

## ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Національний університет "Києво-Могилянська академія"</b>
Освітня програма	<b>27298 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

Цей звіт складений за наслідками акредитаційної експертизи згаданої вище освітньої програми, що проводилася Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти.

Звіт є результатом роботи експертної групи. Його основним призначенням є систематизація отриманої інформації, її аналіз та безпосереднє оцінювання якості освітньої програми. Звіт призначений як безпосередньо для закладу вищої освіти, так і для широкої громадськості. Він є публічним документом та буде оприлюднений на сайтах Національного агентства і закладу вищої освіти. Він також є підставою для прийняття подальших рішень галузевою експертною радою та Національним агентством.

Детальніше про мету і порядок проведення акредитації можна дізнатися на вебсайті Національного агентства – <https://naqa.gov.ua/>

*Використані скорочення:*

**ID** - ідентифікатор

**ВСП** - відокремлений структурний підрозділ

**ЄДЕБО** - Єдина державна електронна база з питань освіти

**ЄКТС** - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

**ЗВО** - заклад вищої освіти

**ОП** - освітня програма

## Загальні відомості

### 1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний університет "Києво-Могилянська академія"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	27298
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

### 2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Іваненко Лариса Михайлівна, Жифарський Данііл Сергійович, Люльов Олексій Валентинович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	17.02.2022 р. – 19.02.2022 р.

### 3. Посилання на документи, які підлягають оприлюдненню закладом вищої освіти на своєму вебсайті

Відомості про самооцінювання ОП	<a href="https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-32-45/vidomosti-pro-samootsiniuvannia-osvitnikh-prohram">https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-32-45/vidomosti-pro-samootsiniuvannia-osvitnikh-prohram</a>
Програма візиту експертної групи	<a href="https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-32-45/vidomosti-pro-samootsiniuvannia-osvitnikh-prohram">https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-32-45/vidomosti-pro-samootsiniuvannia-osvitnikh-prohram</a>

### 4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

#### I. Наявність або відсутність підстав для відмови в акредитації, не пов'язаних із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми

На думку експертної групи, підстави для прийняття рішення про відмову в акредитації з підстав, не пов'язаних із відповідністю критеріям оцінювання якості освітньої програми:

**відсутні**

## II. Резюме

## **Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям**

Результати аналізу цілей та програмних результатів навчання ОП, їх відповідності місії та стратегії НаУКМА, інтересам та пропозиціям груп заінтересованих сторін, тенденціям розвитку спеціальності та ринку праці, досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм, Стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю, у повній мірі відповідають нормативним вимогам та загалом даним критеріям. Під час роботи експертної групи підтверджено факти відомостей про самооцінювання за вказаною ОП. Освітній процес за ОП забезпечує підготовку висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, здатних ефективно працювати на різних галузевих ринках та в різних регіонах, в тому числі поза межами України. Викладання на ОП забезпечується висококваліфікованими НПП, які постійно підвищують свою професійну майстерність. ОП успішно реалізується та має перспективи для подальшого розвитку. Освітнє середовище та матеріальні ресурси дозволяють досягти цілей ОП та ПРН. При загальному дуже позитивному враженні ЕГ було відмічена відсутність публічності діяльності НаУКМА щодо широкого інформування зацікавлених сторін різних аспектів освітнього процесу. Зокрема, оновлення сторінки «Новини» на офіційному сторінки кафедри. Разом з високою оцінкою якості освітнього процесу, рівня викладання та професійних якостей викладачів, під час зустрічей здобувачами було наголошено на необхідності підвищення практичної складової освітнього процесу, використання сучасної фахової літератури, власних наукових напрацювань НПП, залучення іноземних фахівців, розширення можливостей міжнародної академічної мобільності, практики подвійних дипломів.

## **Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик**

Сильними сторонами та позитивними практиками на ОП є: ОП «Маркетинг» забезпечує досягнення програмних результатів навчання, набуття здобувачами загальних та фахових компетентностей, визначених чинним стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти; НаУКМА повною мірою забезпечує студентоцентрикований підхід, що надає можливість індивідуального підходу до кожного студента; під час формування цілей та програмних результатів навчання ОП враховані інтереси та пропозиції усіх груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів), активно вивчався досвід вітчизняних та закордонних ЗВО; позитивною практикою ЗВО є започаткування з 2017 р. проекту МАМІ та НаУКМА вивчення дисципліни Маркетинг впливу, органічний симбіоз практичного досвіду та науково-методичної складової професорсько-викладацького складу, що забезпечує ОП; надання можливості більш широкого вибору здобувачами освітніх компонентів, шляхом можливості обирати вибіркові дисципліни різних факультетів та кафедр університету; надання академічної свободи викладачам щодо формування академічного навантаження за фаховими дисциплінами (кількість та співвідношення лекційних та практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи); висока зацікавленість роботодавців у працевлаштуванні майбутніх випускників ОП шляхом набуття ними soft та hard skills для успішної професійної діяльності; залучення широкого кола представників компаній-лідерів на ринку маркетингових послуг; застосування сучасних маркетингових онлайн-інструментів та платформ; наявність у силабусах більшості освітніх компонентів розділу “Політика доброчесності”, що надає можливість здобувачам вищої освіти дізнатися про політику академічної доброчесності щоразу, як вони звертаються до силабусів; створення рейтингової системи показники викладачів, що дозволяє залучити кваліфікований персонал до організації та реалізації освітнього процесу.

## **Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення**

До слабких сторін за даною ОП ЕГ може віднести: до складу робочої групи з розробки ОП не включено здобувачів, представників студентського самоврядування; не деталізовано і не акцентовано увагу на іноземних освітніх програмах; не здійснюється щорічне опитування здобувачів та випускників за ОП, щодо ефективності виконання завдання самостійної роботи за кожним ОК та його оптимального розподілу; відсутність системної практики залучення здобувачів освіти в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозицій щодо покращення ОП на засідання кафедри, проведення Центром забезпечення якості освіти опитування випускників, можливості надання пропозиції та зауваження щодо ОП усіма зацікавленими стейкхолдерів на офіційному вебсайті кафедри маркетингу та управління бізнесом, практики ознайомлювати здобувачів з можливостями отримання неформальної освіти, включати рекомендовані курси, в т.ч. на платформах Prometheus і Coursera та ін., практики визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, на основі сертифікатів про участь у майстер-класах або вивчення додаткових курсів поза університетом; силабуси окремих ОК не містять інформації щодо протоколу та дати затвердження, посилянь на роботи викладачів, що ведуть дисципліну, сучасної рекомендованої літератури, яка не містить застарілу та російськомовну літературу; відсутність санітарної кімнати для здобувачів з особливими потребами на першому поверсі. Рекомендовано: деталізувати конкретні напрацювання зарубіжних ЗВО, що використано в ОП і акцентувати увагу на використаному досвіді аналогічних програм зарубіжних ЗВО; до анкети для опитування щодо якості викладання додати пункт про ефективність виконання завдання самостійної роботи за кожним ОК та його оптимального розподілу; започаткувати щорічне опитування здобувачів та випускників за ОП, щодо ефективності виконання завдання самостійної роботи за кожним ОК та його оптимального розподілу, системної практики залучення здобувачів освіти в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозицій щодо покращення ОП на засідання кафедри, проведення Центром забезпечення якості освіти опитування випускників, можливості надання пропозиції та зауваження щодо ОП усіма зацікавленими стейкхолдерів на офіційному вебсайті кафедри маркетингу та управління бізнесом, практики ознайомлювати здобувачів з

можливостями отримання неформальної освіти, включати рекомендовані курси, в т.ч. на платформах Prometheus і Coursera та ін., практики визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, на основі сертифікатів про участь у майстер-класах або вивчення додаткових курсів поза університетом; оновити силабуси окремих ОК щодо протоколу та дати їх затвердження, посилань на роботи викладачів, що ведуть дисципліну, рекомендовану літератури; створення санітарної кімнати для здобувачів з особливими потребами на першому поверсі.

### III. Аналіз

У цьому розділі експертна група описує встановлені під час акредитаційної експертизи фактичні обставини, аналізує та оцінює їх, а також надає свої рекомендації щодо удосконалення ОП та діяльності за нею за окремими критеріями.

#### **Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:**

##### **1. Освітня програма має чітко сформульовані цілі, які відповідають місії та стратегії закладу вищої освіти.**

Цілі освітньої програми 075 «Маркетинг» є чіткими та зрозумілими. Мета ОП, що полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним мисленням, фаховими компетентностями для ефективного управління маркетинговою діяльністю організацій будь-якої форми власності, відповідають запитам ринку праці та здатні застосовувати отримані знання в теорії та практиці маркетингу, відповідає місії ЗВО, визначеній у Стратегії розвитку НаУКМА до 2025 року, яка полягає у підготовці "високоосвіченої, національно свідомої, чесною, небайдужою, творчої особистості, здатної незалежно мислити і відповідально діяти" <https://usnd.to/LHrb>

##### **2. Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін.**

Спілкування експертів у фокус-групах зі здобувачами вищої освіти, роботодавцями дозволяє стверджувати, що під час формування цілей і результатів навчання враховані інтереси всіх стейкхолдерів. В НаУКМА постійно проводяться опитування здобувачів вищої освіти (<https://qa.ukma.edu.ua/>), результати яких обговорюються на засіданнях кафедри маркетингу та управління бізнесом. При спілкуванні зі здобувачами ОП було з'ясовано, що їх інтереси були враховані в контексті збільшення практичної підготовки (впроваджено сертифікатну програму «Customer Experience» (спільний проєкт МАМІ та НаУКМА), проведення ряду тренінгів фахівцями зі спеціальності, зокрема: Ірина Соловей (президентка Garage Gang); Альона Джагарян (бренд-менеджер компанії L'Oréal Paris); Євген Кобець (Country Manager Caucasus & Central Asia at Molson Coors Beverage Company) тощо), розширення переліку вибіркових дисциплін маркетингового спрямування (до переліку дисциплін вільного вибору було додано освітні компоненти «Рекомендаційний маркетинг», «Маркетинг в індустрії моди», «Бізнес-аналіз»). ЕГ засвідчує, що роботодавці активно залучаються до перегляду ОП, що документально підтверджено рецензіями генерального директора ТОВ «Лореаль Україна» Савчук М., директора ТОВ «Поларис-С» Силенко С. П. Підтвердження факту залучення роботодавців до формування контенту ОПП отримане на зустрічі з фокус-групою роботодавців (Виконавчий директор Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (МАМІ) - Мехед Тетяна; CEO Navas Group Ukraine, Голова правління (МАМІ) - Наталія Морозова; Президент Національного галузевого партнерства в легкій промисловості України «Fashion Globus Ukraine» - Голда Виноградська; Commercial Finance Manager P&G - Шеремета Орест - випускник; Керівник відділу маркетингу Karas Agency - Зленко Олексій – випускник), які засвідчили тісну співпрацю з НаУКМА та кафедрою маркетингу та управління бізнесом, що втілюється у розробку та реалізацію спільних проєктів (курси, проходження практики, участь у Ярмарках вакансій, гостьових лекцій і тренінгів тощо). ЕГ відзначено відсутність дорадчо-консультаційного органу НаУКМА (Експертної ради роботодавців), що здійснює свою діяльність з метою забезпечення високої якості професійної підготовки фахівців на основі співробітництва випускових кафедр університету із зацікавленими підприємствами і організаціями – провідними роботодавцями. Врахування інтересів академічної спільноти відбувається як на етапі проектування, так і на етапі реалізації та вдосконалення ОП, що дозволяє враховувати пропозиції НПП випускової кафедри на якій реалізується ОПП та інших внутрішніх стейкхолдерів (аспірант кафедри маркетингу та управління бізнесом Синиця М.А.). Інформація, отримана під час зустрічей з гарантом, академічним персоналом, здобувачами та роботодавцями, а також представлені гарантом документи засвідчили, що цілі ОП та ПРН враховують позиції та потреби різних груп зацікавлених стейкхолдерів (студентів, викладачів та роботодавців).

