

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка"
Освітня програма	24718 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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 "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	24718
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	Пімоненко Тетяна Володимирівна, Куш Анастасія Олександрівна, Лєгеца Дар`я Георгіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	04.04.2024 р. – 06.04.2024 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://nupp.edu.ua/uploads/files/o/main/struct/nnifem/specialities/075-m/bac/accred/samoocin.pdf
Програма візиту експертної групи	https://nupp.edu.ua/uploads/files/o/main/struct/nnifem/specialities/075-m/bac/accred/programa-vizitu.pdf

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

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у Національному університеті «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (надалі ЗВО) є актуальною та відповідає регіональному попиту на ринку праці щодо підготовки фахівців з маркетингу. ОП містить програмні результати навчання, що передбачають здобуття сучасних компетенцій управління розвитком територіальних громад та основи наукових досліджень, що робить випускника ЗВО унікальним на ринку праці. При реалізації ОП сформоване середовище, що забезпечує системну та стійку співпрацю між роботодавцями, академічною спільнотою, та здобувачами, що забезпечує процес обговорення та удосконалення ОП та її складових на постійній основі. В ЗВО створена відкрита та альтернативна політика формування вибіркових дисциплін та створення індивідуальної траєкторії здобувача. Інфраструктура університету забезпечує повноцінну академічну, практичну та наукову діяльність. Створено безпечні та інклюзивні умови для впровадження освітньої діяльності. Moodle як інтегрований ресурс підтримує ефективне взаємодію між викладачами та студентами, надаючи доступ до навчальних матеріалів і сприяючи взаємодії з роботодавцями для реалізації знань в реальних умовах. ЗВО активно втілює рекомендації роботодавців у освітні програми, забезпечуючи актуальність навчання та високу якість освіти через студентське самоврядування і внутрішній контроль. Це сприяє формуванню конкурентоспроможних випускників, готових до викликів ринку праці завдяки регулярному оновленню навчальних програм і співпраці з роботодавцями. ЕГ зазначає якісну підготовку документів та відеоматеріалів в самоаналізі, організацію гарантом та керівництвом ЗВО акредитації ОП.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

До сильних сторін та позитивних практик ЕГ відносить: 1. ОП орієнтується на регіональний контекст ринку праці Полтавської області і втілюється через систематичне засвоєння компетентностей та досягнень у сфері маркетингового аналізу та управління маркетинговою діяльністю бізнесу. 2. Під час реалізації ОП запроваджені принципи альтернативності та структурованості у виборі дисциплін ЗдВО: кожна ВК має однаковий обсяг (4 кредити ЄКТС), на 2-3 курсах здобувач набуває загальні компетентності через вибір ВК у каталозі університету, на 4 курсі - професійні компетентності, що пропонуються через каталог інституту. Поглиблені професійні компетентності, які розкривають особливості ОП, здобуваються протягом 2-4 курсів в обраному мейджорі. 3. Функціонування інноваційних центрів, облаштованим комп'ютерним класам, завдяки яким ЗВО забезпечує сучасне навчальне середовище. 4. Університет запровадив електронний кабінет для студентів, де представлена особиста інформація щодо навчального плану за семестрами, актуальних новин про проведення різних форм контролю та заходів, а також своєчасно висвітлюються результати навчання.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Учасники освітнього процесу не мають однозначного та чіткого розуміння особливості освітньої програми у контексті управління розвитком територіальних громад. 2. Нерівномірне навантаження в семестрах за кредитами ЄКТС та кількістю ОК. 3. Відсутність на постійній основі практики залучення іноземних зовнішніх стейкхолдерів, що мають практичний досвід до навчального процесу за ОП. 4. Низький рівень впровадження результатів міжнародних грантів у освітній процес з метою підвищення якості реалізації ОП (зокрема, введення нових вибіркових курсів за результатами реалізації програми Жан Моне тощо). 5. Відсутність посилань на доступні навчальні ресурси на сайті бібліотеки та актуальних періодичних видань в електронному каталозі. Рекомендації: 1. Проєктній групі провести заходи для учасників освітнього процесу з метою пояснення особливості ОП, яка полягає в управлінні розвитком територіальних громад, та висвітлення наявних інструментів її реалізації в навчальному процесі. 2. Привести до відповідності рівномірність навантаження згідно положення про організацію освітнього процесу в НУ «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». 3. На систематичній основі запровадити практику залучення іноземних стейкхолдерів до навчального процесу у рамках ОП. 4. Підвищити рівень імплементації результатів міжнародних грантів у освітній процес з метою підвищення якості реалізації ОП (зокрема, введення нових вибіркових курсів за результатами реалізації програми Жан Моне тощо). 5. Наповнити сайт електронної бібліотеки посиланнями на доступні навчальні ресурси та актуалізувати періодичні видання в електронному каталозі.

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.

ОП розроблена відповідно до Положення про освітні програми в ЗВО (2022, <https://bit.ly/3TKGdFE>). Метою ОП є підготовка кваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасними знаннями, економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності суб'єктами господарювання усіх сфер економічної діяльності і маркетингового супроводження стратегічного управління розвитком територіальних громад. Особливістю ОП є додаткових компетентностей щодо використання інструментів маркетингу в сфері ефективного адміністрування й раціонального управління розвитком територіальних громад. На зустрічі із гарантом та НПП було наголошено на актуальність наряду з підготовки фахівців задля розвитку територіальних громад. На зустрічі із роботодавцями та викладачами було зазначено, що досвід з формування навиків управління територіальними громадами здобувачі отримують під час вивчення ОК 24, ОК 27 та проходження практичної підготовки (ОК 35 та ОК 36) на державних та комунальних підприємствах. Проте, в ОП не зазначено здобуття СК15 та РН 19 під час проведення практик, що обумовлює особливість ОП. Відповідно до Стратегії розвитку в умовах правового режиму воєнного стану (2023, <https://bit.ly/3TSFFoC>) місією університету є провадження позитивних змін, розвиток інтелектуального потенціалу суспільства на національному та міжнародному рівнях, формування майбутнього нашої країни. Мета, цілі та орієнтація ОП відповідають напрямам стратегічного розвитку університету, а саме: Стратегічна ціль 1, Бачення 1 «Високі стандарти освіти студентів, інтегровані із наукою та розвитком навколишнього середовища» (відповідність ЗК2, СК15, Р18, Р19); стратегічна ціль 2, Бачення 1 «Інвестиції в цифрові технології та розвиток цифрових навичок студентів» (відповідність ЗК19, СК10, Р7, ОК11, ОК25); стратегічна ціль 4, Бачення 1 «Підвищення процесів євроінтеграції: сприяння ефективному функціонуванню Університету як міжнародної інституції» (ЗК 13, особливість програми: «Міжнародні аспекти із залученням до освітнього процесу спеціалістів-практиків», «Міжнародна кредитна мобільність»), стратегічна ціль 5 «Концепція безпеки» (відповідність ОК 12, ОК13, ОК14).

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

ОП «Маркетинг» була затверджена 5 травня 2023 р відповідно до Наказу ректора ЗВО за №123 (2023, <https://bit.ly/3vK3IXB>). Для ОП різних років рецензії надавали: директор компанії Реклама «Есфі» Дизайн, директор Української асоціації візуальної індустрії, директор Фірми «Діамант» ЛТД, директор Полтавської філії ТОВ «Метал Холдінг трейд», начальник Комунального підприємства «Полтава-сервіс», директор рекламної агенції «Бойко», засновник ТОВ «Полтава Медіа-маркет», співвласник рекламної агенції «Lampa Agency»; керівник проектного офісу GIZ у м. Полтава, випускники 2019 р., 2020 р., 2021 р. Всі зазначені рецензії позитивні та додаються до ОП. ЕГ зауважує, що рецензії (2023 р.) не містять пропозицій щодо змін та недатовані, що ускладнює розуміння про час її надання. На зустрічі із гарантом було зазначено, що не існує регламентованого прикладу рецензії. ЕГ зазначає також, що до розробки ОП 2020-2023 років не були долучені здобувачі (див. передмову ОП), що не відповідає пункту 3.2.2 положення «Про освітні програми ЗВО» (2022, <https://bit.ly/3TKGdFE>). НПП, роботодавці та здобувачі під час зустрічей зазначили, що рекомендації та пропозиції надавались під час проведення розширених засідань кафедр, опитування та персонального неформального спілкування. Здобувачі та викладачі підкреслювали, що ініціатива щодо змін та удосконалення ОП може бути обговорена із НПП під час проведення занять, гарантом, завідувачем та деканом під час формальних та неформальних зустрічей. На зустрічі із самоврядуванням, здобувачі зазначили що ОП представляється та обговорюється із першим курсом на 1 семестрі під час заходів адаптації першокурсників. Також зміни в структурі, цілях та результатах ОП під час кожного семестрового опитування. На зустрічі із роботодавцями було зазначено, що їх пропозиції були надані та обговорені під час гостьових лекцій (програмні результати), інтерв'ю (особливість ОП), проходження виробничої та навчальної практики (зміст та наповненість ОК). Заступниця директора з маркетингу ПК «Прем'єр Сокс» Бабенко О.М. підкреслила що актуальність здобуття компетентностей та відповідність результатів навчання обговорюються із здобувачами та НПП під час написання магістерських робіт. Поліщук Д.В. зазначив на актуальність компетентностей та результатів навчання, які передбачені ЗВО і розкривають сутність управління територіальними громадами. Стейкхолдер зауважив, що такі компетентності студенти здобувають під час проходження виробничої практики. Роботодавці також зазначили, що надавали свої пропозиції щодо посилення наукової та практичної складової під час проведення семінарів та засідань кафедр. На зустрічі із гарантом та НПП, було зазначено що проектна група при розгляді ОП враховує інтереси всіх стейкхолдерів, що отримані через семестрових опитувань, під час наукових та методичних семінарів, розширених засідань кафедр.

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.

