

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Західноукраїнський національний університет
Освітня програма	19515 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	Західноукраїнський національний університет
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	19515
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	Городняк Ірина Василівна, Дуліда Дан Олександрович, Кочкіна Наталія Юріївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	27.03.2024 р. – 29.03.2024 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://cutt.ly/bw3oV4ri>

Програма візиту експертної групи <https://cutt.ly/Iw3oVxJX>

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

ОПП «Маркетинг» (далі ОП) має різноплановий фокус на підготовці фахівців у сфері маркетингу нового цифрового покоління, з акцентом на практичні навички використання інструментів інтернет та нейромаркетингу, що відповідає місії та стратегічним цілям ЗУНУ, як освітньо-наукового хабу Заходу України. ОП характеризується стейкхолдероцентричним підходом, активним залученням випускників та роботодавців до освітнього процесу, а також наголосом на індивідуальні освітні траєкторії. Впровадження інформаційної системи «SMART Університет», низька толерантність до плагіату, залучення професійних практиків до навчання та наявність нейролабораторії з сучасним обладнанням демонструють комплексний підхід до надання освітніх послуг, що сприяє професійному зростанню здобувачів в атмосфері надання якісної, сучасної та практично-орієнтованої освіти. Під час акредитаційної експертизи ЕГ перевірила достовірність інформації у відомостях самооцінки, проаналізувала додаткові документи, розміщені на сайті ЗВО та подані на запит ЕГ, провела онлайн-зустрічі з фокус-групами, що дало можливість зробити висновки про повну відповідність нормативним вимогам таких освітніх процесів: проектування та цілі ОП; розробка структури та змісту ОП; доступність ОП та визнання результатів навчання; навчання та викладання; формування контрольних заходів, підходів до оцінювання здобувачів вищої освіти та забезпечення їх академічної мобільності; формування людських ресурсів ОП; освітнє середовище та матеріальні ресурси; формування внутрішнього забезпечення якості ОП забезпечення прозорості та публічності діяльності ЗВО.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