##### **3. Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду**

## **аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.**

Під час зустрічей із Гарантом та НПП було з'ясовано, що ОП спрямована на формування у здобувачів вищої освіти глибоких і системних знань в сфері маркетингу, здатних ефективно працювати на різних галузевих ринках та в різних регіонах, в тому числі поза межами України. Однак, при підготовці професіоналів за ОП рекомендуємо підсилити галузевий контекст. Активна співпраця з представниками регіональних підприємств, установ та організацій під час реалізації освітнього процесу в частині проведення тренінгів, майстер-класів, практик та підтвердження працевлаштування випускників ОП свідчать про присутність регіонального контексту спеціальності та ринку праці. Згідно перегляд ОП із залученням стейкхолдерів, проводиться періодично, але не менше ніж раз на рік, що підтверджено витягами з протоколів засідання кафедри маркетингу та управління бізнесом № 4 від 22.04.2019 р., № 7 від 26.06.2020 р., № 11 від 22.11.2021, а також Гарантом та НПП, роботодавцями під час он-лайн зустрічей. У той же час, згідно даних протоколів здобувачі освіти не були залучені до складу робочої групи з перегляду змісту ОП і ОК. Під час формування ОП активно вивчався досвід провідних вітчизняних (Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, Державного університету «Одеська політехніка», Київського національного торговельно-економічного університету, Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського») та закордонних закладів вищої освіти по профілю спеціальності, з якими науково-педагогічні працівники НаУКМА здійснюють співпрацю (зокрема, вивчений досвід відображено в змісті обов'язкових та вибіркових дисциплін ОП «Маркетинг». Так, у навчальний план було додано вибірковий курс «Маркетинг в індустрії моди» завдяки стажуванню Пан Л.В. у San Anastasio international school (Іспанія)).

**4. Освітня програма дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності). За відсутності затвердженого стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти, програмні результати навчання повинні відповідати вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.**

Зміст розробленої ОП «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» дає можливість досягти результатів навчання, які визначені стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України. Так, одним із результатів навчання згідно Стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю є: «Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності». Результати аналізу матриці відповідності свідчать, що програмні результати формують відповідні компетентності. Однак, пропонуємо оптимізувати кількість результатів навчання для освітніх компонент ОК1.1.9, ОК1.1.10, ОК1.1.17, ОК1.1.19, ОК1.1.26- ОК1.1.32 (до їх прийнятного числа 6-8 за рекомендаціями Довідника користувача ЄКТС). ЕГ підтверджує, що ПРН узгоджуються з її дескрипторами та відповідають 6 рівню Національної рамки кваліфікацій в редакції Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 25.06.2020 № 519.

### **Загальний аналіз щодо Критерію 1:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.**

Цілі та фокус ОП відповідають місії та стратегії НаУКМА. ЗВО має відповідні ресурси для їх досягнення. ОП «Маркетинг» забезпечує досягнення програмних результатів навчання, набуття здобувачами загальних та фахових компетентностей, визначених діючим стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. НаУКМА повною мірою забезпечує студентоцентризований підхід, що надає можливість індивідуального підходу до кожного студента. Під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП враховані інтереси та пропозиції усіх груп заінтересованих сторін (стейкхолдерів), активно вивчався досвід вітчизняних та закордонних ЗВО.

#### **Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 1.**

До складу робочої групи з розробки ОП не включено здобувачів, представників студентського самоврядування. ОП «Маркетинг» враховує досвід аналогічних освітніх програм ряду зарубіжних ЗВО, але конкретно це не деталізовано і не акцентовано увагу на іноземних освітніх програмах. Необхідно деталізувати конкретні напрацювання зарубіжних ЗВО, що використано в ОП і акцентувати увагу на використаному досвіді аналогічних програм зарубіжних ЗВО

#### **Рівень відповідності Критерію 1.**

Рівень В

## **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.**

Є сильні сторони і недоліки. ОП «Маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 1.1 та 1.2. За підкритерієм та 1.3 є несуттєві недоліки, які можуть бути усунуті оперативним, зокрема: необхідно деталізувати конкретні напрацювання зарубіжних ЗВО, що використано в ОП і акцентувати увагу на використаному досвіді аналогічних програм зарубіжних ЗВО; включити до складу робочої групи з розробки ОП здобувачів вищої освіти, представників студентського самоврядування

## **Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:**

**1. Обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти та відповідного стандарту вищої освіти (за наявності).**

Обсяг ОП становить 240 кредитів ЄКТС, що відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, а також встановленим ст.5, п.4 Закону України «Про вищу освіту» вимогам щодо навчального навантаження для бакалаврських освітньо-професійних програм (240 кредитів ЄКТС). При цьому, згідно Закону України «Про вищу освіту» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти не менше 50 % обсягу ОП має бути спрямовано на здобуття загальних та фахових компетентностей, визначених стандартом, ОП повністю відповідає встановленим вимогам. Обсяг обов'язкових компонент становить 165 кредитів ЄКТС (68,8 %), що розподілені за блоками: нормативні навчальні дисципліни (144 кредитів ЄКТС), практики (6,0 кредитів ЄКТС), державна атестація (15,0 кредитів ЄКТС). Обсяг вибіркового компонент становить 75 кредитів ЄКТС (31,2 %), що розподілені за блоками: дисципліни професійної та практичної підготовки (50 кредитів ЄКТС), дисципліни вільного вибору студентів (25 кредитів ЄКТС). Під час зустрічі з викладачами та адміністративним персоналом було отримано інформацію, що здобувачі мають можливість вибору ОК, у т.ч., з іншої ОП відповідно до Порядку проведення запису на вибіркові дисципліни за допомогою САЗ (<https://inlnk.ru/YAjQ8a>). Опрацювання ОП, навчального плану та силабусів показало їх повну відповідність. Загальний термін навчання за програмою становить 3 р. 10 міс. на базі повної загальної середньої освіти.

**2. Зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, складають логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.**

ОП «Маркетинг» має чітку структуру та взаємозв'язок між усіма освітніми компонентами та містить: профіль освітньої програми; перелік компонентів ОП та їх логічну послідовність (структурно-логічну схему); форми атестації здобувачів вищої освіти (виконання випускної кваліфікаційної роботи); матрицю відповідності програмних компетентностей освітнім компонентам ОП; матрицю забезпечення результатів навчання відповідними компонентами ОП. У контексті загального часу навчання простежується чітке структурування освітніх компонентів ОП. Змістовний аналіз відомостей про самооцінювання, навчального плану та ОП «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в НаУКМА дозволяє стверджувати, що кожний програмний результат навчання реалістично охоплений змістом програми, програмні результати навчання чітко корелюються із загальними та професійними компетентностями. Кожний компонент ОП базується на теоретичних та науково-практичних засадах маркетингової діяльності, які відображені у силабусах навчальних дисциплін на платформі НаУКМА DistEdu (Moodle) <https://distedu.ukma.edu.ua>

**3. Зміст освітньої програми відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності (спеціальностям, якщо освітня програма є міждисциплінарною).**

Дана ОП «Маркетинг» не є міждисциплінарною. Всі програмні результати навчання забезпечуються освітніми компонентами, що включені до нормативної складової даної ОП «Маркетинг» (структурно-логічна схема ОП «Маркетинг», матриця відповідності програмних компетентностей освітнім компонентам ОП «Маркетинг» та матриця відповідності визначених результатів навчання та компетентностей наочно підтверджують такі висновки). Зміст ОП «Маркетинг», зокрема, об'єкт, цілі навчання та методи загалом відповідають предметній області, що визначена для даної спеціальності Стандартом вищої освіти.

**4. Структура освітньої програми передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін у**

## **обсязі, передбаченому законодавством.**

Індивідуальна освітня траєкторія даної ОПП забезпечується такими документами: Положенням «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №300 від 14.06.2021) <https://inlnk.ru/roew3G>, Порядком проведення запису на вибіркові дисципліни за допомогою САЗ (<https://inlnk.ru/YAjQ8a>). Зокрема, п. 1,5 Порядку визначає, що «вибіркові дисципліни студент обирає самостійно. САЗ дозволяє студентів записатися на вибіркові дисципліни, що пропонуються факультетами та кафедрами університету». Крім того, п. 3 Порядку визначена процедура запису, яка складається з декількох етапів: етап презентації курсів, перший етап запису – свідомий вибір дисциплін студентом, етап контролю кількості груп, другий етап запису, третій етап запису, вказана Система також формує відповідне навантаження на ПВС та визначає кількість кредитів, які опановує здобувач впродовж семестру. Обсяг дисциплін за вибором здобувачів вищої освіти відповідає затвердженому Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 “Маркетинг” (першого (бакалаврського) рівня) і становить 31,2% від загального обсягу кредитів. Здобувачі вищої освіти даної ОП засвідчили вільне право на індивідуальне обрання дисциплін за вибором, а також зазначили, що існуюча норма щодо чисельності студентів на дисципліну за вибором не обмежує їх право на вільне індивідуальне обрання дисциплін за вибором, а підхід до формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачами в НаУКМА є цілком прозорим та зрозумілим. Вибір дисциплін студентами здійснюється згідно з календарним графіком

## **5. Освітня програма та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності.**

ОП передбачає проходження здобувачами переддипломної практики (6 кредитів ЄКТС) у 4 н.р. – обов’язковий ОК. Проведення практичної підготовки регламентується Положенням «Про практику в НаУКМА» (Наказ №669 від 17.11.2011) <https://inlnk.ru/ZZo65R>. Проходження практики здобувачами здійснюється відповідно до укладених договорів з відомими провідними українськими підприємствами та організаціями, що мають успішний практичний досвід з надання маркетингових послуг і реалізують активну маркетингову політику. Підтвердженням чого є зазначення подібної практики та договорів у ході зустрічі 5 зі стейкхолдерами Морозовою Н. (CEO Navas Group Ukraine), Зленко О. (керівник відділу маркетингу Karas Agency) тощо. Опитування зовнішніх стейкхолдерів дозволило встановити їх зацікавленість у працевлаштуванні майбутніх випускників ОП за рахунок набуття ними soft та hard skills для успішної професійної діяльності. Крім того, при розмові зі здобувачами освіти, академічним персоналом, гарантом та роботодавцями було виявлено, що під час реалізації ОП здобувачі на постійній основі відвідують підприємства для ознайомлення з особливостями майбутньої професії та набуття практичного досвіду. В умовах пандемії для здобувачів проводяться Zoom-воркшопи, семінари та лекції з представниками компаній у рамках вивчення ОК, наприклад, у Міжнародному науково-практичному семінарі «Нейронауки та когнітивні системи в економіці», що відбувся 18 лютого 2019 року в Національному університеті «Киево-Могилянська академія» за участі керівника компанії EBSG O.A. Яновської (<https://inlnk.ru/KenDya>). Також встановлено, що викладачами на практичних заняттях («Маркетингові дослідження», «Маркетинг», «Digital-маркетинг») застосовуються онлайн-інструменти та платформи, що дозволяють здобувачам набути soft та hard skills, які потрібні для успішної роботи за спеціальністю.

## **6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям.**

Затверджена ОП «Маркетинг» передбачає набуття соціальних навичок (soft skills) у здобувачів під час вивчення окремих складових освітніх компонентів. Під час спілкування з групою забезпечення, здобувачами та роботодавцями було підкреслено, що виконання індивідуальних проєктів, їх презентація, спільні(групові) проєкти в межах підготовки до семінарських занять сприяють набуттю соціальних навичок (soft skills) у здобувачів. Зокрема: ЗК10 (Здатність спілкуватися іноземною мовою), ЗК11 (Здатність працювати в команді), ЗК12 (Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)), ЗК13 (Здатність працювати в міжнародному контексті) передбачені при викладанні ОК 1.1.26 «Бухгалтерський облік», ОК1.1.13 «Культура ведення бізнесу», ОК1.1.29 «Маркетингові комунікації» 1.2.1 під час розробки кейсів, виконанні групових та індивідуальних завдань. На зустрічі із роботодавцями (зустріч 5) представник Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (МАМІ) зазначила, що під час вивчення дисципліни Маркетинг впливу (з 2017 р започатковано спільний проєкт МАМІ та НаУКМА) здобувачі оволодівають навичками самовідповідальності, презентації та креативності. Відповідно, ЕГ дійшла висновку, що ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), які відповідають заявленим цілям та програмним результатам навчання.

## **7. Зміст освітньої програми урахує вимоги відповідного професійного стандарту (за наявності).**

Професійний стандарт для спеціальності 075 “Маркетинг” на момент складання ОП відсутній.