Цілі ОП та ПР визначаються з урахуванням тенденцій розвитку ринку праці в Україні щодо компетентностей здобувачів щодо управління розвитком територіальних громад (СК15, РН19), бізнес аналітики (фокус програми

«підготовку фахівців маркетингових-аналітиків у сфері бізнесу», ЗКЗ, СК2, СК11, Р2, Р4, Р5) та проведення наукових досліджень (ЗК2, Р18, ОК2). За результатами зустрічі із гарантом, НПП та роботодавцями зазначено, що ОП оновлюється на підставі сучасних тенденцій розвитку територіальних громад та регіону. При розробці ОП було взято власний досвід викладачів, що залучені до розробки стратегій розвитку в Полтаві та міжнародних проєктах, у тому числі GIZ. Представники міської та обласної державної адміністрації, комунального підприємства «Полтава-Сервіс» наголошують, що ринок праці Полтавщини потребує у фахівцях, які можуть бути задіяні в управлінні маркетинговою діяльністю в державних органах влади. ЕГ зазначає, що учасники акредитаційної експертизи по різному трактували фокус програми «управління розвитком територіальних громад», а саме як «волонтерство та самоврядування», «маркетинг в комунальних підприємствах», «PR та самоврядування», «Брендінг та управління територіями». В той час як проєктна група бачить реалізацію особливості як взаємозв'язок чотирикутника «університет-бізнес-влада-громада». На зустрічі із гарантом та відкритій зустрічі було зазначено, що при оновленні ОП використовують досвід вітчизняних політехнічних та економічних ЗВО (КНЕУ, НУ «Чернігівська політехніка», НТУ «Харківський політехнічний інститут», СумДУ). За результатами проходження міжнародного стажування та підвищення кваліфікації НПП постійно удосконалює сутність ОК та наповненість сучасними літературними джерелами. Активну участь в реалізації ОП та узгодженні потреб на ринку праці приймає компанія «Прем'єр Сокс», яка бере участь в гостьових лекціях, інтерв'ю та організовує конкурс стартап проєктів. На зустрічі із роботодавцями та здобувачами було наголошено, що під час проведення конкурсів та проходження практичної підготовки здобувачі ЗВО отримують навички економічного мислення, обробки та аналізу інформації, володіння сучасним програмним забезпеченням та аналізу цифрового простору, а також управління ланцюгами товаропотоків. На зустрічі із роботодавцями, адміністративним персоналом та на відкритій зустрічі було зазначено креативний та науковий контекст ОП. Здобувачі беруть участь у театральних постановках, імплементують свої ідеї в креативних проєктах для рекламних агентств. На відкритій зустрічі було підкреслено актуальність та реалізація первинних навичок проведення та презентації результатів наукових досліджень (написання тез, статей, участь у наукових конкурсах, тощо). Здобувачка Черноус Я. взяла участь в конкурсі «Black Sea Science 2024».

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.

ОП «Маркетинг» передбачає досягнення всіх 19 РН, визначених у стандарті 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня. Опанування кожного РН забезпечуються при вивченні чотирьох ОК. В ОП передбачено додатковий результати навчання, визначений проєктною групою, що посилює рівень підготовки фахівців з маркетингу відповідно до вимог ринку: РН 19 «Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини між органами місцевого самоврядування, бізнесом та громадою». РН 19 забезпечується під час викладання ОК9, ОК17, ОК24-27, ОК29, ОК32-34, ОК38. Навички з практичної підготовки забезпечуються під час навчальної та виробничої практики за рахунок ОК 35 та ОК36. Роль в здобутті РН наукового спрямування, надається ОК «Основи наукових досліджень» ОК «Маркетингові дослідження», ОК «Digital маркетинг». ЕГ зазначає, що Р9 «Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень» забезпечується за рахунок вивчення ОК17 «Економіка підприємства», ОК24 «Маркетинг в публічному управлінні» та ОК30 «Бізнес-планування». За результатами огляду силабусу в ОК17 та ОК24 не передбачено тем щодо аналізу ризиків та невизначеності маркетингового середовища. В той же час у вибірковій складовій ОП присутні компоненти 1МЗ «Ризики в маркетингу» та 2М9 Обґрунтування господарських рішень та ризиків.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: 1. ОП має регіональний контекст, що реалізується через здобуття компетентностей та результатів навчання, запропонованих ЗВО, залучення студентів до роботи регіональних проєктів під час проходження практики, участь НПП у розробці стратегій розвитку Полтавщини. 2. Особливістю ОП є запровадження елементів наукових досліджень, що реалізуються через здобуття ОК2, ОК 18, ОК24, ОК28, ОК33, а також залучення здобувачів до створення стартап проєктів та презентації інноваційних ідей на конкурсі.

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. НПП, здобувачі та роботодавці мають різнобічне трактування особливості та фокуса ОП щодо управління розвитку територіальними громадами через міжнародні гранти, публічне управління, комунікації у самоврядування, маркетингову діяльність комунальних закладів, що знижує цінність розуміння унікальності програми. Рекомендації: 1. У першому семестрі реалізації удосконаленої ОП проєктній групі провести заходи для здобувачів, викладачів та роботодавців щодо роз'яснення її унікальності, а саме

«управління розвитком територіальних громад». 2. Для посилення унікальності та особливості ОП під час наступного перегляду обговорити із керівниками практик можливі інструменти оволодіння здобувачами СК15 (Здатність використовувати інструменти маркетингу в сфері ефективного адміністрування й раціонального управління розвитком територіальних громад) та РН19 (Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини між органами місцевого самоврядування, бізнесом та громадою) під час здобуття ОК35 та ОК36.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 1, ЕГ вважає, що процедури проектування та цілей освітніх програм мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 1.1., 1.2., 1.4. та достатній рівень узгодженості за якісними характеристиками за підкритерієм 1.3. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність проектування та цілей ОП вимогам Критерію 1 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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).

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти розроблено в 2023 році на основі попередніх ОПП 2020-2022 рр., та відповідно до усіх вимог Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://bit.ly/3TNzjiQ>, Наказ МОН № 1343 від 05.12.18). Відомості про самооцінювання відповідають ОП 2023р. та НП 2023р. (різних форм навчання). ОП «Маркетинг» затверджено Вченою радою ЗВО, протокол 5 від 08.05.2023р. До ОП додано навчальні плани очної (денної), заочної та дистанційної форм навчання (схвалені Вченою радою Університету 08.05.2023р.). Обсяг ОПП «Маркетинг» 2023 р. відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня та складає 240 кредитів ЄКТС. При цьому нормативна складова становить 180 кредитів ЄКТС (75%), що спрямовані на досягнення ПРН, та 60 кредитів ЄКТС – загальний обсяг ОК за вибором здобувачів, що становить 25%. Частка вибіркового ОК (25%) відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту». ОП, навчальні плани всіх форм навчання оприлюднено на сайті кафедри економіки, підприємництва та маркетингу в розділі Спеціальність 075 «Маркетинг» (<https://bit.ly/3Qo6jn3>). Під час зустрічей із учасниками освітнього процесу, ЕГ встановила, що за дистанційною формою навчання навчаються здобувачі, що знаходяться за кордоном. Обсяг ОП та окремих ОК відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідного стандарту, що підтверджено зустріччю 1 та документально.

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.

Зміст ОП «Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», має чітку структуру. Включені до ОП ОК становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягнути заявлених цілей та ПРН. Нормативна складова - 180 кредитів ЄКТС (75%). Обов'язкові ОК - 153 кредитів ЄКТС (63,7%): 61 (25,4%) – заг. підготовки, 92 (38,3%) – проф. підготовки. Практична підготовка - 12 кредитів (5%): навчальна та виробнича практика. Під час зустрічі із НПП встановлено, що на заочній та дистанційній формах навчання вибір бази практики та направлення на практику відбувається за погодження із здобувачем залежно від місця роботи та мешкання здобувача. Також практична складова передбачена під час проведення практичних робіт. Державної атестацією здобувачів є виконання та захист кваліфікаційної роботи: 15 кредитів (6,3%). Загальний обсяг вибіркового ОК – 60 кредитів ЄКТС (25%). Структурно-логічна схема в ОП відображає взаємозв'язок ОК. В ОП 2023 внесено дві структурно-логічні схеми, що відрізняються за вибірковою складовою мейджорів. ЕГ зазначає, що в деяких випадках дуже важко зрозуміти пререквізити (ОК17, ОК19, ОК30) та постреквізити (ОК28, ОК29), що ускладнює розуміння логічності схеми. ОП забезпечує формування всіх програмних компетентностей і досягнення включених до неї РН. Проаналізована ЕГ Матриця відповідності РН, ОК, методів навчання, форм та методів оцінювання вказує на повне забезпечення ОК ОП РН. В НП всіх норм навчання відбувається нерівномірний розподіл кредитів за семестрами. У семестрах 1 та 3 – 25 кредитів, у семестрах 2 та 4 – 35 кредитів; у семестрах 5 та 7 – 27 кредитів, у семестрах 6 та 8 – 33 кредити. В результаті, у весняний семестр здобувачі складають 5 екзаменів протягом трьох

тижнів. Також відбувається невідповідність кількості ОК за семестрами: 1 семестр – 7 ОК, 2 семестр – 10 ОК, 3 семестр – 7 ОК, 4 семестр – 11 ОК. Це призводить до перевантаження здобувачів під час підготовки до семестрової атестації. Відповідно до п. 3.10 положення про організацію освітнього процесу в ЗВО (2022, <https://bit.ly/3VGLJfo>), кількість ОК в семестр не повинно бути більшим за 8. Здобувачі на зустрічі зазначили, що не відчувають перевантаження під час навчання. Структура ОП відповідає годинам, що зазначені у НП всіх форм навчання.