Фокус ОП на підготовці фахівців з маркетингу нової цифрової генерації відповідає місії та стратегічним завданням ЗУНУ як навчально-наукового хабу Заходу України. ОП є стейкхолдероцентричною, коли стейкхолдери фактично створюють ОП як рівноправні партнери. Налагоджений тісний зв'язок з випускниками, які залучаються до групи розробників ОП як роботодавці, є базами практики та дуальної освіти, беруть участь у Клубі маркетологів та працевлаштовують випускників ОП. Існує єдиний принцип організації варіативної частини ОП у ЗУНУ, де всі вибіркові ОК мають 5 кред., а студенти можуть обирати дисципліни з загальноуніверситетського каталогу. Неформальна освіта популяризується серед здобувачів ОП на фоні наявного чіткого механізму визнання її результатів. Інформаційна система «SMART Університет» та особистий кабінет студента використовуються для систематизації інформації та комунікації зі здобувачами. Курсові роботи студентів після перевірки на плагіат зберігаються у відкритому репозиторії. До читання лекцій та участі у семінарських заняттях залучаються професіонали-практики та представники роботодавців, зокрема випускники ОП. У ЗВО існує система морального та матеріального заохочення, що сприяє професійному розвитку НПП та удосконаленню їхньої викладацької майстерності. Нова бібліотека площею 2200+м² працює на засадах sustainability та має репозиторій на 50700 документів. Розвивається SMART-університет, інтегрований з Дією та поданий на патентування. Працює нейролабораторія, обладнана eye-tracker, енцефалографом та сучасною апаратурою для відео та аудіо-зйомки, де здобувачі ОП виконують дослідження та практичні завдання при вивченні ОК циклу професійної підготовки. Запущений імерсивний мультифункціональний хаб з доповненою реальністю, який стане базою для наукових досліджень напрямів реабілітації українських бійців та осіб з обмеженими можливостями. Функціонує навчально-науковий центр соціально-психологічної підтримки та резильєнтності. Створена дворівнева система кураторства з залученням НПП та студентів старших курсів.. Навчально-науковий центр моніторингу якості освіти та методичної роботи є стрижнем ЗУНУ, навколо якого будуються інші структурні підрозділи, що організують та адмініструють освітній процес. Проекти документів (описів ОП, положень, правил) та переліку вибіркових дисциплін виносяться на публічне обговорення з подальшою публікацією результатів таких обговорень.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Розпорошений одночасний фокус ОП на вузьких аспектах інтернет-маркетингу та базових питаннях споживчої поведінки. ЕГ рекомендує групі розробників при наступному перегляді ОП чіткіше окреслити її фокус відносно аналогічних ОП класичних ЗВО. Відсутність лабораторних робіт у ОП, попри заявлену мету готувати фахівців з навичками використання професійного обладнання. ЕГ рекомендує групі розробників при наступному оновленні ОП передбачити лабораторні роботи з ОК, де використовується спец. обладнання. Нерозуміння студентами, чи є їх рішення про вибір ОК остаточним. ЕГ рекомендує гаранту ОП до початку 2024/25 н.р. проінформувати здобувачів, як обираються ОК. Силабуси ОК не мають ЗК, СК, ПРН, форм, методів навчання, викладання, а роб. програми з певних ОК відсутні. ЕГ рекомендує кафедрі маркетингу з 2024/25 н.р. переглянути форму силабусів. Відсутність опитувань щодо навантаження здобувачів за ОК. ЕГ рекомендує групі розробників ОП протягом року моніторити навантаження здобувачів. Розбіжності у документах про мобільність (п.3.9 "Положення про формування вибіркової частини навч. планів") та оцінювання студентів (пп.п.8.4.7, 8.4.9 "Положення про організацію освітнього процесу"). ЕГ рекомендує керівництву ЗВО у 2024/25 н.р. скорегувати відповідні документи. Відсутність критеріїв оцінювання в білетах іспитів. ЕГ рекомендує кафедрі у 2024/25 н.р. переглянути форму білетів. Брак розуміння сутності академічної доброчесності у здобувачів ОП, яке зводиться до перевірки на плагіат. ЕГ рекомендує гаранту ОП та групі розробників на постійній основі інформувати студентів про академічну доброчесність. Відсутність у багатьох НПП практичного досвіду використання сучасних технологій маркетингу та цифрових інструментів, необхідного на ОК23,32,33,35 та при застосуванні нейрообладнання. ЕГ рекомендує ЗВО на постійній основі стимулювати поєднання науково-викладацької діяльності з практичною. Ускладнений доступ осіб з особливими потребами до верхніх поверхів корпусів ЗВО та укриттів через відсутність ліфтів, пандусів чи спецобладнання. ЕГ рекомендує адміністрації ЗВО у 2024/25н.р. забезпечити особам з особливими потребами можливість самостійного доступу до верхніх поверхів та укриттів. Ускладнений доступ до проєктів описів ОП та низький рівень usability сайту ЗУНУ для

осіб з вадами зору. ЕГ рекомендує відділу цифрової трансформації при розробці нового сайту врахувати ці питання. Запізній початок процедури перегляду та затвердження ОП пізніше правил прийому до ЗВО. ЕГ рекомендує з 2024/2025н.р. навчально-науковому центру моніторингу якості освіти та методичної роботи починати процедуру раніше. Зависока інтенсивність анкетування здобувачів двічі на рік по 80+ запитань, яка ризикує стати формальною. ЕГ рекомендує з 2024/2025н.р. кафедрі маркетингу переглянути підхід до отримання зворотного зв'язку від студентів з метою уникнення його формалізації. Відсутність формалізованої процедури зв'язку з випускниками. ЕГ рекомендує з 2024/2025н.р. гаранту ОП запровадити таку процедуру.