**8. Обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання.**

Загальний обсяг ОПП складає 240 кредитів ЄКТС, з яких 165 кредитів - обов'язкова складова (відповідно до Стандарту вищої освіти) і 75 кредитів - за вибором здобувачів вищої освіти. За результатами аналізу нормативних документів та опитування здобувачів, академічного персоналу, гаранта, керівників (сервісних) структурних підрозділів встановлено, що в НаУКМА утворено систему моніторингу фактичного навантаження здобувачів з метою співвіднесення обсягу окремих ОК. Відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу» (<https://inlnk.ru/PmwPvo>) навчальний час здобувача обліковується в академ. годинах. При цьому навчальний день здобувача не повинен бути тривалістю більше 9 академ. годин, тиждень не > 24 академ. годин, навчальний рік становить 60 кредитів ЄКТС. Обсяг одного кредиту становить 30 годин навчальних занять і самостійної роботи студента, із яких 33% - це аудиторні години; 2/3 - самостійна робота (Положення «Про самостійну роботу студентів НаУКМА» (Наказ №611 від 05.11.2012). <https://cutt.ly/pFBL7jz>. Розподіл годин навчального часу здобувачів за тижнями та видами роботи відображено у силабусах. Під час зустрічей зі здобувачами освіти ЕГ було виявлено, що в НаУКМА не здійснюється щорічне опитування здобувачів та випускників за ОП, щодо ефективності виконання завдання самостійної роботи за кожним ОК та його оптимального розподілу. У той же час, студентська фокус-група відмітила, що здобувачі не відчують надмірного навантаження під час навчання.

**9. У разі здійснення підготовки здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти структура освітньої програми та навчальний план узгоджені із завданнями та особливостями цієї форми здобуття освіти.**

Підготовка здобувачів за дуальною формою освіти не здійснюється Проте, в НаУКМА розроблено Положення “Про дуальну форму здобуття вищої освіти у НаУКМА” (Наказ №479 від 08.12.2020 р.). [https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat\\_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/63-dokumenty-iz-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu?start=5](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/63-dokumenty-iz-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu?start=5) до запровадження якої планується залучення і ОП з “Маркетингу”.

**Загальний аналіз щодо Критерію 2:**

**Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.**

Позитивною практикою ЗВО є започаткування з 2017 р. проекту МАМІ та НаУКМА вивчення дисципліни Маркетинг впливу, органічний симбіоз практичного досвіду та науково-методичної складової професорсько-викладацького складу, що забезпечує ОП. НаУКМА є цілком свідомим щодо покращення процесу надання можливості більш широкого вибору здобувачами освітніх компонентів, тому здобувачам пропонується обирати вибіркові дисципліни різних факультетів та кафедр університету, надання академічної свободи викладачам щодо формування академічного навантаження за фаховими дисциплінами (кількість та співвідношення лекційних та практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи). Важливо підкреслити високу зацікавленість роботодавців у працевлаштуванні майбутніх випускників ОП за рахунок набуття ними soft та hard skills для успішної професійної діяльності. У рамках практичної підготовки здобувачів значна увага приділена ознайомленню з особливостями та специфікою майбутньої професії, а в умовах пандемії, на систематичній основі для здобувачів проводяться Zoom-воркшопи та лекції з представниками компаній-лідерів на ринку маркетингових послуг. Крім того, з метою набуття здобувачами ОП запитуваних на ринку праці навичок для успішного працевлаштування, викладачами на практичних заняттях застосовуються сучасні онлайн-інструменти та платформи.

**Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 2.**

Під час зустрічей зі здобувачами освіти ЕГ було виявлено, що в НаУКМА не здійснюється щорічне опитування здобувачів та випускників за ОП, щодо ефективності виконання завдання самостійної роботи за кожним ОК та його оптимального розподілу.

**Рівень відповідності Критерію 2.**

Рівень В

**Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.**



Є сильні сторони і недоліки. ОП «Маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 2.1; 2.2; 2.3; 2.4; 2.5; 2.6; 2.7 та 2.9. За підкритерієм та 2.8 є несуттєві недоліки, які можуть бути усунуті оперативно, зокрема: до анкети для опитування щодо якості викладання додати пункт про ефективність виконання завдання самостійної роботи за кожним ОК та його оптимального розподілу

### **Критерій 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання:**

#### **1. Правила прийому на навчання за освітньою програмою є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та оприлюднені на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти.**

Правила прийому до НаУКМА в 2022 р. і, зокрема, за ОП «Маркетинг» оприлюднені на офіційному сайті ЗВО (<https://vstup.ukma.edu.ua/dlya-vstupnykiv-na-bakalavrat/>), де також наявні окремі пункти з переліком необхідних документів (<https://vstup.ukma.edu.ua/dlya-vstupnykiv-na-bakalavrat/yaki-dokumenty-potribno-podaty/>), переліком спеціальностей та конкурсних предметів, спеціальними умовами вступу та вартістю навчання. Прийом здійснюється на конкурсній основі за різними джерелами фінансування. Прозорість вступу забезпечується завдяки інформуванню через вебсайт про оголошення прийому на навчання, терміни здобуття освіти, форми та вартість здобуття освіти та ін. Правила прийому є чіткими та зрозумілими, вебсайт має зручний інтерфейс, який забезпечує швидкий пошук потрібної інформації. Правила прийому не мають дискримінаційних положень. Прийом іноземців до НаУКМА на навчання за рахунок коштів державного бюджету та за кошти фізичних/юридичних осіб вказані у правилах прийому (розділ XIV) (<https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/Pravila2022v3.pdf>) та не мають дискримінаційних положень, також має практичне застосування: на 2 курсі навчається іноземець з Грузії.

#### **2. Правила прийому на навчання за освітньою програмою враховують особливості самої освітньої програми.**

Конкурсний відбір для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра на основі повної загальної середньої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», ОП Маркетинг проводиться за результатами ЗНО. У Переліку конкурсних предметів ([https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2021/12/ZNO\\_2022\\_BP\\_01.12.21\\_final.pdf](https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2021/12/ZNO_2022_BP_01.12.21_final.pdf)) зазначені необхідні предмети для вступу, зокрема, Українська мова та література (0,2), Математика (0,5), та третій предмет на вибір: Історія України, або математика, або біологія, або географія, або фізика, або хімія, що відповідає нормативним вимогам МОН (0,2). Також враховується середній бал документа про повну загальну середню освіту (0,1). Мінімальна кількість балів для участі в конкурсі становить 140 балів. У Переліку спеціальностей (<https://vstup.ukma.edu.ua/dlya-vstupnykiv-na-bakalavrat/perelik-spetsialnostej/>), зокрема, у спеціальності 075 «Маркетинг» (<https://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/2011-04-05-15-42-31/183-bakalavr/bp-marketing>) вказані профіль програми, ключові результати навчання та вимоги до випуску, які відповідають особливостям ОП.

#### **3. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, що відповідають Конвенції про визнання кваліфікацій з вищої освіти в Європейському регіоні (Лісабон, 1997 р.), є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.**

Порядок визнання та врахування результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності, регулюється Положенням «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №300 від 14.06.2021) ([https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc\\_download/2284-polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/2284-polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma)), «Положенням про порядок участі у програмах внутрішньої і міжнародної академічної мобільності здобувачів вищої освіти НаУКМА» (Наказ №289 від 10.09.2020) ([https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat\\_view/1-dokumenty-naukma/12-normativna-baza-naukma/19-mizhnarodna-diialnist](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normativna-baza-naukma/19-mizhnarodna-diialnist)). Усі документи є у вільному доступі на офіційному вебсайті університету у розділі «Документи НаУКМА» та на сторінці соцмереж відділу міжнародного співробітництва ([https://www.facebook.com/groups/Int.naukma/?multi\\_permalink=1704395276411407](https://www.facebook.com/groups/Int.naukma/?multi_permalink=1704395276411407)). Здобувачі освіти ознайомлені з можливостями академічної мобільності та самі беруть участь у закордонних стажуваннях.

#### **4. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.**

Правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті визначені Положенням «Про дуальну форму здобуття вищої освіти у НаУКМА» (Наказ №479 від 08.12.2020) ([https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc\\_download/1784-polozhennia-pro-dualnu-formu-zdobuttia-vyshchoi-osvity](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1784-polozhennia-pro-dualnu-formu-zdobuttia-vyshchoi-osvity)), Положенням «Про порядок та процедуру визнання в НаУКМА результатів навчання, здобутих через неформальну або інформальну освіту» (Наказ №530 від 30.12.2020) ([https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc\\_download/1863-polozhennia-pro-poriadok-ta-protseduru-vyznannia-rezultativ](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1863-polozhennia-pro-poriadok-ta-protseduru-vyznannia-rezultativ)

cherez-neformalnu-osvitu). Згідно з цим, здобувачеві на освітніх програмах рівня «бакалавр» можуть визнати до 9 кредитів. Визнання результатів навчання відбувається за рішенням предметної комісії, до складу якої входять декан, гарант ОП та науково-педагогічні працівники, які викладають дисципліну / освітню компоненту.

### **Загальний аналіз щодо Критерію 3:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.**

Правила прийому на навчання є чіткими, зрозумілими, не містять дискримінаційних положень. Сайт з інформацією для вступу зручний у користуванні та у пошуку інформації. Усі правила прийому та визнання результатів реально використовуються на практиці, окрім визнання результатів, отриманих у неформальній освіті.

#### **Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 3.**

Недоліки відсутні. Рекомендації: Більше ознайомлювати здобувачів з можливостями отримання неформальної освіти, включати рекомендовані курси, в т.ч. на платформах Prometheus і Coursera та ін., започаткувати практичне визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, на основі сертифікатів про участь у майстер-класах або вивчення додаткових курсів поза університетом.

#### **Рівень відповідності Критерію 3.**

Рівень В

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.**

Критерій відповідає усім необхідним вимогам, правила прийому є прозорими та чіткими, вони оприлюднені на сайті ЗВО та враховують особливості ОП, але не виявлено інноваційних взірцевих практик.

### **Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:**

#### **1. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи.**

Під час вивчення документів з організації навчального процесу (Положення «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» <https://goo.su/bIWd>, «Положення про дистанційне навчання в НаУКМА» <https://shortest.link/2Ttw>), інформації про освітні компоненти ОП, а також зустрічі зі здобувачами вищої освіти, академічним персоналом, встановлено, що при впровадженні освітньої діяльності за ОП 075 «Маркетинг» використовують поряд з традиційними формами і методами навчання (лекції, семінарські та практичні заняття, контекстне, імітаційне та проблемне навчання, самостійна робота, контрольні заходи) також і немонологічні методи, що стимулюють залучення студентів до діалогу з викладачем з ціллю визначення їх реакції на надану інформацію. Під час онлайн-зустрічі з ЕГ студенти відмітили, як позитивний аспект навчання, наявність у НаУКМА сучасного програмного забезпечення та прагнення викладачів максимально підлаштовуватися під нові умови, використовувати нові навчальні платформи. На зустрічі з викладачами було встановлено, що методи навчання обираються викладачами вільно відповідно до змісту освітніх компонент з урахуванням практик викладання та можливістю ефективного формування компетентностей та програмних результатів навчання. Згідно Відомостей про самооцінювання (с. 12) та «Положення про дистанційне навчання в НаУКМА» (наказ № 107 від 01.03.2021 р, с. 6, <http://surl.li/bivyk>) дистанційне навчання здійснюється на освітній інституційній електронній платформі DistEdu (Moodle, <https://distedu.ukma.edu.ua>) за допомогою використання асинхронних та синхронних методів. Академічна свобода здобувачів вищої освіти забезпечується за допомогою механізму вибору вибіркових дисциплін професійної та практичної підготовки, а також дисциплін вільного вибору (с. 3-7 «Порядок проведення запису студентів на вибіркові дисципліни за допомогою системи автоматизованого запису» <http://surl.li/bivxx>). Згідно ОП 075 «Маркетинг» 2021р. (<https://shortest.link/33dg>), здобувачі мають можливість вільно обирати дисципліни у розмірі 31,25% від загального навантаження (75 кредитів). У НаУКМА діє повністю автоматизована система запису САЗ (<http://surl.li/bkqqu>), котра дозволяє студентам вільно обирати курси із загального переліку понад 3000 дисциплін («Концепція внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання», с. 4, наказ № 107 від 5.03.2018 р., <https://goo.su/bZOS>). Як зазначили студенти під час онлайн-зустрічі, найбільшою унікальністю і особливістю НаУКМА є гнучкість вибору дисциплін і можливість створювати власну індивідуальну траєкторію навчання, що дає можливість вивчати будь-який курс та отримати свій унікальний диплом. Студентоцентрованість підтверджується

принципами вільного творчого навчання, індивідуалізації та самостійності в організації освітнього процесу, можливістю студентів приймати участь у заходах НаУКМА. Таким чином, ЕГ дійшла до висновку, що студенти мають достатній рівень академічної свободи та можливість створювати необхідну для них індивідуальну траєкторію навчання.