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

Метою ОП є підготовка кваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасними знаннями, економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності суб'єктами господарювання усіх сфер економічної діяльності і маркетингового супроводження стратегічного управління розвитком територіальних громад». ЕГ визначила, що ОП в загальному відповідає предметній області, визначеній Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://bit.ly/3TNzjiQ>, Наказ МОН № 1343 від 05.12.18).. Обов'язкові ОК циклу професійної підготовки ОК18 Теорія мотивації та поведінка споживача, ОК19 Маркетинг, ОК23 Маркетингова товарна політика розкривають суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом. Під час викладання ОК 20 Логістика, ОК27 Маркетингові дослідження, ОК29 Маркетингове ціноутворення, ОК34 Маркетингові комунікації здобувачі вивчають понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови. ОК24 Маркетинг в публічному управлінні, ОК25 Digital Marketing, ОК 26 Соціальний маркетинг розкривають специфіку діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків. ОК30 Бізнес планування, ОК31 Управління продажами, ОК33 Інноваційне підприємництво розкривають зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. За результатами зустрічі із здобувачами та роботодавцями, ЕГ визначила, що можливості використання набутих знань та навичок в практичній діяльності передбачено ОК Навчальна практика та ОК Виробнича практика, а також під час написання курсових робіт (ОК17, ОК19, ОК23, ОК27, ОК 30, ОК34) та кваліфікаційної роботи ОК38.

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

Здобувачі мають можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії (ІОТ). ОП «Маркетинг» включає вибіркові ОК обсягом 60 кредитів ЄКТС (25% від загального обсягу ОП). Здобувачі обирають 4 вільних майнора із університетського каталога загальним обсягом 16 кредитів у 3, 4 та 5 семестрах, 2 вільних майнора із інститутського каталогу загальним обсягом 8 кредитів та 1 мейджор (блок вибірових дисциплін) загальними обсягом 36 кредити. На першому курсі здобувачі обирають один із двох запропонованих в ОП мейджорів, які спрямовані на отримання навичок із креативного маркетингу чи маркетингового аналізу. Формування (ІОТ) здобувачів ОП «Маркетинг» відбувається згідно з положення «Про організацію освітнього процесу в ЗВО (2022, <https://bit.ly/3VGLJfo>) та положення «Про порядок реалізації здобувачами вищої освіти в ЗВО права на вільний вибір навчальних дисциплін» (2022, <https://bit.ly/4amkMSt>). Відповідно до п. 3.9. з положення про організацію освітнього процесу, Вибіркова частина змісту підготовки передбачає вільний вибір освітніх компонент здобувачем вищої освіти з урахуванням його індивідуальних потреб, спрямованих на формування та розвиток як загальних, так і фахових компетентностей, призначена для задоволення освітніх і кваліфікаційних потреб та можливостей особистості, регіональних потреб у фахівцях певної спеціальності, спеціалізації, ефективного використання можливостей і традицій Університету з урахуванням досягнень наукових шкіл й Університету загалом. Відповідно до п.2.2. положення вільного вибору дисциплін здобувач має право обрати дисципліни із каталогу університету, інституту та один мейджор. На зустрічі із здобувачами, студентським самоврядуванням, адміністративним персоналом було зазначено, що здобувачі активно беруть участь в обговоренні переліку вибірових дисциплін в каталогах університету та інституту. Студенти підтвердили реальність та альтернативність вибору вибірових дисциплін що передбачено п.3.16 положення про організацію навчального процесу в ЗВО. Серед вибірових ОК студенти обирають Інтернет маркетинг, Блогінг, Брендінг, Копірайтинг, Івент-маркетинг, Міжнародний маркетинг, Обґрунтування господарських рішень. Студентське самоврядування зазначило, що за ініціативою студентів було збільшення години на вивчення іноземної мови.

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

ОП «Маркетинг» передбачено 12 кредитів (5%) практичної підготовки, що включає: навчальну практику (3 кредити ЄКТС), виробничу практику (6 кредитів ЄКТС) та переддипломну практику (3 кредити ЄКТС). Навчальна практика для здобувачів денної форми навчання передбачена в 2 семестрі (2 тижні), виробнича – в 6 семестрі (4 тижні), переддипломна – 8 семестрі (2 тижні). Організація практики відбувається згідно із Положенням про організацію і проведення практиків здобувачів вищої освіти ЗВО (2021, <https://bit.ly/3vPA2lw>). Під час проходження практики студенти оволодівають практично всіма фаховими компетентностями, що передбачені ОП. За результатами проходження проходження практики здобувачі вміють аналізувати і прогнозувати ринкові явища, збирати та

аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові показники, виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем, а також використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології. Здобувачі дистанційної та заочної форми навчання можуть пропонувати або обирати з переліку базу практики. Програмою передбачено написання курсових 6 робіт та підготовка і захист кваліфікаційної роботи (15 кредитів ЄКТС). Здобувачі підтвердили, що пишуть кваліфікаційну роботу на прикладі підприємства на якому проходять практику. Практичну підготовку також забезпечують на практичних заняттях, участі в конкурсі старап проєктів, чемпіонату бізнес-кейсів., онлайн семінарах, при виконанні ситуативних завдань, залучення фахівців-практиків до проведення гостьових лекцій. НП денної форми навчання передбачається 1314 годин практичних занять та заочної форми навчання – 346 годин. В. Ярмухамедова проходила виробниче стажування у ПП «Premier Socks» за результатами участі в чемпіонаті бізнес-кейсів. 8-10 серпня 2023 р. маркетологи взяли участь в онлайн семінарах OKKO insights; 20 червня-6 липня 2023 р. – у 6-денному інтенсиві E-commerce for SMEs; в травні 2023 р. - екскурсія до IT-компанії Digicode та інтерв'ю з керівником Ігорем Шейко, червні 2023. – інтерв'ю із представником компанії People Partner Анною Левік.

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

Здобувачі володіють сучасними соціальними навичками. Під час онлайн зустрічі зі здобувачами зазначено, що вони володіють такими навичками: креативність (OK19 Маркетинг, OK23 Маркетингова товарна політика, OK28 Маркетинг підприємств виробничої та невиробничої сфери); пристосовуватися то змін ринку та розуміти поведінку споживачів (OK18 Теорія Мотивації та поведінка споживача, OK27 Маркетингові дослідження, OK30 Бізнес-планування); робота в команді (OK2 Основи наукових досліджень, OK15 Вступ до фаху); комунікабельність (OK1. Українська мова, OK4 Іноземна мова); інноваційне мислення та обґрунтування ідей (OK31 Управління продажами, OK32 Маркетинг закупівель, OK33 Інноваційне підприємництво). На кафедрі функціонує Діюча наукова лабораторія «Маркетинг» (<https://bit.ly/3Jfuav8>) та StartUp школа в університеті (<https://bit.ly/49x7XDH>), де здобувачі навчаються визначати та виконувати поставлені завдання (ЗК 5), працювати в команді (ЗК11), здатність критично мислити (СК2), здатність презентувати результати наукової та аналітичної роботи (СК12). Під час зустрічі із адміністративним персоналом було зазначено, що здобувачі ОП «Маркетинг» беруть активну участь в постановці театральних вистав, які проводяться на базі Центру культури і студентської творчості. На зустрічі із самоврядування було підкреслено актуальність та високий рівень володіння іноземними мовами, що дозволяє здобувачам проходити академічну мобільність в Європейському Союзі за програмами Еразмус. Під час зустрічі із роботодавцями було наголошено, що здобувачі та випускники ЗВО володіють наступними навичками: здатність працювати в команді та висловлювати свою думку в колі фахівців, здатність до саморозвитку та імплементації своїх знань, креативність, сучасне інноваційне мислення. Було наголошено, що вказані м'які навички відрізняють здобувачів ОП «Маркетинг» НУ «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка від інших».

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

Професійний стандарт з маркетингу 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.

Розробка та затвердження навчальних планів в Університеті регулюється положенням «Про організацію освітнього процесу в ЗВО (2022, <https://bit.ly/3VGLJfo>). Аналіз навчальних планів денної, заочної та дистанційної форми навчання дає підстави зазначити, що обсяг ОП в кредитах ЄКТС нерівномірно розподілений між семестрами (25 кредитів ЄКТС у 1 семестрі, 35 – 2 семестр, 25 – 3 семестр, 35 – 4 семестр, 27 – 5 семестр, 33 – 5 семестр, 27 – 7 семестр, 33 – 8 семестр). Обсяг обов'язкових складає 2-6 кредитів ЄКТС (Іноземна мова – 8 кредитів ЄКТС, у тому числі 2 кредити ЄКТС у кожному семестрі), а вибірових ОК 4 кредити, що відповідає вимогам Положення ЗВО. Кількість освітніх компонент на рік перевищує 16: 1 рік – 17 компонент, 2 рік – 18 компонент, 3 рік – 19 компонент, що не відповідає вимогам положення (п.3.10, стор. 11). Загальний обсяг освітньої складової - 7200 годин (240 кредитів). Серед них: з яких аудиторні заняття – 2412 год. (33,5%) та самостійна робота студентів - 4788 год. (66,5%). За результатами зустрічі із викладачами та здобувачами ЕГ зазначає, що у рамках самостійної роботи здобувачі розробляють кросворди термінів з маркетингу, готують реферати, тези до наукових виступів, презентації, інноваційні ідей для участі в конкурсах, тощо.

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.

За даною ОП підготовку здобувачів за дуальною формою освіти не здійснюють. положення «Про організацію освітнього процесу в ЗВО (2022, <https://bit.ly/3VGLJfo>) та положення «Про дуальну форму здобуття вищої та фахової передвищої освіти» ЗВО навчання може здійснюватися за дуальною формою здобуття освіти, що передбачає «здобуття освіти шляхом поєднання навчання осіб у закладах освіти з навчанням на робочих місцях на підприємствах, установах, та організаціях для набуття певної кваліфікації на основі договору». Працівники кафедри, гарант, проєктна група працюють над запровадженням дуальної освіти: проходять відповідне стажування на виробництва (ТОВ М»метал Холдінг Трейд»). На зустрічі із роботодавцями, менеджер зі збуту ТОВ «Елітор» та начальник комунального підприємства «Полтава-Сервіс» висловили своє зацікавлення в підтримці навчання здобувачів ОП «Маркетинг» за дуальною формою.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: 1. При реалізації ОП використовуються принцип альтернативності та структурованості вибору дисциплін через пропозиції в каталогах університету, інституту та мейджерів, що враховує індивідуальні потреби здобувача та формує унікального фахівця в області маркетингу.