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 «Маркетинг» має різноплановий фокус на підготовку фахівців з маркетингу нової цифрової генерації з акцентом на практичні навички використання інструментів інтернет та нейромаркетингу (<https://cutt.ly/bw309GoQ>). Таке позиціонування ОП відповідає місії ЗУНУ по створенню освітньо-наукової платформи пізнання та міждисциплінарних досліджень та пп.1 і 5 стратегічних завдань ЗУНУ по підготовці конкурентоспроможних професіоналів з цифровими та комунікаційними навичками та інтенсивному використанню сучасних комп'ютерно-інформаційних технологій (<https://cutt.ly/nw32jdHt>). На даному фокусі ОП наголошували учасники різних зустрічей з ЕГ. Гарант ОП (зустріч 1) підкреслила, що ОП формує компетентності, спрямовані на дослідження соціально-психологічних особливостей споживача в фізичному та онлайн середовищі, що підсилюється унікальними можливостями кабінету нейромаркетингу ЗУНУ (більш детально – див. розділ 7). Ректор ЗУНУ (зустріч 2) наголосила, що Тернопільський регіон зацікавлений у підготовці фахівців з нейромаркетингу. Проректор з наукової роботи також підкреслив міждисциплінарність ОП, що, на його думку, є привабливим для абітурієнтів. «ОП поєднує теоретичні засади маркетингу та сучасні інформаційно-комунікаційні технології, включаючи ШІ та інтернет-комунікації». Інтернет-маркетинговий фокус ОП також широко підкреслювався роботодавцями (зустріч 6), які переважно були представниками саме цього сектору маркетингових послуг. Таким чином, можна зробити висновок про те, що ОП «розвивається у різних напрямках» інтернет та нейромаркетингу, як слушно зауважила учасниця відкритої зустрічі, колишня докторантка кафедри Борисяк О. На думку ЕГ, доцільним було б більш чітко позиціонувати ОП на її міждисциплінарності в частині сфокусованості на розумінні глибинних нейрореакцій та поведінкових патернів сучасних споживачів цифрової ери, чутливих до таргетованого впливу, у тому числі з застосуванням інструментів інтернет-маркетингу. Такий фокус відповідає статусу ЗУНУ як класичного університету. Він може бути в подальшому підсилений використанням нових можливостей імерсивного мультифункціонального хабу з доповненою реальністю (<https://cutt.ly/Hw32QCWI>), який щойно введений в експлуатацію в ЗУНУ та може вивести нейродослідження на принципово новий науково-практичний рівень.

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

Сильною стороною ОП є її стейкголддероцентричність, коли стейкголдери фактично створюють ОП як рівноправні з групою розробників партнери. Представники бізнесу, академічна спільнота, випускники та здобувачі освіти долучаються до процесу моніторингу та вдосконалення якості освіти як члени групи розробників ОП, а також під час опитувань (<https://cutt.ly/6w320W9Z>), рецензування ОП (<https://cutt.ly/Cw3207rs>), розширених засідань кафедри, Клубу маркетологів, тощо. Результатом такої співпраці є аналітичний звіт за єдиною у ЗУНУ формою (<https://cutt.ly/qw32M7gi>). Відомості самооцінки (с.5) містять перелік змін, внесених до ОП за результатами зворотного зв'язку зі стейкгольдерами. До групи розробників ОП запрошуються представники бізнесу. У діючому ОП 2023р. це випусниця ОП Щербина Ю., маркетолог в ІТ компаніях «SaaSJet» і «Wise Solution» та директор ТзОВ «ВІРТИДО» Пастух С. (<https://cutt.ly/bw309GoQ>). Під час зустрічі 6 всі стейкголдери підтвердили свою залученість до процесу обговорення та вдосконалення ОП (опитування стейкголдерів наприкінці 2023р. також показало 100% залучення: <https://cutt.ly/nw39I13O>). Троє учасників зустрічі були випускниками ЗУНУ, які перейшли в категорію роботодавців (Грижак В., Працownik Р., та Лучик М.). Керівник відділу продажу «Star Way» Грижак В. наголосив, що половина персоналу його компанії є випускниками ОП. Керівниця відділу маркетингу «SaaSJet» Кудлак Г. повідомила про укладений з кафедрою меморандум про співпрацю та долученість до розробки ОП в практичній частині. Директор з розвитку ТРЦ «Подолани» Чубак Т. також наголосила на наявності меморандуму та своїй пропозиції внесення ОК «Маркетингові комунікації», врахованій у проекті ОП 2023р. Практично всі учасники

зустрічі б брали участь у Клубі маркетологів або долучались до читання лекцій, у т.ч. як сумісники (Чубак Т.). Кафедра підтримує зв'язок також із випускниками, які зазвичай обирають продовжити навчання в магістратурі (а іноді аспірантурі – Грижак В.). Під час відкритої зустрічі Поліщук А. (випуск 2022р.) розказала про свою роботу за фахом та постійний зв'язок з колишніми викладачами. Аналогічним досвідом під час зустрічі 10 поділились інші випускники ОП. Так, Обшарська О. (випуск 2022р.) повідомила про свій досвід надання рецензії та пропозицій щодо вдосконалення ОП.