## **2. Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів (у формі силабуса або в інший подібний спосіб).**

Співбесіди з академічним персоналом та здобувачами вищої освіти підтвердили наявність доступу до навчально-методичних матеріалів та зрозумілості цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів ОП 075 «Маркетинг». На сайті НаУКМА розміщено «Положення про критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти в НаУКМА» (<http://surl.li/bivyr>); «Положення про організацію самостійної роботи студентів НаУКМА» (<http://surl.li/bivyk>), «Положення про практику студентів НаУКМА» (<http://surl.li/bivyk>); «Положення про рейтингову систему оцінювання знань в НаУКМА» (<http://surl.li/bivyk>), анотації курсів (<http://surl.li/bivyx>). Варто відмітити наявність різних форм інформування здобувачів освіти: наявність анотації курсів на сторінці кафедри маркетингу та управління, в особистих електронних кабінетах здобувачів (за словами Гарантки Пічик К.В), на електронній освітній платформі DistEdu (с. 6 «Положення НаУКМА про електронну освітню платформу DistEdu (Moodle) та систему управління дистанційним Навчанням LMS (Learning management system)», <https://shortest.link/2VKG>). За словами Гарантки Пічик К.В., критерії оцінювання відображені у силабусах освітніх компонент та доводяться до здобувачів вищої освіти на першому занятті. Здобувачі вищої освіти відзначили своєчасність отримання інформації щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах обов'язкових та вибіркових освітніх компонентів. За словами директорки бібліотеки Чорної Т.В., освітній процес ОП «Маркетинг» забезпечується за допомогою оцифрування необхідних документів до вивчення певних дисциплін. За запитом на пошту локальної мережі зареєстрованих користувачів відсилаються оцифровані матеріали до курсів. Для отримання доступу до навчально-методичного забезпечення освітніх компонентів ОП 075 «Маркетинг» на сайті наукової бібліотеки НаУКМА та на платформі DistEdu необхідно зареєструватися (<http://ekmair.ukma.edu.ua/register>). Користування фондами та базами даних бібліотеки НаУКМА для викладачів і студентів Академії є безкоштовним.

## **3. Заклад вищої освіти забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньої програми відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей освітньої програми.**

Поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньої програми здійснюється через участь здобувачів вищої освіти у різних наукових заходах, які пропонуються кафедрою та Навчально-науковим центром НаУКМА. ЗВО в цілому забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП «Маркетинг» відповідно до першого рівня вищої освіти, спеціальності 075 Маркетинг та цілей ОП. Результати наукових досліджень, що проводять науково-педагогічні працівники та здобувачі вищої освіти оприлюднюються на сайті ЗВО (<http://surl.li/bkrie>) у вигляді монографій, наукових статей, тез доповідей на наукових конференціях, симпозіумах, круглих столах та інших наукових заходах. За результатами проведення круглого столу «Сучасні тенденції маркетингу та менеджменту» (Київ, 9 квітня 2021 р.) були завантажені до інституційного репозиторію НаУКМА постери студентів. (<https://shortest.link/3zwR>). При кафедрі діє Креативний маркетинговий центр, основним завданням якого, згідно інформації, наведеної на сторінці кафедри <https://shortest.link/2VBZ>, є «організація і проведення фундаментально-практичних досліджень та впровадження їх результатів у соціально-економічну сферу». Крім того, як зазначено Гаранткою Пічик К.В. під час онлайн-зустрічі з академічним персоналом, при кафедрі створено Центр аналітики бізнес-моделювання сталого розвитку, на базі якого здобувачі проходять переддипломну практику та виконують завдання в межах наукової теми кафедри. Але звіту з переддипломної практики здобувача освіти, який пройшов практику в Центрі аналітики бізнес-моделювання сталого розвитку і виконав відповідне завдання в межах наукової теми кафедри надано не було. Д.е.н., професор Чала Н.Д. розповіла про виконання наукової теми, що була присвячена клієнтській аналітиці на освітніх програмах. За словами Ніни Дмитрівни, до виконання цієї теми були також залучені й здобувачі освіти ОП «Маркетинг», як співтворці формування гіпотез і пошуку рішень. Крім того, Чала Н.Д. зазначила, що при підготовці до видання навчального посібника «Наукова робота: легко із задоволенням» автори орієнтувалися на думки студентів, які й запропонували назву та ідею такого посібника. Д.е.н., доцент Могилова М.М. зазначила, що у своїй дисципліні «Економіка праці» вона також використовує дослідницький інструментарій, що був напрацьований нею у науково-дослідному інституті на посаді завідувачою відділу соціального і економічного розвитку сільських територій. Спільну статтю, що знаходиться у відкритому доступі, зі здобувачем освіти має д.е.н., професор Россоха В.В. (<http://surl.li/bkvat>). За результатами онлайн-зустрічі з академічним персоналом та здобувачами вищої освіти було підтверджено залученість студентів до наукової роботи, результатом чого є публікації у збірниках матеріалів наукових конференцій. Для підтвердження таких публікацій Гаранткою Пічик К.В. було надано збірник матеріалів форуму: Бізнес, освіта і наука: вектори співпраці: матеріали III Міжнародного науково-практичного форуму, 8-10 квітня 2021 р.

## **4. Педагогічні, науково-педагогічні, наукові працівники (далі – викладачі) оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі.**

Порядок перегляду ОП визначено «Методичними рекомендаціями з розроблення освітніх/освітньо-наукових програм I-III рівнів вищої освіти у НаУКМА» (наказ № 206 від 19.04.2021р <https://shortest.link/2Vxv>). Аналіз навчально-методичного забезпечення дав змогу зробити висновок, що науково-педагогічні працівники регулярно переглядають силабуси освітніх компонентів, що передбачено «Концепцією внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання» (наказ № 107 від 05.03.2018 <https://shortest.link/33xk>) та «Положенням про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА» (наказ №299 від 06.07.2018 <https://shortest.link/2VA3>). При цьому, в межах оновлення ОК враховуються власні наукові досягнення, практичний досвід, сучасні напрацювання українських і західних фахівців з маркетингу тощо. Більшість викладачів має значний науковий потенціал: виконують дослідження в межах кафедральної науково-дослідної роботи: «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними процесами (2019–2024 рр., № 0119U103840), публікують монографії, статті у виданнях, що входять до науково-метричних баз Scopus та WOS, фахових виданнях, тези доповідей на міжнародних наукових конференціях (<https://shortest.link/2VB4>). У Відомостях про самооцінювання зазначено, що у 2020 році було оновлено зміст всіх освітніх компонентів ОП з врахуванням сучасних форм та методів онлайн-викладання (с. 14). Огляд силабусів освітніх компонентів підтвердив, що вони були оновлені перед 2020-2021 н.р. та 2021-2022 н.р. (розглянуті та затверджені на засідання кафедри протоколом №8 від 27.08.2020р. та протоколом № 7 від 30.08.2021 р.). Проте завантажені силабуси деяких освітніх компонентів («Маркетинг I», «Макроекономіка», «Історія економічних вчень», «Маркетинг послуг» тощо) не містять інформації щодо протоколу та дати затвердження. Крім того, списки рекомендованої літератури в силабусах окремих навчальних дисциплін все ще потребують оновлення, зважаючи на динамічність змін у галузі (зокрема література для навчальної дисципліни «Фінанси» не містить жодного джерела з 2017 по 2021 рік <https://inlnk.ru/nOPw4A>, для навчальної дисципліни «Актуальні проблеми менеджменту і маркетингу» також відсутня рекомендована література випуску після 2017 року <https://inlnk.ru/Jj2JOI>, для освітнього компоненту «Інформаційні системи та технології в маркетингу» відсутня рекомендована література випуску після 2016 року <https://inlnk.ru/PmwPOp>) тощо. Лише окремі силабуси освітніх компонентів містять публікації викладачів, які ведуть ці дисципліни. На сторінці кафедри маркетингу та управління бізнесом представлено перелік публікацій НПП кафедри, де є і посилання на цитування кожного з них за Google Scholar, Scopus, Web of Science, Researchgate, ORCID

## **5. Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності закладу вищої освіти.**

Згідно з «Планом стратегічного розвитку НаУКМА на 2015-2025» (с. 8, <http://surl.li/bjqlm>) у ЗВО створено умови для різних видів академічної мобільності. Крім того, у НаУКМА діє Комітет Вченої ради з інтернаціоналізації, на який покладено функції координації процедур інтернаціоналізації навчання, викладання та наукових досліджень. За інформацією, наданою Гарантом ОП найбільша кількість студентів, котрі були задіяні у академічній міжнародній мобільності, навчалися на 3 курсі (19 осіб, 83%). Найбільшим попитом серед студентів користувалися університети Німеччини, у котрих навчалось 8 студентів з 23. Крім того, здобувачі вищої освіти навчалися в університетах Нідерландів, Іспанії, Франції і Фінляндії. Найбільша активність студентів у академічній мобільності спостерігалась у 2020 році (8 студентів) та у 2019 році (7). Згідно інформації, зазначеною у Відомостях про самооцінювання (с. 15) протягом 2016-2019р.р. кафедрою було реалізовано міжнародний спільний проєкт «Students' Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia». НПП підвищують кваліфікацію за програмами іноземних закладів освіти. Зокрема, такі викладачі кафедри, як д.е.н., професорка Ковшова І.О. та доцентка Пан Л.В. проходили міжнародне стажування відповідно у Vysoká škola ekonomická v Praze: University of Economics за програмою «Інновації у навчальному процесі: методи, підходи, технології» та у San Anastasio international school (Іспанія) за програмою «Маркетинг в індустрії моди». Отримані знання та компетенції допомогли викладачу Пан Л.В. розробити вибіркового курсу. Всі викладачі, що працюють на ОП, мають публікації у профільних наукових фахових виданнях та матеріалах всеукраїнських та міжнародних конференцій. Такі викладачі кафедри, як д.е.н., проф. Храпкіна В.В., д. н. держ. управ., проф. Чала Н.Д., д.е.н., проф. Ковшова І.О., д.е.н., проф. Біловодська О.А. мають публікації у виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах даних Scopus та Web of Science. Але у силабусах посилання на них відсутні (крім силабусів дисципліни «Маркетинг послуг» та «Маркетингова товарна політика», викладач - д.е.н., проф. Біловодська О.А.).

## **Загальний аналіз щодо Критерію 4:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.**

Заявлені у Відомостях про самооцінювання та підтверджені під час зустрічей форми та методи навчання і викладання дозволяють досягнути результатів навчання, сформувати необхідні soft та hard skills, створити умови для реалізації студентоцентрованого підходу та принципів академічної свободи. Навчальні аудиторії НаУКМА облаштовані мультимедійною технікою, проєкційними екранами, комп'ютерами, безкоштовним доступом до wi-fi, що дозволяє використовувати сучасні методи навчання для досягнення програмних результатів навчання ОП. При цьому викладачі вільно та ефективно обирають методи викладання відповідно до змісту освітніх компонентів, що підтверджують позитивні відгуки здобувачів. Спілкування зі здобувачами дозволило підтвердити ефективність, доступність та своєчасність використання обраних способів інформування учасників освітнього процесу щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів. Завдяки науковій діяльності більшості викладачів (виконання кафедральної науково-дослідної роботи, публікація статей, зокрема, у виданнях, що входять до науково-метричних баз Scopus та WOS, впровадження результатів наукових досліджень у практику, конференцій та круглих столів) постійно оновлюється зміст навчальних дисциплін

та завдання практик. На сторінці кафедри маркетингу та управління бізнесом представлено перелік публікацій НПП кафедри, де є і посилання на цитування кожного з них за Google Scholar, Scopus Author ID, Web of Science Researcher ID, Researchgate ID, ORCID ID

#### **Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 4.**

Слабкі сторони та недоліки: в силабусах деяких ОК («Фінанси», «Актуальні проблеми менеджменту і маркетингу» тощо) список рекомендованої літератури заснований на застарілих джерелах інформації.; силабуси окремих дисциплін («Макетинг I», «Макроекономіка» тощо) не містять інформації щодо протоколу та дати затвердження; відсутнє в більшості силабусів ОК посилань на роботи НПП, що ведуть дисципліну; замість силабусу дисципліни «Маркетингові дослідження» до системи НАЗЯВО завантажено силабус дисципліни «Інформаційні системи та технології в маркетингу». Рекомендації: Запропоновано відобразити більш сучасну (за останні 5 років, з 2017р по 2021р) рекомендовану літературу у силабусах навчальних дисциплін, зважаючи на динамічність змін у галузі. Також доречно оприлюднити на сторінці кафедри інформацію щодо результатів роботи Креативного маркетингового центру

#### **Рівень відповідності Критерію 4.**

Рівень B

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.**

Позитивні відгуки студентів під час онлайн-зустрічі та розповіді викладачів про використання сучасних та ефективних форм та методів навчання і викладання, а також застосування прозорих критеріїв оцінювання навчальних досягнень студентів, доступного та своєчасного інформування учасників освітнього процесу, забезпечення атмосфери академічної свободи та студентоцентрованого підходу, заснованого на інтеграції викладачів і студентів у глобальний освітній простір дозволяють зробити висновок про відповідність ОП 075 «Маркетинг» Критерію 4.