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Структура розподілення ОК та кредитів ЄКТС нерівномірна за семестрами, кількість ОК в одному році перевищує 16 одиниць, що може призвести до перевантаження здобувачів під час навчального процесу, а також не відповідає вимогам положення про організацію освітнього процесу в ЗВО (п. 3.10). Рекомендації: 1. Передбачити в структурі логічної схеми ОП 2024 та НП 2024 всіх форм навчання рівномірний розподіл кредитів у розрізі семестрів. Передбачити в НП 2024 всіх форм навчання кількість дисциплін відповідно до вимог внутрішніх положень.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 2, ЕГ вважає, що структура та зміст ОП мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 2.1, 2.3., 2.4, 2.5, 2.6 та достатній рівень узгодженості за якісними характеристиками за підкритеріями 2.2. та 2.8. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність структури та змісту ОП вимогам Критерію 2 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

На офіційному сайті НУПП, у розділі Вступ (<https://bit.ly/3Je2reh>) розміщено всю необхідну інформацію стосовно вступу. Правила прийому (<https://bit.ly/3UbHmHD>) розміщені у вільному доступі на сайті університету (<https://bit.ly/49wBcWY>). Вони не містять дискримінаційних положень, є чіткими та зрозумілими для вступників. Крім того, на сайті ЗВО в тому ж розділі розміщена інформація щодо особливостей ОП Маркетинг (<https://bit.ly/3VQh3Ij>), на сайті кафедри висвітлена інформація стосовно працевлаштування (<https://bit.ly/3PXWTZr>).

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

Правила прийому (<https://bit.ly/3UbNmHD>) на навчання за ОП Маркетинг розміщені у вільному доступі та враховують особливості самої програми. Вступ для здобуття ступеня бакалавра відбувається за широким конкурсом, на основі повної загальної середньої освіти або на основі ОКР молодшого спеціаліста (НРК5). Для участі у конкурсному відборі на основі ПЗСО абітурієнт повинен подати результати НМТ 2022-2024 року або ЗНО 2021 року з трьох конкурсних предметів, на основі НРК5 результати НМТ 2022-2024 року або ЗНО 2021 року з двох конкурсних предметів та мотиваційні листи. Мінімальна кількість балів для участі у конкурсному відборі - 100. Вступ здійснюється за широким конкурсом на бюджет та контракт.

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.

У Полтавському національному університеті розроблені положення, що регулюють визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності: Про організацію освітнього процесу в НУ «Полтавська політехніка» (<https://bit.ly/4avegZA>), Про порядок визнання результатів навчання, зданих у формальній освіті (<https://bit.ly/4aPgYZH>), Про порядок реалізації права ЗдВО НУ «Полтавська політехніка» на академічну мобільність (<https://bit.ly/4avekZk>), Про порядок відрахування, поновлення та переведення ЗдВО в НУ «Полтавська політехніка» (<https://bit.ly/43TMvHK>). Під час зустрічей з фокус-групами було встановлено, що здобувачі освіти проінформовані про можливості визнання результатів навчання. За результатами внутрішньої академічної мобільності в НУ «Чернігівська політехніка», студентам Дідечкіна А. і Клімашенко П. (3 курс, група 301ЕР, у 2022-2023 н.р., ОК «Маркетинг»), а також міжнародної академічної мобільності за програмою Erasmus+ KA1 в ЗВО-партнері University of Applied Sciences Burgenland (Fachhochschule Burgenland GesmbH), студентам Кубрак Н., Дідечкіна А. (3 курс, група 301ЕР, у 2023-2024 н.р.), було визнано результати навчання.

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.

У ЗВО розроблено та оприлюднено положення, що регулює правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті (<https://bit.ly/3PYzLdk>). На офіційному сайті Університету, у розділі Неформальна освіта (<https://bit.ly/3xvL5qZ>) висвітлено інформацію про процедуру визнання результатів, етапи, зразки документів та контакти для отримання додаткової консультації. Інформування студентів про можливості неформальної освіти надається також через кураторів, НПП та гаранта ОП. Загальний обсяг освітніх компонентів ОП, що зараховуються студенту за підсумками визнання результатів неформального навчання не може перевищувати 25% від обсягу ОП. Під час зустрічей з фокус-групами було встановлено, що студенти проінформовані про таку можливість. Практика визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, присутня, Університетом було визнано результати навчання за ОК4 (2023-2024 н.р.) студенту Кальник К., часткове визнано результати навчання за НД «Маркетинг» (2023-2024 н.р.) Коноваленко А., Ярмухометовій В.; результати навчання за НД «Маркетинг» (2022-2023 н.р.) Клімашенко В.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 3 не виявлено.

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Недостатня залученість здобувачів до проходження курсів з оволодіння графічними програмами, зокрема Canva, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator та інші. Рекомендація: 1. ЕГ рекомендує з метою підвищення якості ОП та розвитку професійних навичок у здобувачів, залучати студентів до проходження курсів з оволодіння графічними програмами (Canva, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator тощо), в рамках неформальної освіти. Потребу в здобутті даних навичок було підтверджено на зустрічах з фокус-групами. Враховуючи наявний безкоштовний доступ ЗВО до дистанційних курсів від провідних світових компаній, дану рекомендацію можна реалізувати у 2024-2025 н.р.

Рівень відповідності Критерію 3.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

ЕГ вважає, що доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання має достатній рівень узгодженості за якісними характеристиками. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність доступу до освітньої програми та визнання результатів навчання вимогам Критерію 3 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

ЗВО має затверджене Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/4cQYuK6>), що регулює форми та методи навчання, а також викладання. Під час зустрічей з НПП та ЗдВО було підтверджено, що: 1) НПП комбінують традиційні та новітні форми та методи навчання, зокрема, симуляційні ігри та гейміфікація, практичні кейси. Однак, ЗдВО зазначили на необхідності збільшення кількості завдань, що передбачають команду роботу; 2) до навчального процесу на постійній основі долучаються представники бізнесу (наприклад, у рамках дисциплін Бізнес-планування, Логістика та ін.), а також НПП у співпраці з роботодавцями організовують виїзні екскурсії на підприємства; 3) зворотній зв'язок та участь у удосконаленні ОП реалізується через постійні анкетування та обговорення їх результатів на засіданнях кафедри, де студенти можуть висловлювати свої думки і пропозиції щодо покращення дисциплін та їх наповнення. Студентське самоврядування та їх участь у вченій раді інституту та ЗВО сприяють залученню ЗдВО до підвищення якості освітнім процесом. 4) ЗдВО мають право на визнання здобутих компетенцій у рамках неформальної освіти. Крім того, вони отримують рекомендації від НПП щодо можливих онлайн-курсів у рамках навчальних дисциплін (зокрема Digital marketing від Google, Promotheus); 5) ЗдВО активно беруть участь у програмах академічної мобільності (<https://bit.ly/4axdL1o>). Діюча наукова лабораторія «Маркетинг» (<https://bit.ly/3Jfuav8>) та StartUp школа (<https://bit.ly/49x7XDH>) забезпечують набуття ЗдВО не тільки професійних компетенцій, а й soft-skills.

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).

Під час зустрічей з НПП та ЗдВО було визначено, що: 1) на початку кожного курсу ЗдВО отримують детальну інформацію про мету, зміст, очікувані результати та оцінювання; 2) ЗдВО мають повний доступ до графіку навчального процесу, навчальних матеріалів, включаючи описи освітніх програм (ОП), силабуси навчальних дисциплін через особистий кабінет, що реалізований на платформі Moodle, а також офіційний web-сайт кафедри, на якій реалізується ОП (<https://bit.ly/3UbTYP2>; <https://bit.ly/49z8XXZ>; <https://bit.ly/43TBNaw>); 3) ЗдВО мають право на навчання за індивідуальним графіком, право вільного вибору дисциплін, що формують загальні та фахові компетенції. У ході реалізації ОП використовується широкий набір каналів комунікації: месенджери, e-mail, пряма комунікація, платформа Moodle.

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

Реалізація ОП передбачає набуття ЗдВО компетенцій щодо наукових досліджень з першого року навчання, що реалізується у рамках освітнього компоненту «Основи наукових досліджень». Під час зустрічей як із НПП, так і ЗдВО (Ярмухаметова Вікторія Вікторівна; Карпенко Анна Сергіївна; Чорноус Яна Василівна) було підтверджено участь ЗдВО у наукових дослідженнях з оприлюдненням їх результатів у формі тез доповідей (<https://bit.ly/3JeamZ6>; <https://bit.ly/3UiNMC>) та наукових статей у фахових виданнях (<https://bit.ly/3xsOgj8>; <https://bit.ly/49zFfBU>). Крім того, у рамках ОП функціонує наукова лабораторія «Маркетинг». ЗдВО на постійній основі беруть участь у місцевих та міжнародних конкурсах, зокрема: Black Sea Science (<https://bit.ly/3Jfuav8>); чемпіонати бізнес-кейсів від компанії «Premier Socks» (<https://bit.ly/4aRSoZV>), що дозволяє їм імплементувати набуті знання. Крім того, у ході зустрічі з роботодавцями було визначено, що: 1) вони постійно надають свої рекомендації щодо організації освітнього процесу (зокрема Бабенко Олена Миколаївна, заступник директора з маркетингу «Premier Socks» зазначила, що було враховано її рекомендації щодо посилення компетенцій у сфері маркетингових досліджень та аналітики); 2) беруть на практику ЗдВО та відповідно пропонують їм можливості працевлаштування (Товстун Віктор Вікторович – директор ТОВ «Полтавська філія «Металхолдинтрейд» та Бабенко Олена Миколаївна підтвердили працевлаштування та проходження практики ЗдВО). Однак, як випускники, так і роботодавці зазначили на доцільності посилення рівня володіння англійською

мови у сфері маркетингу, а також доцільності введення дисциплін, що забезпечують набуття навичок з креативного мислення, графіки та дизайну, а також посилення підготовки щодо використання традиційних ІТ-інструментів та систем для маркетологів (Excel, Google Analytics, Google Ads, Canva тощо).