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 ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності та ринку праці, які регулярно моніторяться та враховуються в переліку обов'язкових та вибіркових ОК, наповненні дисциплін та перегляді фокусу ОП. Так, тенденції цифровізації економіки стали обґрунтуванням фокусу ОП на інтернет-маркетингових технологіях. На словами колишнього гаранта ОП Хрупович С., орієнтація та ІТ-сектор почалась у 2019р., коли групою розробників ОП був сформований перелік з 5 skills, якими повинен володіти сучасник маркетолог, а саме: розуміти ринок, бути психологом, орієнтуватись на ІТ-технології, бути креативним та вміти управляти (бути менеджером). Даний перелік був покладений в основу ОП. Галуzeвий та регіональний контексту, а також досвід аналогічних вітчизняних та іноземних ОП також враховані при формуванні цілей ОП та ПРН. За словами гаранта ОП, в якості бенчмаркінгу виступали освітні програми Заходу України, що разом з тісним зв'язком з регіональними стейкхолдерами дозволило більшою мірою врахувати регіональний аспект в розробці ОП. Під час зустрічі 10 випускник ОП Романів Н., який наразі очолює Озернянську сільську раду Тернопільського району Тернопільської області, поділився досвідом співпраці з кафедрою на посаді державного управління. Кафедра долучилась до розробки НДР «Формування механізму сталого розвитку міського транспорту на засадах концепції «розумного» міста та муніципальної екологістики», про що ЕГ повідомили під час зустрічі 2 проректор з наукової роботи та відкритої зустрічі професор кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу. Основні абітурієнти ОП – представники Тернопільської та географічно близьких областей та внутрішньо-переміщені особи, які наразі проживають у Тернополі та області.

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» повною мірою враховує вимоги стандарту ВО спеціальності 075 ""Маркетинг"" та формує необхідні загальні та професійні компетентності та ПРН з урахуванням галуzeвих вимог та фокусом на використання інструментів інтернет та нейромаркетингу. Тож цілком логічним виглядає розширення опису ОП чотирма спеціальними компетентностями (СК15-18), які в т.ч. передбачають здатність здобувача використовувати сучасні інструменти і методи та визначати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернеті та здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів із використанням сучасних методик, інструментів, технологій нейродосліджень та пропонувати напрями удосконалення маркетингової діяльності в умовах невизначеності зовнішнього середовища. Відповідно даним компетентностям сформульовані чотири ПРН 19-22. Загалом, представлена ОП дозволяє досягти зазначених у ній результатів навчання за спеціальністю 075 «Маркетинг» шляхом послідовного опанування обов'язкових ОК, їхнього поглиблення на рівні вибіркових ОК та закріплення під час написання курсових робіт, проходження виробничої практики та ОК «Елементи дуальної освіти».

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

Фокус ОП на підготовці фахівців з маркетингу нової цифрової генерації відповідає місії та стратегічним завданням ЗУНУ як навчально-наукового хабу Заходу України. Сильною стороною є стейкхолдероцентричність ОП, коли стейкхолдери фактично створюють ОП як рівноправні партнери. Позитивною практикою є тісний зв'язок з випускниками, які залучаються до групи розробників ОП як роботодавці.

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

ОП має дещо розпорошений одночасний фокус на вузьких для класичного університету аспектах інтернет-маркетингу та базових питаннях споживчої поведінки. ЕГ рекомендує групі розробників при наступному перегляді ОП більш чітко окреслити її фокус по відношенню до аналогічних ОП класичних ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Проектування та цілі ОПП «Маркетинг» повністю відповідають вимогам підкритеріїв 1.2-1.4 та мають достатній рівень узгодженості за підкритерієм 1.1 з несуттєвими недоліками, а саме розпорощеним одночасним фокусом на вузьких для класичного університету аспектах інтернет-маркетингу та базових питаннях споживчої поведінки. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, проектування та цілі ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Критерію 1.

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).