#### **Критерій 5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність:**

**1. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компоненту та/або освітньої програми в цілому, а також оприлюднюються заздалегідь.**

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти у НаУКМА визначені у ОП «Маркетинг» та п. 7 «Положення про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (наказ № 300 від 14.06.2021 р., <https://goo.su/bIWd>), а також «Положенні про рейтингову систему оцінювання знань в НаУКМА» (Наказ № 280 від 13.06.2017 року, <https://goo.su/btdo>), а також у «Положенні про критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти в НаУКМА» (Наказ № 643 від 29.12.21) (<https://goo.su/bRja>). Відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (п. 7) в ЗВО використовується первинний, поточний і підсумковий (семестровий) види контролю. Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів прописані у силабусах по кожній дисципліні. У Програмі переддипломної практики для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» зазначається, що контроль проходження практики здійснюється у двох формах: поточній і підсумковій (с. 11, <blob:https://public.naqa.gov.ua/1d7db261-818b-424b-bec9-5b16859a3df3>); надається чіткі та зрозумілі критерії оцінювання звіту з практики. У Методичних рекомендаціях по підготовці до державної атестації спеціальності 075 «Маркетинг» також надаються чіткі і зрозумілі критерії оцінки. Проте слід зазначити, що силабуси з деяких дисциплін («Міжнародна економіка», «Фінанси», «Мікроекономіка») не містять чітких і зрозумілих умов визначення навчального рейтингу здобувача вищої освіти. Одним з видів робіт, що зараховується до навчального рейтингу здобувача вищої освіти з дисципліни «Активні проблеми менеджменту та маркетингу» є робота на практичному занятті (активність на семінарських заняттях – презентація проєктів). За цей вид роботи студент отримує максимальну кількість балів – 44 (4 бала за 1 заняття, проєкт). Проте у тематичному плані силабусу навчальної дисципліни (<blob:https://public.naqa.gov.ua/f8a2a9ce-0530-4fcb-ab67-9e1fe8a73c7c>) зазначено лише 10 практичних занять. При спілкуванні зі здобувачами було виявлено розуміння принципів та критеріїв проведення різних видів контролю. Викладачі та здобувачі вищої освіти надали повну інформацію щодо процедури проведення поточного та підсумкового контролю, яка відповідає наведеній в силабусах інформації. Критерії оцінювання є зрозумілими. Надається опис об'єктів оцінювання, форми поточного та підсумкового контролю. Інформація щодо критеріїв оцінювання знань доводиться до відома здобувачів на перших заняттях з кожної навчальної дисципліни. Під час інтерв'ювання здобувачі зазначили, що випадків непорозуміння та непогодження з оцінкою своєї роботи не мали.

## **2. Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності).**

До 2021 року атестація здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем за ОП 075 “Маркетинг” здійснювалася у формі кваліфікаційних екзаменів з фахових дисциплін. За запитом експертної групи Гаранткою Пічик К.В. було завантажено у спільну папку (<http://surl.li/bkrmf>) силабус «Методичні рекомендації по підготовці до державної атестації спеціальності 075 «Маркетинг»», що містить матеріали для підготовки здобувачів освіти до кваліфікаційних екзаменів з фахових дисциплін. Слід зазначити, що силабус не містить дати затвердження та номеру протоколу. Перелік рекомендованої літератури, крім українських та закордонних видавництв, також містить джерела інформації московських та петербурзьких видавництв. Згідно інформації, поданої у «Відомостях про самооцінювання» (с. 15), з 2021-2022 н. р. атестація буде відбуватися у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Для організації підготовки, написання і захисту кваліфікаційної роботи на кафедрі підготовлено «Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної роботи бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр» /Пічик К.В., Воропай О.К. – К.: НаУКМА, 2017. 34 с.» (<blob:https://public.naq.gov.ua/c3a2bd7f-f094-4501-87b9-637f32233be7>). За запитом ЕГ Гаранткою Пічик К.В. було завантажено у спільну папку [drive.google](drive.google.com) «Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної роботи бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр»» 2021 року видання. При цьому зазначається, що основними документами, котрі будуть регламентувати процес захисту кваліфікаційних робіт здобувачами вищої освіти є «Положення про кваліфікаційну/магістерську роботу а НаУКМА» (Наказ № 95 від 02.03.2020, <https://goo.su/brZH>), «Положенням про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018, <https://goo.su/biHs>), «Про заходи стосовно перевірки курсових та кваліфікаційних (випускних) робіт бакалаврів та магістрів на дотримання вимог академічної доброчесності» (Наказ №108 від 16.03.2020, <https://goo.su/bIWj>). Атестація здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем за ОП “Маркетинг” відповідає вимогам Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 “Маркетинг”.

## **3. Визначено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для усіх учасників освітнього процесу, забезпечують об’єктивність екзаменаторів, зокрема включають процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.**

Правила проведення контрольних заходів регламентуються Положеннями: «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА», (с. 15, Наказ №300 від 14.06.2021р., <https://goo.su/bIWd>); «Про рейтингову систему оцінювання знань в НаУКМА» (Наказ №280 від 13.06.2017р. <https://goo.su/chkE>); «Про критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти в НаУКМА» (Наказ № 643 від 29.12.21, <https://goo.su/bL6Y>) та визначаються у силабусах, що знаходяться на освітній інституційній електронній платформі DistEdu (Moodle) (<https://distedu.ukma.edu.ua/login/index.php>). Як зазначено в Наказі №7 від 9.01.2019 «Про затвердження документів навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін в НаУКМА» (<http://surl.li/bjicv>), Положенні «Про дистанційне навчання в НаУКМА» (с. 7, Наказ № 107 від 01.03.2021, <http://surl.li/bivyr>) та було визначено під час зустрічі з адміністративним персоналом НаУКМА, за кожною ОК викладачем розробляється силабус та робочий тематичний план навчальної дисципліни, методичні рекомендації; документи планування навчального процесу (навчальні програми, навчально-тематичні плани, розклади занять); мультимедійні лекційні матеріали та (або) презентації до лекцій; термінологічні словники; практичні завдання із методичними рекомендаціями щодо їх виконання; віртуальні лабораторні роботи із методичними рекомендаціями щодо їх виконання. Проте згідно п. 7.17 «Положення про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (с. 17 <https://goo.su/bIWd>) «перескладання заліку чи екзамену або переслуховування дисципліни з метою підвищення позитивної оцінки не допускається. Як виняток, з дозволу декана й віце-президента з науково-педагогічної роботи (навчальна робота) студентів може бути надана можливість покращити лише одну оцінку з метою отримання диплома з відзнакою». За результатами семестрового контролю складаються рейтинги успішності студентів. Рейтинговий список студентів оприлюднюється на офіційному веб-сайті НаУКМА. (с. 5, Концепція внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання» (наказ № 107 від 05.03.2018 <https://shortest.link/33xk>) Студентам, які одержали під час сесії не більше ніж дві незадовільні оцінки, дозволяється ліквідувати академічні заборгованості до початку наступного семестру. Повторне складання екзаменів допускається не більше ніж 2 рази з кожної дисципліни: один раз - викладачу, другий - комісії, яка створюється деканом факультету. Порядок створення та роботи комісії визначається «Положенням про рейтингову систему оцінювання знань» (Наказ №280 від 13.06.2017р. <https://goo.su/chkE>). Згідно п. 7.16 Положення «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА», (с. 17, Наказ №300 від 14.06.2021р., <https://goo.su/bIWd>), у разі, коли у визначений строк академічна заборгованість не ліквідована, здобувач вищої освіти має прослухати дисципліни повторно

## **4. У закладі вищої освіти визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. Заклад вищої освіти популяризує академічну доброчесність (насамперед через імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності.**

Для дотримання принципу академічної доброчесності у ЗВО створено ряд нормативних документів, а саме: «Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти у НаУКМА» (Наказ № 112 від 07.03.2018 р., <http://surl.li/bjijt>), «Про заходи стосовно перевірки курсових та кваліфікаційних робіт магістрів на дотримання вимог академічної доброчесності» (Наказ №108 від 16.03.2020, <https://goo.su/bbfm>), Кодекс етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020, <https://goo.su/c6WC>) та функціонують Комітети з етики наукових досліджень (<https://goo.su/bHjk>) та з якості освіти (<https://goo.su/b2xy>), до складу якої входять як працівники, так і здобувачі вищої освіти. Також систематично проводяться заходи, присвячені важливості питання дотримання академічної доброчесності: консультування щодо вимог з написання письмових робіт. Співробітники бібліотеки організують заходи щодо поширення основ інформаційної культури. Спілкування зі здобувачами підтвердило підписання ними присяги про академічну доброчесність упродовж двох місяців з дня набуття статусу здобувача освіти НаУКМА після ознайомлення із політикою, стандартами та процедурами дотримання академічної доброчесності. Зазначені інструменти дозволяють популяризувати культуру академічної доброчесності. В процесі спілкування із викладачами встановлено, що перевіряють наукові роботи та випускні кваліфікаційні роботи на унікальність та плагіат засобами спеціалізованого програмного забезпечення Unichек, що включено до платформи дистанційного навчання НаУКМА DistEdu (Moodle). Якщо студентська робота має більше ніж 30% запозиченого тексту, то робота не допускається до захисту. Водночас здобувачі та викладачі поінформовані про механізми притягнення до відповідальності за порушення академічної доброчесності. До силабусів більшості освітніх компонентів включено інформація, щодо політики доброчесності

## **Загальний аналіз щодо Критерію 5:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.**

Наявність у силабусах більшості освітніх компонентів розділу “Політика доброчесності”, що нагадує здобувачам вищої освіти про політику академічної доброчесності щоразу, як вони звертаються до силабусів.

### **Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 5.**

Рекомендується переглянути критерії оцінки підсумкового контролю освітніх компонентів. Навести приклади екзаменаційних білетів та надати чіткі критерії оцінки щодо компонентів підсумкового контролю знань за освітнім компонентом.

### **Рівень відповідності Критерію 5.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.**

ОП має достатній рівень узгодженості з якісними характеристиками даного критерію, а саме форми атестації здобувачів вищої освіти дозволяють перевірити досягнення програмних результатів навчання, відповідають вимогам стандарту вищої освіти; визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності. Таким чином, всі підкритерії Критерію 5 характеризуються загальною відповідністю Стандарту, сприяють досягненню заявлених цілей та програмних результатів навчання.