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

Оновлення ОП та контенту ОК відбувається на постійній основі відповідно до запитів стейкхолдерів (ЗдВО, роботодавців та випускників). Гарант ОП та НППП зазначили, що результати міжнародних стажувань, наукових проєктів та грантів, а також підвищення кваліфікації НППП є базисом для оновлення змісту ОК та ОП. Крім того, ОП та контент ОК оновлюється за результатами постійної комунікації зі ЗдВО, зокрема під час зустрічі Олена Анатоліївна Івасенко зазначила, що відповідно до запитів ЗдВО було додано дисципліни – Маркетингова Аналітика, Email-маркетинг. Гарант ОП зазначив, що при формуванні ОП та ОК було використано досвід провідних вітчизняних ЗВО, а також Вроцлавської політехніки (Польща), зокрема у рамках наповнення освітніх компонент «Інноваційне підприємництво», «Маркетингові дослідження». Слід відмітити, що НППП мають вагомий напрацювання у рамках міжнародних проєктів ERASMUS+, USAID (<https://bit.ly/4axdL1o>).

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

У ЗВО прийнято «Стратегію розвитку в умовах правового режиму воєнного стану» (<https://bit.ly/3VOenuV>), відповідно до якої інтернаціоналізація освітнього процесу є одним з пріоритетних напрямів. У ході результатів аналізу відомостей самооцінювання, зустрічей з менеджментом ЗВО, НППП та ЗдВО встановлено, що ЗВО підтримує та постійно інформує про наявні міжнародні можливості через месенджери, прямі комунікації та e-mail розсилки. НППП мають вагомий доробок у реалізації міжнародних проєктів ERASMUS+, USAID (<https://bit.ly/4axdL1o>). Однак, доцільно було б підвищити рівень імплементації їх результатів у освітній процес з метою підвищення якості реалізації ОП. За результатами навчання в University of Applied Sciences Burgenland (Австрія) у рамках ERASMUS+ Кубрак Надія відмітила про доцільність посилення компетенцій щодо командної роботи, а також доцільність введення у вибірковий каталог професійних дисциплін, що викладаються англійською мовою.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: 1. Наявна Moodle є інтегрованим ресурсом, який забезпечує ефективну взаємодію між ЗдВО та НППП, сприяючи більш глибокому розумінню навчального матеріалу та оптимізації освітнього процесу. Ця платформа надає ЗдВО доступ до комплексної інформації про курси, включаючи деталі про викладачів, їх контактні дані для зв'язку, а також до необхідних навчальних матеріалів. Ці матеріали охоплюють лекції, методичні рекомендації, плани занять, та інші ресурси, які підтримують навчання ЗдВО. 2. Тісний контакт з роботодавцями та постійне їх залучення до навчального процесу забезпечує формування у ЗдВО компетенцій щодо імплементації отриманих знань у реальних умовах функціонування бізнесу.

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Одним із напрямів підвищення якості ОП є посилення її інтернаціоналізації шляхом імплементації отриманих результатів під час реалізації міжнародних проєктів (зокрема Жан Моне) у рамках реалізації ОП. Рекомендації: 1. Посилення компетентностей ЗдВО (у рамках ОК Digital-маркетинг, Маркетингові дослідження, Маркетингові комунікації) щодо використання цифрових інформаційних та комунікаційних технологій, а також програмні продукти, необхідні для належного впровадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію 2. Доцільно було б підвищити рівень імплементації результатів міжнародних грантів у освітній процес з метою підвищення якості реалізації ОП (зокрема, введення нових вибіркових курсів за результатами реалізації програми Жан Моне тощо)

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Наявні форми та методи навчання і викладання під час реалізації ОП сприяють досягненню цілей та програмних результатів навчання та мають достатній рівень узгодженості за якісними характеристиками за усіма підкритеріями. У ході зустрічей було встановлено, що принципи студентоцентризму та академічної свободи є основними під час реалізації ОП та ЗВО в цілому. Визначено, що діюча внутрішня онлайн-платформа Moodle забезпечує ЗдВО вільним доступом до інформації про навчальний процес, необхідного лекційного та методичного матеріалів. НПП оновлюють контент ОК відповідно до потреб стейкхолдерів. Отже, враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями відповідності навчання та викладання за ОП вимогам Критерію 4 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку

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 контролю та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти в ЗВО регламентуються «Про організацію освітнього процесу в ЗВО» (2022, <https://bit.ly/3VGLJfo>), положення «Про семестровий контроль в ЗВО» (2022, <https://bit.ly/3vQRxIv>) та положення «Про порядок визнання результатів навчання, отриманих в неформальній освіті» (2022, <https://bit.ly/3VP7SYO>). Положення про організацію освітнього процесу в ЗВО регулює проведення всіх форм контролю (поточний та підсумковий), міжсесійний контроль, оцінювання практичної підготовки, критерії оцінювання результатів. Положення про семестровий контроль передбачає проведення «диференційованого заліку (заліку)» (п. 2.2, 2.5) та «семестрового заліку» (п. 2.4) В НП 2024 в колонці 12 формою контролю зазначено «залік». Положення про порядок визнання результатів навчання передбачає особливості атестації та перезарахування результатів навчання здобувачів, які брали участь у формальній чи неформальній освіті. У положенні «Про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти ЗВО» (2022, <https://bit.ly/4aN9LJz>) передбачено визнання та перезарахування результатів навчання відповідно до п.4. На зустрічі із студентським самоврядуванням та здобувачами було встановлено, що здобувачі ознайомлені із вказаними положеннями та процедурами визнання результатів навчання. Під час проведення поточного та підсумкового контролю використовують 100-бальну накопичувальну ЕКТС, 4-бальна національна шкалу («відмінно», «добре», «задовільно» чи «незадовільно»). Мінімальний пороговий рівень оцінки з будь-якої ОК становить 60 балів. З ОК, з якої передбачений іспит (диференційований залік) за семестр, здобувач може набрати до 50 балів на поточному контролі (у тому числі міжсесійний контроль) та 50 балів на екзамені, у тому числі для допуску на екзмен здобувач повинен мати не менше 25 балів (50% балів з поточного контролю). Під час зустрічі зі здобувачами з'ясовано, що інформацію про критерії оцінювання вони дізнаються у першому семестрі під час тижня адаптації першокурсників та під час першого заняття кожної дисципліни. Система оцінювання є зрозумілою, що підтверджено зустрічами із НПП та здобувачами. Контрольні заходи проводять офлайн. Кожен здобувач має персональний доступ до електронного кабінету, в якому відображаються результати поточного та підсумкового контролю за ОК та ВК, новини щодо проведення різних видів контролю.

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

Атестація здобувачів ОП проводиться відповідно до вимог Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://bit.ly/3TNzjiQ>, Наказ МОН № 1343 від 05.12.18). Атестація здобувачів ОП «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Вимоги щодо кваліфікаційної роботи закріплені в положення «Про організацію освітнього процесу в ЗВО (2022, <https://bit.ly/3VGLJfo>) (стор 20). Відповідно до Положення (п. 4.4.2) здобувачу надається право на вибір теми кваліфікаційної роботи, визначену кафедрою або запропонувати свою. В ЗВО наявні Методичні вказівки до виконання та оформлення кваліфікаційної роботи (див самоаналіз, табл.1, ОК38). Вивчення змісту методичних вказівок дозволяє ЕГ стверджувати, що їх процедури відповідають вимогам стандарту. На зустрічах з НПП, здобувачами та адміністративним персоналом ЕГ встановила, що усі кваліфікаційні роботи проходять обов'язкову перевірку на наявність академічного плагіату за допомогою програми Unicheck, (з 2023-2024 н.р – в Strike Plagiarism). Перевірка на наявність академічного плагіату здійснюється у відповідності до положення «Про запобігання та виявлення академічного плагіату в освітніх та наукових роботах в ЗВО (2020, <https://bit.ly/49w2XiD>) та Кодексу академічної доброчесності та корпоративної культури (2023, <https://bit.ly/3vNfbWc>).

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.

В ЗВО визначено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та забезпечують об'єктивність екзаменаторів. На зустрічі із здобувачами та студентським самоврядуванням встановлено, що в ЗВО оприлюднена і доступна інформація про контроль знань і розподіл балів, які можуть отримати здобувачі; умови допуску до заліку чи іспиту; оцінювання за формами контролю; шкалу відповідності балів. Процедура проведення контрольних заходів по кожній ОК чітко прописана в індивідуальному плані здобувача. В електронному кабінеті відображений повний навчальний план (4 роки). Всі учасники зустрічей (здобувачі та представники студентського самоврядування) підтвердили факт ознайомлення із процедурами проведення контрольних заходів та оскарження їх результатів. Вирішення спірних питань, що виникають під час проведення контрольних заходів врегульовано Відповідно до положення «Про семестровий контроль в ЗВО» (2020, <https://bit.ly/3vQRxIv>), п. 4.10 здобувач має право на оскарження результатів семестрового контролю. Відповідно до результатів зустрічі із студентським самоврядуванням, в ЗВО були випадки оскарження результатів. За словами представників студентського самоврядування процедура відбувалась відповідно до внутрішніх вимог університету із включенням представників студентського самоврядування до членів комісії. При отриманні незадовільної оцінки здобувач має право на повторне вивчення дисципліни відповідно до встановлених процедур в положенні «Про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін здобувачів (2020, <https://bit.ly/3VQic2J>). В ЗВО діє Кодекс академічної доброчесності та корпоративної культури (2023, <https://bit.ly/3vNfbWc>). Кодекс містить етичні норми і правила поведінки, що розповсюджуються на усіх співробітників, НПП та студентів, особливості взаємодій учасників освітнього процесу, принципи вирішення конфліктних ситуацій, норми ефективного і ділового спілкування, а також шляхи запобігання корупції.