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти розроблено в 2023 році на основі ОПП 2022 р., та відповідно до вимог Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого Наказом МОН № 1343 від 05.12.2018 року. Відомості про самооцінювання відповідають ОП 2023р. та НП 2023р. ОПП «Маркетинг» затверджено Вченою радою ЗУНУ, протокол №10 від 23.06.2023 р. До ОПП додано навчальний план денної та заочної форми навчання (затверджений ректором 23.06.2023р.). Обсяг ОПП «Маркетинг» 20232 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». ОПП оприлюднено на сайті ЗУНУ в розділі Освітньо-професійні програми спеціальність «Маркетинг» (<https://cutt.ly/mw2CdVUX>). Навчальний план денної та заочної форми навчання розміщено на сайті ЗВО в розділі Ліцензування та акредитація 2024 за покликанням (<https://cutt.ly/Lw36PQG6>). Обсяг ОПП відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідного стандарту.

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 ОПП «Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», має чітку структуру. Включені до ОПП ОК становлять логічну взаємопов'язану систему та дають можливість досягнути заявлених цілей та ПРН. Нормативна складова складає 180 кредитів ЄКТС (75%). З них: 47 (19,6%) – заг., 112 (46,7%) – проф., 15 (6,2%) – практи. підготовки і 6 (2,5%) – атестація. Загальний обсяг ОК за вибором здобувачів – 60 кредитів (25%). Наведена в ОП структурно-логічна схема відображає взаємозв'язок ОК. НП сформовано відповідно до опису ОП та структурно-логічної схеми. Аналіз Матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП (Розділ 6 ОП) та Матриці забезпечення ПРН відповідними ОК (Розділ 7 ОП) вказує на те, що ОП забезпечує формування всіх програмних компетентностей і досягнення ПРН. Проаналізована ЕГ Матриця відповідності ПРН, ОК, методів навчання, форм та методів оцінювання (Табл.3 відомостей про СО) вказує на повне забезпечення обов'язковими компонентами ОП ПРН (визначених Стандартом ПРН 1-18 та додаткових ПРН 19-22). В ОП наявна Матриця відповідності визначених ОП ПРН і компетентностей, що зумовлює достатнє відображення кореляції між компетентностями та ПРН. На думку ЕГ ОП достатнім чином забезпечує формування загальних компетентностей і досягнення відповідних ПРН 1-22. У формуванні заг. компетентностей значну роль відіграє гуманітарна складова, що забезпечують такі обов'язкові ОК як «Філософія», «Історія та культура України», «Українська мова за проф. спрямуванням», «Психологія проф. діяльності» та проф. орієнтовані ОК. У НП зазначено 12 ВД, які обирають студенти у 3-8 семестрі. Каталог ВД розміщено на сайті ЗУНУ (<https://cutt.ly/Jw2VmoTD>). На сайті ЗУНУ в рубриці ОП розміщено перелік ВД та силабуси і з окремих дисциплін РП (<https://cutt.ly/Gw2VQS9J>). При підготовці здобувачів не передбачено лабораторних робіт. Хоча в ОП зазначено, що метою є підготовка фахівців, які володіють «ґрунтовними знаннями та практичними навичками використання технологій Інтернет-маркетингу, професійного обладнання для проведення маркетингових досліджень». Відповідно до п.13.5.2 Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/fw9v5Mei>) лабораторне заняття – вид навч. заняття, на якому студент набуває практичного підтвердження окремих теоретичних положень даної НД. ЕГ вважає, що для формування практичних навичок здобувачів доцільно передбачити години лабораторних робіт. При цьому в РП ОК «Маркетингові

дослідження та аналітика» С.18 зазначено «У процесі вивчення дисципліни студенти користуються обладнанням та інструментами лабораторії нейромаркетингу та реклами ЗУНУ». Аналіз ЕГ РП і силабусів НД, програми виробничої практики та Програми атестаційного екзамєну щодо змісту та ПРН вказує на те, що включені до ОП ОК дозволяють досягти заявлених цілей та ПРН. У Програмі атестаційного екзамєну зазначено, що при оцінці теоретичних питань «Студент відмовився від відповіді – 25 балів» (<https://cutt.ly/Ww9xVnII>).