## **Критерій 6. Людські ресурси:**

### **1. Академічна та/або професійна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації освітньої програми, забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання.**

За даними, що наведені у табл. 2 «Відомостей про самооцінювання», отриманими під час спілкування з Гаранткою ОП, академічним персоналом, а також в результаті аналізу інформації, що знаходиться у відкритому доступі на сторінці кафедри маркетингу та управління бізнесом та (<https://goo.su/bkxR>), ЕГ оцінила відповідність кваліфікації НПП цілям та результатам навчання ОП. Гарантка ОП та НПП групи забезпечення мають відповідні до спеціальності ОП наукові ступені та вчені звання, періодично підвищують науково-професійний рівень і кваліфікацію, зокрема за кордоном, мають достатню кількість наукових публікацій за фахом. Аналіз відповідності кваліфікації НПП освітнім компонентам ОП свідчить про те, що публікації Могилової М. М. (за ОК “Економіка праці”) пов’язані з оцінкою майна, основних засобів аграрних підприємств і не відповідають закріпленому за нею ОК. Т.Й. Бузало (за ОК «Англійська мова») має лише одну публікацію 2016 року – «Навчально-методичний

комплекс із дисципліни "Англійська мова за професійними спрямуванням для студентів II р.н.". Воропай О.К. має низку наукових статей присвячених дослідженню проблемних аспектів залучення студентів до університетів України, проте, щодо сучасних принципів споживчої культури публікацій не вистачає. Водночас, більшість НПП, що викладають економічні дисципліни мають наукові ступені та наукові звання, їх академічна кваліфікація може бути підтверджена наявністю наукових публікацій за напрямом освітніх компонентів ОП «Маркетинг». Міждисциплінарний підхід до реалізації ОП забезпечується 31 викладачем (25 ж., 8 ч.), з яких 4 особи є д.е.н., 1 д. держ. упр., 23 к.е.н., водночас 1 особа має вчене звання старшого наукового співробітника, 19 осіб мають наукове звання доцента та, 4 особи мають наукове звання професора. При цьому тільки 2 особи не мають ні вченого звання, ні наукового ступеня: Бузло Т.Й. (ОК «Англійська мова») та Кириєнко О.В. (ОК «Економічна інформатика»). Під час зустрічі із адміністративним персоналом було зазначено, що викладачі кафедри, що працюють на ОП «Маркетинг» ОР «Бакалавр» мають рівень В1/В2 з англійської мови. Гаранткою Піччик К.В. було надано сертифікати на рівень знання англійської мови В2 наступних викладачів, залучених до освітнього процесу ОП «Маркетинг»: Чалої Н.Д., Сербенівської А.Ю., Ковшової І.О., Воропай О.К. Під час спілкування із керівництвом ЗВО та викладачами було встановлено, що конкурсний відбір викладачів для ОП «Маркетинг» був обумовлений відповідністю ОП, високими рейтингами викладачів та опитувань здобувачів, що дозволяє забезпечити досягнення визначених цілей ОП та ПРН. Аналіз публікаційної активності засвідчив, що усі НПП мають наукові статті (у т.ч. у журналах, що цитуються у наукометричних базах Scopus та WOS).

## **2. Процедури конкурсного добору викладачів є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми.**

Процедура конкурсного відбору викладачів базується на основі Положення «Про порядок обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ № 190 від 06.04.2021, <http://surl.li/bjkhhd>) та Положення «Про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності науково-педагогічних (педагогічних) працівників НаУКМА» (Наказ № 297 від 06.07.18, <http://surl.li/bjijt>). У п.4.3 «Про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності науково-педагогічних (педагогічних) працівників НаУКМА» (с. 4) прописано, що рівень ефективності роботи науково-педагогічного (педагогічного) працівника на займаній посаді має враховуватися при заміщенні вакантних посад та подовженні трудових договорів (контрактів). Рейтинг викладачів на сайті не оприлюднюється. У Положенні про порядок прийняття на роботу прописаний механізм вибору фахівців, вимоги до їх кваліфікації. Згідно Положенню та інтерв'ю з викладачами встановлено, що процес конкурсного добору є відкритим і прозорим. В той же час у «Про порядок обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників НаУКМА» прописано, що обов'язковою складовою професійно-кваліфікаційних вимог до претендентів має бути їх відповідність критеріям, визначеним чинними ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності (с. 2,3). Рівень професіоналізму викладачів позитивно позначається на якості освітніх послуг, тому врахування професійної кваліфікації є надзвичайно важливим.

## **3. Заклад вищої освіти залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу.**

Згідно рецензії на ОП 075 «Маркетинг» (<blob:https://public.naq.gov.ua/98cbec51-2b32-4581-b2c4-700d3da5147c>) Савчук М., генерального директора ТОВ «Лореаль Україна», здобувачі освіти за ОП «Маркетинг» приймали участь у бізнес-грі «L'OREAL Future Leaders», що надало можливість трансформувати теоретичні знання у практичну реалізацію. 10 студентів Національного університету «Києво-Могилянська Академія» пройшли стажування, 8 залишились працювати у штаті компанії. Голова Правління Громадської спілки «Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив» Морозова Н.М. у рецензії на ОП 075 «Маркетинг» (<blob:https://public.naq.gov.ua/f62f2c11-bb4f-4991-b33f-ddafa04c4edo>) зазначила, що «починаючи з 2017 року, в рамках дисципліни «Digital-маркетинг», а з 2020 року курсу «Маркетинг впливу» проводиться цикл гостьових лекцій та семінарських занять представниками різних компаній-членів асоціації для ознайомлення здобувачів освіти з сучасними тенденціями в сфері маркетингу». Під час зустрічі з академічним персоналом д.н.держ.упр., професором Чалою Н.Д. зазначалося, що для запрошення гостьових спікерів кафедра звертається до ГО «Асоціація випускників КМBS» і ця взаємодія є достатньо активною та постійною. На зустрічі роботодавці зазначили, що основними причинами налагодження співпраці були: бажання відшукати стратегічних ЗВО-партнерів, відкритість університету до нових форматів та змін, швидкість знаходження «спільної мови», потужна команда викладачів, що швидко реагує на запити роботодавців, а також якісно підготовлені здобувачі. Водночас представники роботодавців підкреслили важливість створення додаткових вибіркового навчальних дисциплін для розвитку Soft Skills здобувачів

## **4. Заклад вищої освіти залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців.**

Відповідно до відомостей самооцінювання (с. 19) до аудиторних занять на ОП залучаються професіонали-практики, гостьові лектори. Доречи, це президентка Garage Gang Ірина Соловей, бренд-менеджер компанії L'Oréal Paris Альона Джагарян, Менеджер по країнах Кавказу та Центральної Азії компанії Molson Coors Beverage Company Євген Кобець; засновниця агенції Neuro-knowledge Катерина Ільченко. Водночас студенти та представники роботодавців відмітили важливість проведення гостьових лекцій та тренінгів від професіоналів-практиків, виїзних занять та навчальних



екскурсії. Під час проведення онлайн-зустрічі зі здобувачами було встановлено, що найбільш захоплюючим, цікавим і корисним був практичний курс, що здійснювався за підтримкою Міжнародної агенції маркетингових ініціатив, де кожна лекція проводилась гостьовим лектором з різних агенцій. Всі студенти мали можливість, за умовою успішного проходження тестування з цієї програми, отримати відповідний сертифікат. Пізніше, вже на зустрічі з представниками зовнішніх стейкхолдерів, виконавчий директор Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (MAMI) Мехед Тетяна зазначила, що за результатами проведення освітньої програми «CUSTOMER EXPERIENCE» визначаються найкращі здобувачі для того, щоб потім їх можна було запросити на співбесіду на роботу в агенції, котрі входять до складу MAMI. Крім того, студенти четвертого курсу розповіли про практичний проект, що був ініційований Українською асоціацією меблевиків та КМBS, за допомогою якого були отримані знання, котрі вже зараз, до випуску, допомагають працевлаштовуватися. Завдяки проекту студенти отримали практичні навички у сфері e-mail-маркетингу, а саме здійснення розсилок у LinkedIn, опанували програмами ZoomInfo, Leadiro, Hubspot та ін. Також тісна співпраця з роботодавцями дозволяє викладачам застосовувати практичні кейси компаній. Наприклад, у дисципліні «Інформаційні системи та технології в маркетингу» студенти вивчають CRM-системи, різні програми для digital-комунікацій, digital-маркетингу

## **5. Заклад вищої освіти сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями.**

Під час проведення онлайн-зустрічей із викладачами, адміністративним персоналом, роботодавцями було встановлено, що професійний розвиток викладачів регулюються Положеннями «Про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних та науково-педагогічних працівників (Наказ №532 від 30.12.2020, <http://surl.li/bjktk>), «Про атестацію педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №138 від 26.03.2018, <http://surl.li/bjkts>) та «Концепцією професійного розвитку науково-педагогічних та педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №298 від 06.07.2018, <http://surl.li/bjkue>). Здобутки викладачів враховуються при формуванні рейтингової оцінки діяльності НПП, зокрема існує практика нарахування балів за навчально-методичну, наукову та організаційно-адміністративну роботу, а також за захист дисертацій та отримання вчених і почесних звань, державних і фахових відзнак, у тому числі за самоініційоване підвищення кваліфікації (50 балів) (Положення «Про критерії, правила і процедури оцінювання навчально- методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності науково-педагогічних (педагогічних) працівників НаУКМА», <http://surl.li/bjjt>). Гаранткою Пічик К.В. були надані сертифікати щодо проходження курсів підвищення кваліфікації та проходження тренінгів. Згідно наданих документів викладачі кафедри проходили стажування та підвищували кваліфікацію за програмами різного наукового та навчального профілю. Наприклад Л.В. Пан пройшла курс: «MASTER EN MARKETING Y COMUNICACION EN MODA» у міжнародній школі SAN ANASTASIO. Чала Н.Д. пройшла тренінг за програмою: «Case Teaching and Case Study Writing for Public Policy: Training the Trainers», що проводився у партнерстві з Центром демократії, розвитку та верховенства права Стенфордського університету, Центром міжнародного приватного підприємництва та Школою державного управління Українського католицького університету. Романченко Н.В. та Пічик К.В. підвищили кваліфікацію у ДЗВО «Університет менеджменту освіти». Боднар О.В. має сертифікат з проходження е-курсу «AGRI-FOOD EXPORT PROMOTION POLICY AND PRACTICAL TOOLS» (United Nations Institute for Training and Research). Гуменна О.В. пройшла стажування в Університеті Індіани (США) за програмою курсів: «PR PLANNING AND RESEARCH», «PR CAMPAIGNS», «ICM CAMPAIGNS PLANNING», а також за програмою управлінського розвитку «Управління проектами» Києво-Могилянської Бізнес-школи. Воропай О.К. пройшла підвищення кваліфікації за програмою професійного розвитку науково-педагогічних і педагогічних працівників НаУКМА. Інноваційний курс для викладачів НаУКМА. Таким чином, більшість викладачів, що забезпечують обов'язкові компоненти ОП «Маркетинг» проходять стажування та підвищують кваліфікацію за програмами, що організуються НаУКМА та іншими організаціями та ЗВО, у тому числі і закордонними

## **6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.**

Сформована система матеріального та морального заохочення працівників є прозорою та зрозумілою, стимулює розвиток викладацької майстерності. Основа системи заохочення закладена у «Плані стратегічного розвитку НаУКМА на 2015-2025» (с. 7, <http://surl.li/bjyqb>) та «Колективному договорі НаУКМА на 2021-2025pp» (пп. 4.7, с. 5, <http://surl.li/bjyse>), «Положенні про критерії, правила і процедури оцінювання навчально- методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності науково-педагогічних (педагогічних) працівників НаУКМА» (пп 1.8, 4.3, с. 3-4, <http://surl.li/bjyug>). Також варто відмітити наявність положень про преміювання та заохочення: «Про преміювання співробітників НаУКМА за публікації у виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах Web of Science Core Collection та (чи) Scopus» (наказ № 123 від 25.03.2016р, <http://surl.li/bjzwx>) та «Про Премію імені Петра Могили НаУКМА» (наказ № 518 від 10.11.2017р. <http://surl.li/bjzxn>). Такі викладачі кафедри, як к.е.н., доцент Гуменна О.В., та д.н. з держ. упр., доцент Чала Н.Д., висувалися на здобуття премії імені Петра Могили за цикл наукових праць за темою: «Соціально-економічний розвиток України за Цілями сталого розвитку ООН у контексті дії глобальних мегатрендів» (Протокол засідання кафедри маркетингу та управління бізнесом № 11 від 06.11.2018р.). Щорічно в НаУКМА проводиться конкурс «Викладач року». Метою конкурсу є підтримка творчої діяльності професорсько-викладацького складу, стимулювання зростання його викладацької майстерності, публічне визнання (с. 7 «Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА» <https://shortest.link/2Vjc>). Лауреатами якого були д.е.н., професор Чала Н.Д., д.е.н., проф. Ковшова І.О., д.е.н., проф. Россоха В.В. та ін.

