5
ОК 20	Логістика	3	екзамен	7
ОК 21	Маркетингова товарна політика	4	екзамен	7
ОК 22	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен	7
	Курсовий проект		захист КП	
ОК 23	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен	8
ОК 24	Маркетинг послуг	4	екзамен	6
ОК 25	Маркетингові комунікації	4	екзамен	8
ОК 26	Маркетингові дослідження	4	екзамен	7
<b>Практична підготовка</b>				



ОК 27	Навчальна практика	1,5	залік	2
ОК 28	Виробнича практика	4,5	залік	6
ОК 29	Фахова практика	6	залік	8
<b>Підсумкова атестація</b>				
ОК 30	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи бакалавра	8	публічний захист кваліфікаційної роботи	8
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		142,5		
<b>Вибіркові компоненти ОПП</b>				
<b>Цикл загальної підготовки</b>				
ВК 1	Філософія	3	екзамен	1
ВК 2	Політологія	3	залік	3
ВК 3	Історія української державності	3	залік	2
ВК 4	Українська мова за професійним спрямуванням	3	залік	2
ВК 5	Іноземна мова	8	залік	1,2,3,4
ВК 6	Охорона праці та безпека життєдіяльності	3	залік	5
ВК 7	Вступ до фаху	3	залік	1
ВК 8	Правознавство	3	залік	5
ВК 9	Фізичне виховання	4	залік	1,2,3,4
ВК 10	Основи академічного письма	3	залік	2
<b>Загальний обсяг вибірових компонент циклу загальної підготовки:</b>		36		
<b>Цикл професійної підготовки</b>				
ВК 11	Міжнародні економічні відносини	3	екзамен	6
	Міжнародний бізнес			
ВК 12	Теорія галузевих ринків	5	екзамен	3
	Ринкознавство			
ВК 13	Паблік рілейшнз	4	екзамен	4
	Імідж підприємства			
ВК 14	Маркетингова політика розподілу	4	залік	7
	Технологія і практика продажів			
ВК 15	Економічний аналіз	4	залік	5
	Маркетинговий аудит			
ВК 16	Міжнародний маркетинг	4	залік	8
	Світовий ринок товарів і послуг			
ВК 17	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	залік	5
	Сучасні маркетингові технології			
ВК 18	Інфраструктура товарного ринку	4	залік	7
	Маркетинг посередницьких структур			
ВК 19	Комерційна діяльність	4	залік	6
	Маркетинг закупівель			
ВК 20	Маркетинговий аналіз	4	екзамен	8
	Курсовий проект			
	Аналітичний маркетинг		захист КП	
	Курсовий проект			
ВК 21	Реклама і рекламна діяльність	3	залік	7
	Медіапланування			
ВК 22	Товарознавство	3	залік	4
	Мерчандайзинг			
ВК 23	Ризик в маркетингу	3	залік	6
	ВК 23 Підприємницькі ризики			
ВК 24	Конкурентний маркетинг	4	залік	7
	Теорія економічної конкуренції			
ВК 25	Цифровий маркетинг	3,5	залік	6
	Інтернет-маркетинг			

ВК 26	Державне та регіональне управління	5	екзамен	3
	Прогнозування та макроекономічне планування			
Загальний обсяг вибіркових компонент циклу професійної підготовки:		61,5		
Загальний обсяг вибіркових компонент:		97,5		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240		

### Структурно-логічна схема ОПП

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ВК 1, ВК 5, ВК 7, ВК 9	8	17
	2	ОК 2, ОК 5, ОК 6, ОК 27, ВК 3, ВК 4, ВК 5, ВК 9, ВК 10	9	
2	3	ОК 3, ОК 7, ОК 14, ВК 2, ВК 5, ВК 9, ВК 12, ВК 26	8	16
	4	ОК 9, ОК 11, ОК 15, ОК 16, ВК 5, ВК 9, ВК 13, ВК 22	8	
3	5	ОК 10, ОК 12, ОК 17, ОК 19, ВК 6, ВК 8, ВК 15, ВК 17	8	16
	6	ОК 13, ОК 18, ОК 24, ОК 28, ВК 11, ВК 19, ВК 23, ВК 25	8	
4	7	ОК 20, ОК 21, ОК 22, ОК 26, ВК 14, ВК 18, ВК 21, ВК 24	8	14
	8	ОК 23, ОК 25, ОК 29, ОК 30, ВК 16, ВК 20	6	