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

Аналізована ОП є освітньо-професійною програмою, метою якої є «підготовка фахівців з маркетингу нової цифрової генерації, що володіють сучасним креативним мисленням, ґрунтовними знаннями та практичними навичками використання технологій Інтернет-маркетингу, професійного обладнання для проведення маркетингових досліджень, що дозволить вирішувати спеціалізовані завдання у сфері маркетингу, пов'язані із організацією маркетингової діяльності, розробкою та аналітичним обґрунтуванням маркетингових управлінських рішень в умовах сучасних викликів та загроз зовнішнього середовища». ЕГ визначила, що ОПП в загальному відповідає предметній області, визначеній Стандартом спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (затвердженого Наказом МОН № 1343 від 05.12.2018 року). Обов'язкові ОК циклу загальної підготовки «Статистика» та «Інформаційно-комунікаційні технології» спрямовані на набуття навичок абстрактного мислення, аналізу та синтезу, оволодіння сучасними знаннями, використання інформаційних і комунікаційних технологій; ОК циклу професійної підготовки «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові комунікації», «Ціноутворення та цінова політика», «Економіка та організація торгівлі» передбачають засвоєння здобувачами сутності, основних концепцій, принципів маркетингу; можливості використання набутих знань та навичок в практичній діяльності передбачено ОК «Маркетингові дослідження та аналітика», «Управління розподілом та продажами», «Елементи дуальної освіти», «Курсова робота зі спеціальності», «Міждисциплінарна курсова робота», Виробнича практика. Обов'язкові ОК циклу професійної підготовки «Економетрика», «Інтернет-маркетинг» забезпечують опанування знань і вмінь важливих у контексті діджиталізації. Загалом ЕГ визначила, що об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання зазначені в ОПП відповідають визначенням у Стандарті. ОК, що належать до нормативної складової ОП, забезпечують усі визначені Стандартом ПРН 1-18 та додатково включені ПРН 19-22. Аналіз ОП дає можливість визначити, що нормативні (обов'язкові) ОК ОП в цілому відповідають спеціальності «Маркетинг» та передбачають формування загальних компетентностей. За пропозиціями випускників удосконалено зміст ОК «Маркетингові дослідження та аналітика» (Зустріч 1), стейкхолдерів введено ОК «Маркетингові комунікації» (Зустріч 6), студентів включено в Каталог ВД «Веб дизайн та Веб проектування», «Розробка сайтів і WEB-аналітика», «WEB маркетинг: SEO» (Зустріч 3,5).

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. ОП включає вибіркові ОК обсягом 60 кред. ЄКТС (25% від загального обсягу ОП). Здобувачі мають можливість обирати вибіркові ОК обсягом 5 кред. у 3-8 семестрах для д.ф.н. (1 у 3; 3 у 4; 1 у 5; 3 у 6; 2 у 7; 2 у 8 семестрах). Формування індивідуальної освітньої траєкторії відбувається згідно з Положення про формування вибіркової частини НП у ЗУНУ (<https://cutt.ly/Jw9cWON2>) від 09.11.2022р. (протокол №30). Перелік ОК циклу професійної підготовки подано в Каталозі ВД, що розміщено на сайті ЗУНУ в рубриці Освітні програми (<https://cutt.ly/Jw2VmoTD>). Його формують за поданням кафедр, факультетів (інститутів) для кожної ОП з переліку дисциплін випускової кафедри та інших ОПП. Формування індивідуальної траєкторії реалізується вільним вибором тем курсової роботи зі спеціальності та міждисциплінарної курсової роботи, можливостями участі в програмах мобільності (укладені угоди з українськими та закордонними ЗВО) (<https://cutt.ly/dw9cUovv>). Згідно з п.3 Положення про формування вибіркової частини НП у ЗУНУ, випускові кафедри подають список вибірових дисциплін, який затверджує Вчена рада факультету, здобувачі їх обирають у квітні через електронний кабінет студента. Вхід за допомогою електронної пошти та пароля, які одержує при створенні облікового запису в інформаційній системі «SMART Університет». В електронному кабінеті здобувач обирає картку навчання та дисципліни з блоку вільного вибору. Із запропонованого переліку дисциплін для кожного семестру здобувач обирає дисципліни з урахуванням кількості кредитів певного семестру та підтверджує свій вибір. Процедура вибору з'ясовано під час зустрічей 2,3,5,6,8. Перелік ВД формують з урахуванням пропозицій здобувачів та стейкхолдерів. Згідно з результатами опитування здобувачів ОП 2-4 курсів у 2023р. (<https://cutt.ly/lw9vprreg>), 97% опитаних зазначили, що повністю і 3% - частково реалізується право на вільний вибір дисциплін. Найважливішим при виборі є актуальність НД (75%) та усвідомлення, що вона у майбутньому посилить фахову компетентність (69%). 98% опитаних зазначають про можливість впливу на формування переліку ВД. Викликає певне занепокоєння нерозуміння студентами, чи дійсно їх рішення є остаточним при виборі ОК. Вони описали процедуру вибору так: ""ми вибираємо дисципліни онлайн, віддаємо на розгляд в деканат, а вже потім нам оголошують дисципліни"" (Зустріч 5, 35-38 хв.). Також ЕГ з'ясувала (Зустріч 2), що ВД можуть вивчати як у ЗУНУ, так і в інших ЗВО, при цьому перезарахування оцінок відбувається за рішенням Вченої ради факультету. Здобувачі можуть обирати базу виробничої практики за погодженням з кафедрою. Здобувачі, які знаходяться за кордоном знаходять базу практики самостійно (Зустріч 4). На основі аналізу документів, що регулюють порядок вибору дисциплін, інформації, отриманої під час візиту та на запит від гаранта та індивідуальних планів здобувачів ЕГ дійшла висновку, що в ЗУНУ існує механізм і можливість вибору ВД.