## **Загальний аналіз щодо Критерію 6:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.**

Перевагою є наявність розбудованої, прозорої та ефективної системи мотивації викладачів, яка дозволяє створити умови для підвищення професіоналізму викладачів та розвитку необхідних компетенцій. Рейтингові показники викладачів впливають на укладання контрактів, що дозволяє залучити кваліфікований персонал до організації та реалізації освітнього процесу. Позитивним аспектом також є постійна та систематична співпраця з роботодавцями, що відбувається в різноманітних формах: гостьові лекції, проекти, екскурсії, круглі столи, конференції, тренінги тощо

### **Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 6.**

Слабкі сторони та недоліки: відсутність публікацій за тематикою навчальних дисциплін у окремих викладачів, що задіяні на ОП. Рекомендації: Рекомендовано підвищити публікаційну активність викладачів з тематики навчальних дисциплін

### **Рівень відповідності Критерію 6.**

Рівень B

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.**

Усі зазначені недоліки не є суттєвими, тому ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 6. Слабкі сторони щодо публікаційної активності, зважаючи на потенціал викладачів в інших сферах, можуть бути швидко ліквідовані. Сильні сторони за критерієм 6 дозволять їм в подальшому залучати кваліфікований персонал до організації та реалізації освітнього процесу

## **Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:**

### **1. Фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення освітньої програми забезпечують досягнення визначених освітньою програмою цілей та програмних результатів навчання.**

Оцінювання матеріально-технічної бази університету здійснювався за допомогою відеозв'язку з Гарантом та переглядом відео про НаУКМА. Навчання на даній ОП здійснюється у шостому корпусі, який обладнаний спеціалізованими аудиторіями, комп'ютерним класом, конференц-залом. Здобувачі освіти можуть користуватися Науковою бібліотекою НаУКМА, Американською бібліотекою ім. В. Китастого НаУКМА, Бібліотекою Антоновичів, Інтернет-залом – усі є послуги є безкоштовними для студентів НаУКМА. Навчально-методичне забезпечення наявне у доступі на сайті <https://distedu.ukma.edu.ua>, для входу в який потрібна особиста пошта та пароль здобувача освіти. Здобувачі отримують корпоративну пошту та доступ до всіх пакетів MSOffice 365; онлайн-бібліотеки університету, спеціалізованих он-лайн платформ Serpstat, GoogleAnalytic, ARIS Cloud, Creately, Canva; ліцензованих програм Marketing Analytic, що підтвердили здобувачі освіти під час онлайн-зустрічі. Студенти задоволені гуртожитками, які забезпечують необхідні умови для проживання. У гуртожитках є різні за кількістю місць кімнати – від одного до чотирьох місць. Університет має «трапезну», спортивну та тренажерну зали. У першому корпусі є лікар-терапевт та медсестра, до яких можна звернутися протягом дня. У корпусі наявні плани евакуації на кожному поверсі. Студенти мають змогу також звернутися до Центру соціально-психологічної адаптації, де можна безкоштовно отримати консультацію штатного психолога <https://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/cmhpss/pro-nas>. На даний момент навчання проводиться онлайн з використанням дистанційної освітньої платформи НаУКМА dist.edu., електронної пошти та Zoom-середовища, що підтверджено на онлайн-зустрічах

### **2. Заклад вищої освіти забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми.**

Користування науково-педагогічними працівниками та здобувачами інфраструктурою НаУКМА здійснюється на безоплатній основі. Доступ викладачів та здобувачів освіти до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, є безкоштовним. В навчальних корпусах та бібліотеці є вільний доступ до інтернету через точки WI-FI

### **3. Освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою, та дозволяє задовольнити їхні потреби та інтереси.**

НаУКМА має культуру та цінності, які передбачають студентоцентрованість у навчанні та зручні умови для створення індивідуальної траєкторії. Під час онлайн-зустрічі студенти виявили задоволеність навчальним закладом. Здобувачі освіти акцентували увагу на «тісних стосунках» викладачів та студентів. У вільному доступі для здобувачів є Культурно-мистецький центр (КМЦ) для саморозвитку, спілкування і групової роботи <https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/kulturno-mistetski-tsentr>; Науково-дослідний центр кінематографічних студій; Центр дослідження конфліктів та психоаналізу; Дебатний клуб НаУКМА, Еко-клуб “Зелена хвиля”, Музичний простір “Кут”, Радіо “Квіт”, Туристичний клуб “Стрім”, та “Могилянка”, Могилянська театральна спільнота <https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/spilnoti/students-life/studentski-orhanizatsii>. 6 корпус не має у наявності медпункту, про що було заявлено під час огляду матеріальних ресурсів університету

### **4. Заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою.**

Освітня підтримка здобувачів щодо організації навчання та соціальної підтримки реалізується за допомогою викладачів через месенджери, через соціальні мережі університету. Також інформування здійснюється на платформі дистанційного навчання НаУКМА Dist.edu., Zoom, через розсилку повідомлень на персональні корпоративні скриньки (корпоративна пошта Office 365), підтримку і допомогу у пошуку та аналізі інформації від Наукової бібліотеки НаУКМА <https://library.ukma.edu.ua/index.php?id=41>. Консультування студентів проводиться: викладачами і співробітниками НаУКМА за графіком консультацій. Це все підтвердили здобувачі освіти та викладачі під час онлайн-зустрічей. Зокрема, здобувачі освіти підтвердили про надання корпоративної пошти та надходження усієї потрібної інформації на неї

### **5. Заклад вищої освіти створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами, що навчаються за освітньою програмою.**

На теперішній час особи з особливими освітніми потребами можуть займатися тільки в аудиторіях першого поверху і спеціальний санітарний вузол в корпусі 6 відсутній. Для реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами в НаУКМА затверджено Порядок супроводу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення та призначена відповідальна особа; встановлені зовнішні пандуси і поручні біля входу, також пройшли перемовини з керівництвом ПАТ “КиївЗНДІЕП” щодо кошторису вартості робіт та підписано договір з “Експертно-діагностичним центром” на експлуатаційне обстеження ліфтів.

### **6. Існує чітка і зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), яка є доступною для усіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації освітньої програми.**

Для регулювання конфліктних ситуацій у НаУКМА є Кодекс етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020р.) та Положення “Політика попередження і боротьби з сексуальними домаганнями у НаУКМА” (Наказ №575 від 28.12.2018р.). Положення забороняють сексуальні домагання, образливі вислови та слова, які дискримінують людей на будь-якій підставі. Студенти можуть звертатися до Апеляційної комісії з питань академічної доброчесності НаУКМА. Відповідно до Положення, вчинення хабарництва тягне за собою відрахування з НаУКМА і про факт зловживання повідомляється Національна поліція України. Здобувачі освіти під час онлайн-зустрічі говорили про довіру до викладачів і відсутність прикладів хабарництва чи сексуальних домагань

#### **Загальний аналіз щодо Критерію 7:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.**

Освітнє середовище є безпечним для освітнього та позаосвітнього життя студентів. Матеріально-технічних ресурсів достатньо для забезпечення професійного, соціального та фізичного розвитку здобувачів освіти. Є безкоштовний доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів для викладачів та студентів. Рівень задоволеності здобувачів освіти є достатньо високим, що вказує на сприятливі умови для навчання та розвитку

## **Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 7.**

6 корпус не має у наявності медпункту, а умови для навчання студентів з особливими потребами є недостатньо сприятливими, про що було заявлено під час огляду матеріальних ресурсів університету. Розуміючи історичну цінність будівлі, рекомендується зробити санітарну кімнату для здобувачів з особливими потребами на першому поверсі

## **Рівень відповідності Критерію 7.**

Рівень В

## **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.**

Основні вимоги виконані, інфраструктура, матеріально-технічні та інформаційні ресурси на достатньому для навчання рівні. Недостатньо облаштоване середовище для здобувачів з особливими потребами

## **Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:**

### **1. Заклад вищої освіти послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми.**

Розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд ОП здійснюється згідно із загально-університетською політикою забезпечення якості освітніх програм відповідно до процедур, визначених в документах: Методичні рекомендації з розроблення освітніх/освітньої-наукових програм I-III рівнів вищої освіти (2020 р.), Положення «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА (2021 р.)». Розробка, перегляд і удосконалення ОП «Маркетинг» здійснюються робочою групою з визначеним складом (Протокол засідання кафедри маркетингу та управління бізнесом №12 від 12.12.2018 р.). Зокрема, на засіданні робочої групи від 26.06.2020 р. (Протокол №7) були прийняті пропозиції зовнішніх стейкхолдерів щодо оновлення та модернізації ОП, а саме: звернути увагу в результатах навчання на важливість постійного саморозвитку та підвищення рівня професійної підготовки (додано РН21. Підвищувати рівень особистої професійної підготовки); розширити перелік вибіркових дисциплін маркетингового спрямування (додано дисципліни «Рекомендаційний маркетинг», «Маркетинг в індустрії моди», «Бізнес-аналіз») тощо. Згідно Положенню про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА питання, пов'язане з переглядом ОП розглядається на засіданні кафедри із запрошенням здобувачів, працевластців та випускників, з урахуванням результатів опитування здобувачів. Потім проект ОНП розглядається Вченою радою факультету та схвалюється Вченою радою НаУКМА. Експертна група пересвідчилась у активній участі стейкхолдерів у формуванні структури ОП «Маркетинг» та її ОК на зустрічах зі студентами, випускниками, викладачами ОП та групою забезпечення ОП.

### **2. Здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Позиція здобувачів вищої освіти береться до уваги під час перегляду освітньої програми.**

Під час зустрічі зі здобувачами ОП «Маркетинг», ЕГ отримано інформацію про те, що здобувачі ОП «Маркетинг» один раз на рік проходять анонімне опитування з питань якості освіти та викладання навчальних дисциплін. Під час зустрічі зі здобувачами ОП «Маркетинг», ЕГ не отримала підтвердження інформації про участь в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозицій щодо покращення ОП на засідання кафедри. Однак, здобувачами зазначено, що за результатами їх опитування щодо рівня задоволення методами навчання, яке проводить Центр якості освіти НаУКМА, відчувається, що викладачі враховують їх пропозиції. Також здобувачі ВО відмітили можливість донести свою позицію щодо покращення якості ОП безпосередньо викладачам кафедри. У відомостях СО наводиться перелік змін, що базувалися на результатах обговорення сильних та слабких сторін ОП «Маркетинг» зі студентами: розширення переліку вибіркових дисциплін маркетингового спрямування; оновлення списку рекомендованої літератури за окремими ОК тощо. За окремою анкетною проводиться опитування випускників ОП. Зокрема, з метою встановлення реального профілю випускника НаУКМА, Центром забезпечення якості освіти проведено опитування випускників. Анкета містила лише відкриті питання та спрямована на з'ясування позитивних та негативних рис випускника, а також плюси і мінуси навчання у Моголянці. У той же час ЕГ встановлено, що даний процес не має систематичного характеру. Також здобувачі ВО та випускники можуть донести свою позицію безпосередньо викладачам кафедри. Активною є діяльність Студентської колегії, до якої належать: виборні представники в органах управління НаУКМА (Вчена рада НаУКМА, ради факультетів, стипендіальна комісія); комісія з питань організації та проведення виборів до органів студентського самоврядування НаУКМА; контрольно-ревізійна комісія; ради гуртожитків НаУКМА; старости потоків; бадді. Так, до складу Вченої ради факультету економічних наук НаУКМА наказом №652 від 30.12.2021 р. обрано здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг»: Систренський В.В., Поліщук В.К. Однак, до складу робочої групи з розробки ОП (Протокол засідання кафедри

маркетингу та управління бізнесом №12 від 12.12.2018 р.) не включено здобувачів, представників студентського самоврядування. Крім цього, на зустрічі представники студентського самоврядування підтвердили, що мають можливість персонального чи анонімного звернення до керівництва НаУКМА і виразили впевненість у тому, що їхнє звернення буде розглянуто відповідно до норм: Кодексу етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020), Положення «Політика попередження і боротьби з сексуальними домаганнями у НаУКМА» (Наказ №575 від 28.12.2018), Положенні про академічну доброчесність здобувачів освіти в НаУКМА» (Наказ № 112 від 07.03.2018).

### **3. Роботодавці безпосередньо та/або через свої об'єднання залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери.**

НаУКМА співпрацює з роботодавцями на постійній основі. Під час зустрічей ЕГ з представники роботодавців, останні підтвердили всі напрямки співпраці, зазначені у відомостях про самооцінювання. Наприклад, 26.06.2020 р. за участі Голови МАМІ Морозової Н., маркетинг директора люкс брендів компанії Л'Ореаль Зайцевої А., менеджера підбору персоналу компанії Л'Ореаль Мусевич Я., Директора ТОВ Поларіс-С Силенко С., Директора Gordienko Agency Гордієнко Є. та 22.11.2021 р. Голови МАМІ Морозової Н., менеджера підбору персоналу компанії Л'Ореаль Мусевич Я. були обговорені зміст ОП та рівень практичної підготовки здобувачів освіти та надані наступні рекомендації: розширити використання пакетів прикладних програм; додати до результатів навчання формування здатності працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію; звернути увагу в результатах навчання на важливість постійного саморозвитку та підвищення рівня професійної підготовки. Представниками роботодавців за даною ОП зазначено можливість надання пропозицій та зауважень за даною ОП за допомогою особистого спілкування з гарантом, викладачами, а також електронної пошти. Можливість надання пропозиції та зауваження щодо ОП на офіційному веб-сайті кафедри маркетингу та управління бізнесом відсутня. Однак "Асоціація випускників Києво-Могилянської Академії" (<https://kmaalumni.com.ua>) активно проводять опитування щодо розвитку НаУКМА.