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.

Документами НУ «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», що регламентують політику, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності є: положення «Про запобігання та виявлення академічного плагіату в освітніх та наукових роботах в ЗВО» (2020, <https://bit.ly/49w2XiD>), Кодекс академічної доброчесності та корпоративної культури (2023, <https://bit.ly/3vNfbWc>), положення «Про комісію з питань етики та академічної доброчесності у ЗВО (2023, <https://bit.ly/3PVH6Kz>). Ці документи розміщені на сайті університету і доступні усім учасникам освітнього процесу. На зустрічах із НПП, здобувачами, студентським самоврядуванням та адміністративним персоналом ЕГ отримала підтвердження того, що усі учасники освітнього процесу за ОП «Маркетинг» ознайомлені з нормативними документами університету у сфері академічної доброчесності й чітко дотримуються правил академ. доброчесності. Університетом укладено договір щодо використання програми Unichek (до 2023 року включно) та StrikePlagiarism (з 2023 року) для перевірки робіт на плагіат. Наявна процедура перевірки кваліфікаційних робіт на оригінальність керівниками робіт. Перевірка курсових робіт та звітів з практики не передбачена відповідно до п.3.1 положення «Про запобігання та виявлення академічного плагіату в освітніх та наукових роботах в ЗВО». Результати проведеної перевірки обговорюються на засіданні кафедри і оформлюються відповідним протоколом. Власник роботи може оскаржити результати відповідно до пп. 3.5-3.9 положення. Здобувачі, НПП та адміністрація засвідчили, що випадків порушення академічної доброчесності на ОП не було. ЕГ встановила, що у ЗВО визначено чіткі та зрозумілі політика, процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації даної ОП.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: 1. В ЗВО запроваджений електронний кабінет здобувача, який відображає персональну інформацію про результати навчання здобувача та забезпечує прозорість, чіткість та логічність форм поточного та підсумкового контролю.

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Неузгодженість трактування у внутрішній документації ЗВО та навчальних планах форми семестрового контролю - диференційованого заліку. Рекомендація: 1. ЕГ рекомендовано передбачити во внутрішніх положеннях ЗВО та навчальних планах всіх форм навчання єдине трактування форми семестрового контролю: диференційованого заліку.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 5, ЕГ вважає, що контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність мають достатній рівень узгодженості за якісними характеристиками за підкритеріями 5.2., 5.3, 5.4. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями відповідність контрольних заходів, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічної доброчесності вимогам Критерію 5 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

НПП, залучені до освітнього процесу за ОП "Маркетинг" у ЗВО, відповідають усім необхідним професійним та кваліфікаційним стандартам, що вимагаються для досягнення цілей та програмних результатів навчання. Підвищення кваліфікації викладачів регулюється положенням, яке передбачає систематичні стажування та курси освітнього підвищення мінімум один раз на п'ять років, включаючи можливості у вітчизняних та закордонних («1 DECEMBRIE 1918» University, м. Алба Юлія, Румунія, Університет Гренландії Ilisimatusarfik, м. Нуук, Гренландія, ZEALAND Academy of Technologies and Business, Данія тощо), результати, яких визнаються у рамках накопичувальної системи. Наукова робота викладачів відповідає специфіці програми "Маркетинг", але зазначено, що тільки декілька наукових публікацій індексовані у міжнародних базах даних Scopus або Web of Science за тематикою ОК, які викладаються НПП. Водночас викладачі є авторами чи співавторами значної кількості навчально-методичних матеріалів, що використовуються у викладанні ОК за цією ОП. Під час зустрічей підтверджено, що викладачі, такі як Іванов Юрій Васильович та Івасенко Олена Анатоліївна, мають значний практичний досвід у сфері логістики та маркетингу, що додатково збагачує їх викладацькі здібності і робить освітній процес більш релевантним та прикладним для студентів.

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

Викладацький склад програми "Маркетинг" у Національному університеті "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" відбирається через конкурсний добір, який заснований на відповідності до Законів України "Про освіту" та "Про вищу освіту", а також на наказі МОН України про проведення конкурсного відбору та "Положенні про порядок заміщення вакантних посад НПП" ЗВО (<https://bit.ly/3VNbqL8>). Всі кандидати, що беруть участь у конкурсі, відповідають оприлюдненим критеріям, доступ до яких відкритий на офіційному веб-ресурсі ЗВО (<https://bit.ly/4cLNQeJ>). Прозорість процедур добору гарантує високий професіоналізм викладачів, необхідний для ефективної реалізації освітніх цілей програми. На засіданнях кафедри та Вченої ради обговорюються кандидатури претендентів, що сприяє обранню найбільш кваліфікованих викладачів. НПП, що працюють у рамках ОП, поєднують наукову та практичну діяльність, мають багаторічний досвід роботи за фахом, що забезпечує релевантність та актуальність навчальних курсів (зокрема Іванов Юрій Васильович має практичний досвід з логістики). НПП систематично проходять підвищення кваліфікації через стажування та участь у конференціях, зокрема, у вітчизняних та зарубіжних ЗВО, а також на підприємствах, що є партнерами університету. ЗВО стимулює розвиток професійної майстерності викладачів через матеріальні заохочення за високі досягнення у навчальній, науковій та публікаційній діяльності, що підкріплюється регулярним рейтинговим оцінюванням відповідно до положення. Однак, доцільно було б додати результати оцінювання рівня якості викладання НПП у їх рейтингування.

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

Під час зустрічей зі ЗДВО встановлено, що НПП у рамках своїх дисциплін активно залучаються роботодавці до освітнього процесу, зокрема, директор ТОВ «Полтавська філія «Металхолдингтрейд» Товстун Віктор Вікторович (<https://bit.ly/3VvykQC>), директор компанії «Premier Socks» О. Хардін (<https://bit.ly/3xwu4wR>), співвласниця рекламної агенції «Лампа Едженси» О. Романенко (<https://bit.ly/3vXMTsX>) та інші. НПП формують бази даних для практик, та на постійній основі інформують про наявні вакансії працевлаштування. Це сприяє практичній орієнтованості ЗДВО і підготовці їх до професійної діяльності.

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

Під час зустрічей було встановлено, що ЗВО постійно залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців. Зокрема, Товстун Віктор Вікторович, директор ТОВ «Полтавська філія «Металхолдінгтрейд» та Бойко Юрій Олександрович, директор рекламної агенції «Бойко», голова Полтавського обласного відділення «Спілки рекламистів України» підтвердив тісну співпрацю з НПП даним напрямком, що включало проведення виїзних занять. Загалом, університет активно залучає фахівців з маркетингу для відкритих лекцій, що сприяє реалізації студентоцентрованого підходу та академічної свободи, відповідно до корпоративної культури і політики університету. З огляду на потужну міжнародну діяльність на кафедрі доцільно було б запровадити практику запрошення міжнародних професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців, що підвищило б рівень конкурентоспроможності майбутніх випускників на ринку праці.

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

У Національному університеті "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" існує впорядкована система професійного розвитку НПП, що включає фінансування участі в конференціях, стажуваннях, конкурсах та галузевих радах. Також передбачено матеріальні стимули для викладачів, що демонструють високі професійні досягнення у викладанні та оприлюдненні результатів дослідження. Так, під час зустрічі було підтверджено, що Чичуліна К., Міняйленко І. мають надбавки за рівень оприлюднення результатів дослідження згідно з Положенням (<https://bit.ly/43WVuaY>). НПП за цією ОП регулярно проходять підвищення кваліфікації, у тому числі шляхом участі у міжнародних проектах і стажуваннях за кордоном та в Україні (зокрема, у ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Міжнародній школі педагогічної майстерності Create Creative Entrepreneurs Leaders School, British Council). Університет підтримує професійне зростання викладачів через організацію власних освітніх проектів, таких як "Школа гаранта" (наступні НПП цієї ОП пройшли навчання Скрильник А., Чижевська М., Добрянська В., Івасенко О., Вергал К., Шевченко О., Міняйленко І., Хадарцев О.), та співпрацю з міжнародними освітніми інституціями. Слід відмітити соціальну підтримку НПП за рахунок діючого Центру освіти і піклування про дітей дошкільного віку «Mr. Leader» (<https://bit.ly/4cRhU1C>) для дітей НПП та ЗДВО. Втім, попри активну участь у міжнародних грантах, спільні програми стажувань та підвищення кваліфікації з іноземними університетами за спеціальністю "Маркетинг" потребують додаткового розвитку.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Під час зустрічі з керівниками внутрішніх структурних підрозділів ЗВО та НПП було встановлено наявність системи мотивації: за результатами рейтингування НПП (Положення про рейтингове оцінювання роботи науково-педагогічних працівників, кафедр, факультетів та інститутів університету, <https://bit.ly/4cTM3xm>); за оприлюднення результатів дослідження (Положення про стимулювання учасників наукового і освітнього процесу Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка за результатами публікаційної та винахідницької діяльності, <https://bit.ly/43WVuaY>). Окрім цього, у ЗВО діє Положення щодо преміювання за високі наукові та професійні досягнення для НПП (<https://bit.ly/3TX8oTo>), Положення про стимулювання учасників наукового і освітнього процесу (<https://bit.ly/43WVuaY>). Слід відмітити, що НПП, які залучені до реалізації ОП мають відзнаки, подяки та почесні грамоти від МОНУ, органів державної влади та місцевого самоврядування, ректора університету (<https://bit.ly/3xxzcRe>, <https://bit.ly/3TSS2d4>, <https://bit.ly/3VSuc3C>)

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: Під час акредитації визначено, що: НПП мають практичний досвід роботи за фахом (зокрема Іванов Ю. має практичний досвід з логістики, Івасенко О. з цифрового маркетингу).