### III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	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. Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи, процедура перевірки на плагіат, порядок та вимоги до оприлюднення регламентується внутрішніми документами й положеннями ЗВО.
<b>Вимоги до публічного захисту (демонстрації)</b>	Захист кваліфікаційної роботи здійснюється публічно і гласно. Публічний захист здійснюється перед атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.
<b>Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації</b>	Документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти бакалавр із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

#### IV. Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

<b>Принципи та процедури забезпечення якості освіти</b>	<p>Принципи забезпечення якості освіти:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- відповідальність за якість вищої освіти, що надається;</li><li>- забезпечення якості відповідає різноманітності систем вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів;</li><li>- забезпечення якості сприяє розвитку культури якості;</li><li>- забезпечення якості враховує потреби та очікування студентів, усіх інших стейкхолдерів та суспільства.</li></ul> <p>Процедурами забезпечення якості освіти є:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти; розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;</li><li>- розробка системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярного оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Луцького НТУ, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб, згідно з розробленими та затвердженими правилами;</li><li>- організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;</li><li>- формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;</li><li>- створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;</li><li>- оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освіти програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;</li><li>- розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти;</li><li>- активне залучення органів студентського самоврядування до забезпечення якості освіти та надання освітніх послуг;</li><li>- інших процедур і заходів</li></ul>
<b>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</b>	<p>Моніторинг і періодичний перегляд програм здійснюється з метою забезпечення їх відповідності потребам стейкхолдерів, студентів і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, інформуються всі зацікавлені сторони.</p> <p>Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері міжнародних економічних відносин, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам;</li><li>- потреб суспільства, що змінюються;</li><li>- навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми;</li><li>- ефективності процедур оцінювання студентів;</li><li>- очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання;</li><li>- навчального середовища відповідності меті і змісту програми;</li><li>- якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти.</li></ul> <p>Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів.</p>

<p><b>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти</b></p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері;</li> <li>- критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь;</li> <li>- оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання;</li> <li>- оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніж дві особи;</li> <li>- процедури оцінювання здобувачів вищої освіти повинні враховувати пом'якшувальні обставини;</li> <li>- оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур;</li> <li>- наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів.</li> </ul>
<p><b>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних та наукових працівників</b></p>	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації;</li> <li>- прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації;</li> <li>- моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності;</li> <li>- обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність.</li> </ul>
<p><b>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</b></p>	<p>Заклади вищої освіти забезпечують освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснюють відповідну підтримку студентів.</p> <p>При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти враховуються потреби різноманітного студентського контингенту (такого як студенти з досвідом, заочної форми навчання, працюючі, іноземні, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання.</p> <p>Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.</p>
<p><b>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</b></p>	<p>З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями, інноваційний й кадровий менеджмент та ін.</p>
<p><b>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої</b></p>	<p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за ОПІ Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг публікується на сайті Луцького НТУ, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, студентів, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості.</p>

<b>освіти та кваліфікації</b>	Надається інформація про освітню діяльність за ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг, включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів.
<b>Запобігання та виявлення академічного плагіату</b>	Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в Луцькому НТУ, базується на таких принципах: <ul style="list-style-type: none"> <li>- дотримання загальноприйнятих принципів моралі;</li> <li>- демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм;</li> <li>- повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності;</li> <li>- дотримання норм законодавства про авторське право;</li> <li>- посилання на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень відомостей;</li> <li>- самостійне виконання індивідуальних завдань.</li> </ul> У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих у Луцькому НТУ положень та норм.

## **V. Матриці відповідностей компонентів освітньої програми**

Таблиця 5.1. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Таблиця 5.2. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

Таблиця 5.3. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Таблиця 5.4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (обов'язкові компоненти ОПП)

Таблиця 5.5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (вибіркові компоненти ОПП)

Таблиця 5.6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми (обов'язкові компоненти ОПП)

Таблиця 5.7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми (вибіркові компоненти ОПП)

Таблиця 5.1. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	<b>Знання</b>	<b>Уміння</b>	<b>Комунікація</b>	<b>Автономія та відповідальність</b>
	<b>Зн1</b> Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень <b>Зн2</b> Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	<b>Ум1</b> 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	<b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	<b>АВ1</b> Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах <b>АВ2</b> Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб <b>АВ3</b> Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<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