### **4. Існує практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми.**

Збирання та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП «Маркетинг» здійснюється як в межах створеної Громадська організація "Асоціація випускників Києво-Могилянської Академії" (<https://kmaalumni.com.ua>), Центр кар'єри та працевлаштування (<https://www.facebook.com/JCCofNaUKMA>). Випускниками НаУКМА активно здійснюється допомога студентам і випускникам НаУКМА у пошуках роботи, формування тісних, суспільно значимих традицій співпраці бізнесу та освіти тощо. Зокрема, Асоціацією випускників НаУКМА здійснюються проекти добродійного аукціону для допомоги здобувачам, викладачам та працівникам Університету: <http://kmaalumni.org.ua/blog/page/3/>; призначається додаткова стипендія талановитим здобувачам; надаються гранти викладачам; фінансуються події могилянської спільноти тощо. Крім того випусковою кафедрою підтримуються зв'язки із випускниками через безпосереднє спілкування та соціальні мережі, діляться своїм практичним досвідом та кар'єрними здобутками з викладачами кафедри, гарантом програми.

### **5. Система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі та/або освітній діяльності з реалізації освітньої програми.**

Здобувачі вищої освіти, науково-педагогічний персонал та роботодавці під час онлайн зустрічі з експертами підтвердили їх змістовне та різноманітне залучення до процедур забезпечення якості. Серед них проводяться відповідні опитування, що стосуються актуальних проблем, залучення до засідань кафедр, робочої групи та вчених рад присвячених питанням якості освіти і процедурам її забезпечення. Зокрема, результати опитування, які проводилися у 2020 р. оприлюднено на сторінці Центру забезпечення якості освіти НаУКМА (<https://bit.ly/3u4vTL5>). За результатами опитування, було розроблено напрями подолання проблем та прийнято рішення надалі регулярно проводити аналогічні опитування. Розроблена система забезпечення якості НаУКМА забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в ОП і освітній діяльності відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти. Підтвердженням постійної роботи над удосконаленням освітньої програми «Маркетинг» може стати вдосконалення структури ОП «Маркетинг» які наводяться у відомості самооцінювання. Про якісні зміни в структурі освітньої програми відмічають випускники ОП минулих років на зустрічі з представниками ЕГ.

### **6. Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти (зокрема, зауваження та пропозиції, сформульовані під час попередніх акредитацій), беруться до уваги під час перегляду освітньої програми.**

Оскільки акредитація є первинною, результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти, які беруться до уваги під час удосконалення ОП, немає. За результатами проходження університетом процедури акредитації спеціальності «Маркетинг» у 2012 р. були виявлені зауваження щодо підвищення публікаційної активності НПП кафедри, спеціалізованого програмного забезпечення, впровадження в навчальний процес дистанційного навчання. Всі зауваження і рекомендації були враховані та виправлені, а саме: до навчального процесу залучено пакети прикладних комп'ютерних програм при викладанні дисциплін маркетингового спрямування (Serpstat, GooglAnalytic, ARIS Cloud, Creately, Canva; Marketing Analytic тощо); розроблена система дистанційного навчання НаУКМА Dist.edu; НПП кафедри маркетингу та управління бізнесом здійснюють активну підготовку та видання публікацій у періодичних виданнях, які включено до наукометричних баз, зокрема Scopus або Web of Science.

## **7. В академічній спільноті закладу вищої освіти сформована культура якості, яка сприяє постійному розвитку освітньої програми та освітньої діяльності за цією програмою.**

Під час зустрічей з різними групами стейкхолдерів НаУКМА спостерігалася сформована культура якості, яка сприятиме розвитку даної ОП. Здобувачі та НПП зазначили, що в ЗВО періодично проводяться опитування стосовно якості освіти, ступеня задоволення методами навчання та викладання на ОП, після сесії тощо. На засіданнях кафедри, фахових комісій, науково-методичних комісій та вчених рад підрозділів/університету обговорюються питання якості освіти і процедури її забезпечення

### **Загальний аналіз щодо Критерію 8:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.**

У НаУКМА функціонує сформована культура якості, а система забезпечення якості сприяє оперативному реагуванню на недоліки в ОП і освітній діяльності. Гарною практикою є сортування інформації в електронному вигляді для здобувачів вищої освіти за освітньою програмою (доступ лише для авторизованих користувачів закладу), що є досить зручним у користуванні для учасників освітнього процесу НаУКМА.

#### **Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 8.**

Слабкою стороною даного критерію є відсутність системної практики залучення здобувачів освіти в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозицій щодо покращення ОП на засідання кафедри, проведення Центром забезпечення якості освіти опитування випускників, можливості надання пропозиції та зауваження щодо ОП усіма зацікавленими стейкхолдерів на офіційному веб-сайті кафедри маркетингу та управління бізнесом.

### **Рівень відповідності Критерію 8.**

Рівень В

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.**

Є сильні сторони і недоліки. ОП «Маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 8.1; 8.4; 8.5; 8.6 та 8.7 та 2.9. За підкритеріями та 8.2 та 8.3 є несуттєві недоліки, які можуть бути усунуті оперативно, зокрема: започаткування системної практики залучення здобувачів освіти в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозицій щодо покращення ОП на засідання кафедри, проведення Центром забезпечення якості освіти опитування випускників, створення можливості надання пропозиції та зауваження щодо ОП усіма зацікавленими стейкхолдерів на офіційному веб-сайті кафедри маркетингу та управління бізнесом

### **Критерій 9. Прозорість та публічність:**

#### **1. Визначені чіткі і зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, є доступними для них та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.**

Усі документи, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу є у відкритому доступі на сайті (<https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/public-info>). Основними з цих

документів є Статут НаУКМА, Положення «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №300 від 14.06.2021), «Правила внутрішнього розпорядку НаУКМА» (Ухвала АК НаУКМА від 07.04.2005), Кодекс етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020) ([https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc\\_download/1316-kodeks-etiki-naukma-ta-sklad-komitetu-z-etiki](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1316-kodeks-etiki-naukma-ta-sklad-komitetu-z-etiki)), Положення «Про академічну добросовісність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018). ([https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc\\_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobroshesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobroshesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma)), Положення «Про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА» (Наказ №299 від 06.07.2018); ([https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc\\_download/750-polozhennia-provnutrishnie-zabezpechennia-iakosti-osvity-naukma](https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/750-polozhennia-provnutrishnie-zabezpechennia-iakosti-osvity-naukma)), «Концепція професійного розвитку науково-педагогічних та педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №298 від 06.07.2018). Під час онлайн-зустрічі здобувачі підтвердили про відкритий доступ до необхідної інформації а також до можливостей щодо міжнародних стажувань та неформальної освіти

**2. Заклад вищої освіти не пізніше ніж за місяць до затвердження освітньої програми або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті відповідний проект з метою отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін.**

ЗВО публікує проекти ОНП на сайті (<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business>), ([https://www.ukma.edu.ua/dmdocuments/project\\_op\\_075\\_marketing\\_2021.pdf](https://www.ukma.edu.ua/dmdocuments/project_op_075_marketing_2021.pdf)). Для надання зауважень та пропозицій можна написати на пошту або заповнити відповідну гугл-форму. Відповідно до “Методичних рекомендацій з розроблення освітніх/освітньо-наукових програм I-III рівнів вищої освіти в Національному університеті “Києво-Могилянська Академія”, введених в дію Наказом №457 від 01.12.2020р. п.1.8 чітко визначено, що не менше ніж раз на рік проводиться моніторинг та періодичний перегляд ОП. Результати моніторингу публікуються на вебсайті НаУКМА.

**3. Заклад вищої освіти своєчасно оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті точну та достовірну інформацію про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.**

ЗВО публікує інформацію про ОП на своєму офіційному сайті (<https://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/2011-04-05-15-42-31/183-bakalavr/br-marketing/225-marketing>), зокрема загальна інформація про ОП, її мета та характеристики, методи викладання та оцінювання а також можливості працевлаштування після навчання за даною ОП. Також на офіційному сайті вказані профіль програми, основні результати навчання за даною ОП, вимоги до випуску та кваліфікація (<https://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/2011-04-05-15-42-31/255-magister/mp-marketing/233-onp-marketing>).

**Загальний аналіз щодо Критерію 9:**

**Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.**

Прозорість і відкритість на високому рівні, особливо уся інформація, що стосується нормативних документів та звітності, є можливість надання зауважень чи пропозицій до ОП. За запитом ЕГ були надані силабуси вибіркових дисциплін

**Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 9.**

Недоліки відсутні, однак інноваційних практик не було виявлено

**Рівень відповідності Критерію 9.**

Рівень В

**Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.**

ОП повністю відповідає критерію 9, нормативні документи та звітність є у відкритому доступі, а силабуси та інша необхідна інформація доступна здобувачам освіти на платформі dist.edu за допомогою корпоративної пошти.

#### **Критерій 10. Навчання через дослідження:**

**1. Зміст освітньо-наукової програми відповідає науковим інтересам аспірантів (ад'юнктів) і забезпечує їх повноцінну підготовку до дослідницької та викладацької діяльності у закладах вищої освіти за спеціальністю та/або галуззю.**

*не застосовується*

**2. Наукова діяльність аспірантів (ад'юнктів) відповідає напрямові досліджень наукових керівників.**

*не застосовується*

**3. Заклад вищої освіти організаційно та матеріально забезпечує в межах освітньо-наукової програми можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень відповідно до тематики аспірантів (ад'юнктів) (проведення регулярних конференцій, семінарів, колоквиумів, доступ до використання лабораторій, обладнання тощо).**

*не застосовується*

**4. Заклад вищої освіти забезпечує можливості для долучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, зокрема через виступи на конференціях, публікації, участь у спільних дослідницьких проектах тощо.**

*не застосовується*

**5. Існує практика участі наукових керівників аспірантів у дослідницьких проектах, результати яких регулярно публікуються та/або практично впроваджуються.**

*не застосовується*

**6. Заклад вищої освіти забезпечує дотримання академічної доброчесності у науковій діяльності наукових керівників та аспірантів (ад'юнктів), зокрема вживає заходів для виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності.**

*не застосовується*

#### **Загальний аналіз щодо Критерію 10:**

**Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.**

*не застосовується*

**Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 10.**

*не застосовується*



#### **Рівень відповідності Критерію 10.**

*не застосовується*

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.**

*не застосовується*

### **IV. Інші спостереження**

У цьому розділі експертна група може викласти інші спостереження, пов'язані із освітньою програмою, освітньою діяльністю за цією програмою або процедурою проведення акредитації.

*дані відсутні*

### **V. Підсумки**

На думку експертної групи, підстави для прийняття рішення про відмову в акредитації ОП, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми, **відсутні**.

За результатами акредитаційної експертизи експертна група вважає, що освітня програма відповідає Критеріям за наступними рівнями відповідності:

<b>Критерій 1.</b> Проектування та цілі освітньої програми	B
<b>Критерій 2 .</b> Структура та зміст освітньої програми	B
<b>Критерій 3 .</b> Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання	B
<b>Критерій 4 .</b> Навчання і викладання за освітньою програмою	B
<b>Критерій 5 .</b> Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна добросовісність	B
<b>Критерій 6.</b> Людські ресурси	B
<b>Критерій 7.</b> Освітнє середовище та матеріальні ресурси	B
<b>Критерій 8.</b> Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми	B
<b>Критерій 9.</b> Прозорість та публічність	B
<b>Критерій 10.</b> Навчання через дослідження	<i>не застосовується</i>

За результатами акредитаційної експертизи рішенням експертної групи є **акредитація**.

*Додатки до звіту:*

*Відсутні*

\*\*\*

Шляхом підписання цього звіту ми стверджуємо, що провели акредитаційну експертизу у повній відповідності із Положенням про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, та інших актів законодавства, а також здійснювали свої функції добросовісно, неупереджено і добросовісно.

*Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.*

Керівник експертної групи

**Люльов Олексій Валентинович**

Члени експертної групи

**Іваненко Лариса Михайлівна**

**Жифарський Данііл Сергійович**