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Низький рівень оприлюднення результатів наукових досліджень у рамках ОК та ОП «Маркетинг» у виданнях, що індексується наукометричними базами даних Scopus та/або Web of Science. 2. Відсутність на постійній основі практики залучення іноземних зовнішніх стейкхолдерів, що мають практичний досвід до навчального процесу за ОП. Рекомендації: 1. Посилити мотивацію за публікації у базах даних

Scopus та/або Web of Science, у тому числі з урахуванням відповідності тематичного спрямування ОП. 2. На систематичній основі запровадити практику залучення іноземних стейкхолдерів до навчального процесу у рамках ОП.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 6, ЕГ вважає, що людські ресурси мають достатній рівень узгодженості за всіма підкритеріями. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями відповідність людських ресурсів вимогам Критерію 6 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

Під час огляду наданих відео-матеріалів (<https://bit.ly/3Ue3ktK>) матеріально-технічних ресурсів ЗВО, експертна група була переконана у якості та доступності ресурсів для навчання. Навчальні аудиторії обладнані мультимедійними засобами, є окремі комп'ютерні класи та лабораторії, обладнані новітньою технікою (Apple, Lenovo, Asus, HP, DELL). Площа навчальних приміщень складає 18408 м². ЗВО розроблено систему онлайн-навчання, зокрема дистанційна платформа Moodle (<https://bit.ly/4aMfJum>), електронна бібліотека (<https://bit.ly/3JgjwV5>), електронний репозитарій (<https://bit.ly/43ROJHu>), е-кабінет (<https://bit.ly/4az7UIL>). Безпосередньо в бібліотеці надається доступ до наукометричної бази Scopus, також є можливість віддаленого доступу (<https://bit.ly/3TRVyEs>). Інноваційними ресурсами є студентський хаб, аудиторії Open Space, центр освіти та піклування про дітей дошкільного віку Mr.Leader, лабораторії психодіагностики та корекційної роботи. При Університеті діє Центр культури і студентської творчості (<https://bit.ly/3TW5oXy>), наукове товариство (<https://bit.ly/3UbKWBB>). Джерела фінансування для забезпечення діяльності ЗВО поділяються на надходження: з державного бюджету, фізичних і юридичних осіб. Процес використання коштів відображено у фінансовій звітності, що оприлюднена на сайті Університету (<https://bit.ly/4cOo1k9>). На зустрічах з фокус-групами здобувачі підтвердили, що уся необхідна інфраструктура є доступною, зручною та комфортною для використання і вони в цілому нею задоволені.

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.

Під час відео-зустрічей з фокус-групами було встановлено, що ЗВО забезпечує вільний доступ усіх учасників освітнього процесу до інфраструктури та інформаційних ресурсів. Студенти безперешкодно можуть користуватися спортивною, культурно-мистецькою, інформаційною інфраструктурою, бібліотекою тощо. Зокрема, їм доступне програмне забезпечення ОС Windows, пакет Microsoft Office 365. На лекційних та практичних заняттях студенти користуються сервісами Google analytics, Google Ads, Meta for business, Canva тощо. Під час зустрічі зі здобувачами та представниками органів студентського самоврядування фактів перешкоджання у наданні вільного доступу до інфраструктури Університету виявлено не було. Здобувачі вищої забезпечені безоплатним доступом до всіх необхідних ресурсів, що можуть їм знадобитися під час навчання.

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.

Під час відео-огляду приміщень було продемонстровано пропускну систему, систему відеонагляду, пандуси, показники безпеки руху, укриття, яке вміщує 5081 особу. Уповноваженою комісією було проведено перевірку приміщень ЗВО і визначено їх готовність до експлуатації (<https://bit.ly/3Uddaw4>). В Університеті діє Пункт незламності, медичний пункт та штаб цивільного захисту. Для підтримки морально-психологічного здоров'я здобувачів та викладачів в ЗВО функціонує психологічна служба (<https://bit.ly/4aOKZcd>).

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

Університет забезпечує різносторонню підтримку здобувачів. За організаційною, освітньою та консультаційною підтримкою здобувачі можуть звертатися до куратора, викладачів кафедри, представників деканату, студентського самоврядування тощо. Каналами зв'язку слугують месенджери, особистий е-кабінет. Оперативну інформацію студенти можуть отримувати через сайт дистанційної освіти, офіційний сайт та соціальні мережі ЗВО, телеграм-бот @NurrBot та через пряму комунікацію з представником ЗВО. З юридичних питань ЗДО та НПП можуть звертатися до юридичної клініки (<https://bit.ly/4cPl7yG>). Соціальну підтримку здійснює студентське самоврядування, профспілковий комітет, психологічна служба та гендерний центр. Результати опитування засвідчили достатній рівень задоволеності потреб студентів (<https://bit.ly/49whhaH>).

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

ЕГ переконалася, що керівництво Університету створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими потребами. Реалізація права на освіту особам з особливими освітніми потребами регулюється Порядком супроводу (надання допомоги) осіб з обмеженими фізичними можливостями, громадян похилого віку, інших маломобільних груп населення (<https://bit.ly/3JgpghC>) та Планом дій з реалізації «Національної стратегії зі створення безбар'єрного простору в Україні до 2030 року» (<https://bit.ly/3TXBVe6>). В ЗВО обладнано пандусні з'їзди, місце для паркування транспорту людей з особливими потребами, універсальну кабінку туалету та біотуалет, кнопку виклику охорони; також врегульовано висоту порогів, для безперешкодного пересування візків. Розділом II Положення про Психологічну службу (<https://bit.ly/3UeEuKc>) регулюється розробка методів та систем обліку, аналізу потреб студентів з особливими освітніми потребами. При ЗВО функціонує Центр ветеранського розвитку, лабораторія психодіагностики та корекційної роботи. На даній ОП відсутні здобувачі освіти з особливими освітніми потребами.

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.

Процедури вирішення та попередження конфліктних ситуацій у ЗВО закріплені в Положенні про врегулювання конфліктних ситуацій (<https://bit.ly/4cQihcP>). Антикорупційна складова забезпечується шляхом проведення заходів та Антикорупційною програмою, яка розміщена у відкритому доступі на сайті (<https://bit.ly/3TTrnwH>). При виникненні конфліктних ситуацій, студенти можуть звертатися до куратора, НПП, керівництва університету, представників студентського самоврядування, а також подати звернення через скриньку довіри. Під час зустрічей зі здобувачами та представниками студентського самоврядування, встановлено, що студенти проінформовані про алгоритм дій у разі виникнення конфліктних ситуацій. ЕГ зафіксувала, що випадків виникнення конфліктних ситуацій (включаючи пов'язані із сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо) не виявлено.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: 1. Функціонування різноманітних інноваційних центрів, в тому числі Open Space та студентський хаб, створює сучасне та стимулююче навчальне середовище. 2. Навчальні аудиторії та комп'ютерні класи облаштовані сучасною технікою та програмним забезпеченням, що створює комфортні та сприятливі умови для навчання. 3. Використання сервісів, таких як Google analytics, Google Ads, Meta for business надає можливість оволодіти професійними знаннями.

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Недостатня наповненість сайту електронної бібліотеки (<https://bit.ly/3JgjwV5>), в тому числі відсутні посилання на доступні навчальні ресурси. Відсутність актуальних періодичних видань в електронному каталозі (<https://bit.ly/3Udx1Lm>). Рекомендації: 1. Додати клікабельні посилання на сайті електронної бібліотеки (<https://bit.ly/3JgjwV5>) на доступні ресурси: платформи проходження курсів (Prometheus, Edx, Coursera тощо), наукометричну базу Scopus, з метою забезпечення зручної навігації та

полегшення навчального процесу. 2. Актуалізувати електронний каталог бібліотеки (<https://bit.ly/3Udx1Lm>) у 2024-2025 н.р. та додати періодичні видання за 2023 та 2024 роки.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 7, ЕГ вважає, що освітнє середовище та матеріальні ресурси за ОП «Маркетинг» мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за кожним підкритерієм. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність вимог до освітнього середовища та матеріальних ресурсів за ОП «Маркетинг» Критерію 7 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

У Національному університеті "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" прийнято низка положень, а саме: Положенням про освітні програми в Національному університеті «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» <https://bit.ly/4auHKqE>, Положенням про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти <https://bit.ly/4avLpVd>, Положенням про гаранта освітньої програми, групу забезпечення спеціальності та проектну групу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» <https://bit.ly/43YRej5>, що регламентують процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми. При цьому доцільним було б сформувати Центр забезпечення якості освіти, що здійснював би на постійній основі моніторинг якості освітнього процесу. Під час зустрічей було визначено, що усі стейкхолдери беруть участь у оновленні компонентів ОП, зокрема: «Маркетинг у публічному управлінні», за пропозицією гаранта ОП 2023 року об'єднано дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» і «Ділова іноземна мова» в ОК5. Було оновлено вибіркові блоки освітньої програми (мейджори) на основі відгуків роботодавців та інших зацікавлених сторін регіону, включно зі студентами, зокрема додано "Маркетолог-фрилансер в сфері креативних індустрій" та "Маркетолог-аналітик господарських процесів", що сприяє формуванню індивідуальної освітньої траєкторії студентів із урахуванням їх кар'єрних перспектив. На сайті є рецензії та відгуки про ОП, однак, при цьому, відсутня інформація про контактну особу для надання пропозицій щодо поліпшення якості ОП (<https://bit.ly/3PYpJsv>).

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.