Таблиця 5.2. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

	Компетентності																												
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
P1						+									+	+											+		
P2			+			+	+	+	+								+								+			+	
P3								+					+					+					+	+					
P4								+	+								+			+	+							+	
P5			+			+														+	+					+		+	
P6			+			+	+	+										+	+	+	+							+	
P7									+															+	+	+			
P8			+	+		+	+								+				+				+	+			+		
P9						+	+															+				+	+	+	
P10								+	+	+							+										+	+	
P11			+			+	+					+							+	+		+				+	+	+	
P12				+			+					+					+		+										
P13					+									+								+						+	
P14				+	+		+					+						+										+	
P15		+	+										+	+													+		
P16				+		+							+					+	+									+	
P17										+					+												+		
P18		+	+											+															

Таблиця 5.3. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Дескриптори НКР	Програмні результати	Компетенції	Опис результату
Знання	P1.	ЗК6, СК1, СК2, СК12	P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	P3	ЗК7, ЗК13, СК4, СК9, СК10	P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
Уміння	P2	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, СК3, СК11, СК14	P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	P4	ЗК8, ЗК9, СК3, СК6, СК7, СК14	P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
	P5	ЗК3, ЗК6, СК6, СК7, СК12, СК14	P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	P6	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК4, СК5, СК6, СК7, СК14	P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	P11	ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, СК5, СК6, СК8, СК12, СК13, СК14	P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	P12	ЗК4, ЗК7, ЗК11, СК3, СК5	P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

	P14	ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, СК4, СК14	P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
Комунікація	P7	ЗК9, СК10, СК11, СК12	P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	P10	ЗК8, ЗК9, ЗК10, СК3, СК13, СК14	P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
	P17	ЗК10, СК1, СК12	P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
Автономія і відповідальність	P8	ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, СК1, СК5, СК9, СК10, СК13	P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	P9	ЗК6, ЗК7, СК8, СК12, СК13, СК14	P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	P13	ЗК5, ЗК14, СК8, СК14	P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	P15	ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, СК13	P15. 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.
	P16	ЗК4, ЗК6, ЗК14, СК4, СК5, СК14	P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
	P18	ЗК1, ЗК2, ЗК14	P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Таблиця 5.4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (обов'язкові компоненти ОПП)

	ОК 1	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	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК01	+			+									+		+															
ЗК02	+			+									+		+															
ЗК03	+	+	+		+	+	+	+						+			+	+	+			+					+	+	+	+
ЗК04		+				+	+	+	+	+	+	+				+	+													
ЗК05						+	+		+	+	+	+			+															
ЗК06	+	+	+	+	+	+	+	+						+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК07	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+
ЗК08	+	+			+		+	+		+	+	+		+			+	+				+					+	+	+	+
ЗК09	+	+			+		+	+		+	+	+		+		+	+								+	+	+	+	+	+
ЗК10							+							+			+													
ЗК11							+	+	+	+	+	+				+														
ЗК12														+					+	+										
ЗК13	+			+									+		+	+	+	+	+			+					+	+	+	+
ЗК14	+			+		+		+		+	+	+	+		+	+	+													
СК01		+		+		+	+									+	+	+		+	+	+	+	+	+	+				
СК02				+												+	+	+		+	+	+	+	+	+	+				







## **VI. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА**

1. Закон України «Про освіту». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Закон України «Про вищу освіту». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» №1341 від 23.11.2011 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
4. Рівні Національної рамки кваліфікацій. URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/rivni-nacionalnoyi-ramki-kvalifikacij>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» №244 від 15.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/244-2015-п>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №266 від 29.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
7. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
8. Класифікатор професій ДК 003:2010. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
9. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 23 травня 2018 р. № 347). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF>
10. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648). URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
11. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності «075 Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 05.12.2018 № 1343.
12. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».
13. Положення про освітні програми у Луцькому національному технічному університеті. Введені у дію наказом ректора № 57-05-35 від 1 лютого 2018 року. Введено в дію Наказом ректора Луцького НТУ № 57-05-35 від 01 лютого 2018 року.
14. Кодекс честі Луцького НТУ (від 24.04.2018 р.)
15. Положення про комісію з питань етики та академічної доброчесності в Луцькому НТУ (від 24.04.2018 р.).