У ЗВО студентське самоврядування представлене декількома структурами: Загальними зборами студентів, Студентським віче, Студентським парламентом, Студентськими радами на рівні інститутів та гуртожитків, а також Контрольно-ревізійною комісією. Діяльність цих органів регламентується Положенням про студентське самоврядування (<https://bit.ly/49rMX12>) і спрямована на захист інтересів студентської громади, удосконалення навчального процесу та забезпечення високої якості освіти. Студентське самоврядування бере активну участь у внутрішньому контролі якості освітніх програм, виконує соціологічні дослідження, залучається до наукової, творчої діяльності студентів, сприяє їх працевлаштуванню та співпраці з іншими ЗВО. У ЗВО діє система опитування щодо оцінювання якості викладання за ОП. При цьому доцільно було б включати результати оцінювання до рейтингування НПП.

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

Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" систематично оновлює освітні програми (ОП), інтегруючи рекомендації роботодавців отримані під час семінарів, зустрічей, а також через їхню участь у експертних комісіях і рецензуванні програм. Це підтверджено під час IX Міжнародного галузевого форуму, де було визнано доцільність включення нових курсів та спеціалізацій, зокрема в галузях аналітичного забезпечення та креативних індустрій, що відповідає стратегічним цілям розвитку регіону. На постійній основі свої рекомендації надають Бойко Ю. – директор Рекламної агенції «Бойко», Товстун В. – директор Полтавської філії ТОВ «Метал

Холдінг трейд» (<https://bit.ly/3VVcHzY>, Бабенко О. заступник директора з маркетингу ПП «ПРЕМ'ЕР СОКС», депутат обласної ради. Важливим аспектом співпраці з роботодавцями є регулярне проведення розширених засідань кафедри, де роботодавці, включаючи ключових лідерів бізнесу Полтавщини, вносять пропозиції щодо удосконалення навчальних планів, що забезпечує випуск висококваліфікованих фахівців, спроможних задовольнити потреби місцевого ринку праці.

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

Під час зустрічі з випусками було встановлено, що НПП за цією ОП підтримують постійний зв'язок з випускниками через особисту комунікацію та соціальні мережі (Facebook, Instagram, Telegram). При цьому доцільно було б сформувати базу даних випускників та/або Alumni ОП або кафедри на якій реалізується ОП. Слід відмітити, що університет співпрацює з Обласним центром зайнятості згідно з Меморандумом (<https://bit.ly/3VVdKzU>), який передбачає моніторинг ринку праці та потреб регіону у кваліфікованих фахівцях, а зв'язки з випускниками також підтримуються через участь у наукових і практичних заходах.

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

Під час зустрічей з адміністрацією та структурними підрозділами було визначено, що система забезпечення якості освітньої діяльності в Національному університеті "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" регулюється таким нормативними документами: Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти Національного університету "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" (<https://bit.ly/3JcPtNQ>), інтегрованої внутрішньої системи забезпечення якості освіти (<https://bit.ly/3vKi4XX>). Крім того, на постійній основі правляться опитування ЗдВО та інших стейкхолдерів, за результатами обговорення яких вносяться зміни в ОП (<https://bit.ly/3TT92Qq>; <https://bit.ly/3vQ1tSE>; <https://bit.ly/3vKi4XX>; <https://bit.ly/3UdBEVQ>). Університет активно використовує сучасні стандарти управління якістю, зокрема ДСТУ ISO 9001:2015, що підтверджено сертифікатом отриманим після зовнішнього аудиту (<https://bit.ly/4cVX94L>). Важливим елементом системи є регулярний моніторинг та аналіз потреб ринку праці, забезпечення актуальності та практичної спрямованості ОП через тісну співпрацю з роботодавцями, організацію опитувань стейкхолдерів, а також активне залучення до процесів якості НПП, студентів та інших зацікавлених сторін. Внутрішні аудити, рецензування та громадські обговорення сприяють постійному удосконаленню та впровадженню інновацій в освітній процес, що відображається в підвищенні рівня задоволеності ЗдВО та НПП, а також у зростанні наукової активності НПП і розширенні міжнародного співробітництва. Однак, система моніторингу та контролю за процесом усунення виявлених недоліків є не досконалою. Доцільно було інтегрувати систему опитування у особисті кабінети ЗдВО, що б підвищило рівень конфіденційності та об'єктивність процесу опитування. Крім того, система моніторингу та контролю за процесом усунення виявлених недоліків є не досконалою.

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

Акредитація ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня є первинною

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

У ході зустрічей зі ЗдВО, НПП, керівниками структурними підрозділами та менеджментом ЗВО встановлено, що у ЗВО сформована культура якості та академічної доброчесності, яка сприяє якісному розвитку цієї ОП. У ЗВО прийнято низку положень, що забезпечують контроль за якістю реалізації ОП та дотриманням академічної доброчесності, а саме: Кодекс академічної доброчесності та корпоративної культури Університету (<https://bit.ly/4cVHJxt>), Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/4cQYuK6>), Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в освітніх та наукових роботах (<https://bit.ly/4autVIL>). Під час спілкування зі ЗдВО та НПП встановлено, що в ЗВО проводиться перевірка на плагіат наукових робіт викладачів і студентів із використанням програм «Strikeplagiarism».

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

До сильних сторін та позитивних практик ЕГ відносить: 1. Університет активно інтегрує рекомендації роботодавців у розвиток ОП, зокрема через регулярні зустрічі та семінари, де роботодавці мають можливість вносити свої пропозиції. Це забезпечує релевантність навчальних програм актуальним потребам ринку праці. 2. Студентське самоврядування бере активну участь у процесі внутрішнього контролю якості ОП, що сприяє забезпеченню високої якості освіти та задоволення інтересів студентської громади. 3. Університет постійно оновлює ОП, інтегруючи інновації та враховуючи зміни на ринку праці та вимоги роботодавців. Це дозволяє випускникам бути конкурентоспроможними на ринку праці. Регулярний моніторинг та аналіз потреб ринку праці, а також забезпечення актуальності та практичної спрямованості ОП через співпрацю з роботодавцями, є ключовими аспектами забезпечення якості освіти.

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

У Національному університеті "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" система моніторингу та контроль за усуненням виявлених недоліків освітніх програм потребує вдосконалення, а саме доцільно було б: 1. інтегрувати систему опитування у особисті кабінети ЗДВО для підвищення конфіденційності та об'єктивності процесу збору даних; 2. сформувати та постійно наповнювати базу даних випускників, що дозволило б більш цільово залучати їх до реалізації ОП; 3. сформувати на загальноуніверситетському рівні систему моніторингу щодо усунення виявлених недоліків під час оцінювання.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 8, ЕГ вважає, що вимоги щодо внутрішнього забезпечення якості освітньої програми мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за усіма підкритеріями. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, релевантність фактів та їх контексту, відповідність вимог щодо внутрішнього забезпечення якості освітньої програми ОП «Маркетинг» вимогам Критерію 8 є достатніми.

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.

НУПП було розроблено та введено в дію чіткі, зрозумілі правила та процедури, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу. Вони є доступними і висвітлені на офіційному веб-сайті ЗВО: Статут ЗВО (<https://bit.ly/3vTDba8>), Колективний договір між адміністрацією і трудовим колективом (<https://bit.ly/43Wo1on>) Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3VGLJfo>), Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти (<https://bit.ly/3PVmkuk>), Кодекс академічної доброчесності та корпоративної культури (<https://bit.ly/3vNfbWc>), Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в освітніх та наукових роботах (<https://bit.ly/49w2XiD>), Положення про врегулювання конфліктних ситуацій в Університеті (<https://bit.ly/3xH6CwA>), Положення про порядок реалізації права ЗДВО на академічну мобільність (<https://bit.ly/4aN9LJz>), Положення про семестровий контроль (<https://bit.ly/3vQRxIv>), Правила внутрішнього трудового розпорядку для працівників і студентів університету (<https://bit.ly/3PY4p6r>). Усі зазначені вище документи та інші положення розміщено у вільному доступі у вкладці Документація (<https://bit.ly/4aqrJJW>).

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.

На сайті ЗВО, в розділі Громадське обговорення (<https://bit.ly/4aN9J4p>) висвітлено проєкт ОП та анкету, для його оцінювання. На сайті кафедри у вкладці Освітні програми (<https://bit.ly/4cTn4dj>) висвітлені проєкти ОП з 2020 року для аналізу змін. Під час зустрічей зі стейкхолдерами, ЕГ переконалася в їх активній участі та обговорення ОП.

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.

На сайті кафедри (<https://bit.ly/4cTn7Wx>) оприлюднено необхідну інформацію про навчання, зокрема про навчання за даною ОП (<https://bit.ly/3VQh3Ij>). У вільному доступі знаходяться робочі та навчальні програми, силабуси, інформація стосовно міжнародної мобільності, студентського життя, наукової роботи тощо. Викладена інформація є повною та достатньою для всіх зацікавлених сторін.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: 1. Сайт кафедри містить всю необхідну інформацію для учасників освітнього процесу. Також сайт має зручну навігацію та постійно оновлюється, що дозволяє отримувати актуальну інформацію.

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

До слабких сторін та недоліків ЕГ відносить: 1. Сайт кафедри (<https://bit.ly/4cTn7Wx>) не має своєї англійської версії, що унеможливує доступність інформації для міжнародних партнерів. Рекомендації: 1. З метою забезпечення доступності інформації для всіх зацікавлених сторін, в тому числі міжнародних партнерів, рекомендовано перекласти сайт кафедри та всі його розділи англійською мовою до кінця навчального року.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 9, ЕГ вважає, що вимоги щодо прозорості та публічності мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за кожним підкритерієм. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність вимог щодо прозорості та публічності вимогам Критерію 9 є достатніми.

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:

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

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 доброчесно.

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Легеза Дар`я Георгіївна

Члени експертної групи

Пімоненко Тетяна Володимирівна

Куш Анастасія Олександрівна