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

ОП «Маркетинг» передбачено 15 кредити (6,2%) – практичної підготовки циклу професійної підготовки, що включає такі ОК «Елементи дуальної освіти», «Виробнича практика» (відповідно 6 і 9 кредитів). Практичну підготовку здобувачів здійснюють згідно з Положенням про проведення практик здобувачів вищої освіти ЗУНУ (<http://surl.li/ahcbb>) та Положенням про дуальну форму здобуття вищої освіти в ЗУНУ затвердженого Вченою радою (протокол №2 від 30.09.2020р.) (<https://cutt.ly/Yw9cXdlb>). Дані ОК сприяють формуванню здобувачами навичок необхідних для подальшої проф. діяльності (ПРН2-ПРН4, ПРН6, ПРН9, ПРН11, ПРН14–ПРН19, ПРН21, ПРН22). ЕГ зазначає, що у Матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП (Розділ 6 ОП) двічі вказано ОК 36, що ускладнює аналіз відповідності. Програму виробничої практики розроблено та затверджено належним чином у 2023р., зміст відповідає цілям ОП (<https://cutt.ly/ow9cMnmJ>). За підсумками її проходження здобувачі готують звіти, які публічно захищають. Згідно з матрицею забезпечення ПРН відповідними компонентами ОП (Розділ 7 ОП) ОК «Виробнича практика» забезпечує досягнення ПРН 2-4,6,9,11,14-18 Стандарту та додаткових ПРН 19,21-22. ЕГ ознайомилася з силабусом ОК «Елементи дуальної освіти» щодо її проходження здобувачами 2-4 курсів (<https://cutt.ly/Xw9c8dtW>), її зміст відповідає цілям ОП та забезпечує досягнення ПРН 1-2, 4, 6, 11-12, 15-18 Стандарту та додаткових ПРН 19,21. Натомість відсутні документи, що регламентують проходження елементів дуальної освіти здобувачами в умовах воєнного стану. Практичну підготовку також забезпечують на практичних заняттях через тренінги, ділові ігри, виконання ситуативних завдань, залучення маркетологів-практиків (Зустріч 1,3,4,10). На кафедрі функціє з проблемних студентських групи: «Маркетингові дослідження онлайн та офлайн», «Маркетинг в соціальних мережах», «Нейромаркетинг та поведінка споживачів» для обговорення актуальних маркетингових проблем (Зустріч 4). Залучення маркетологів-практиків відбувається в межах Клубу маркетологів (Зустріч 1,5,6). Студенти зазначили про зустріч з представником компанії «ЕЛІК», відвідування рекламного відділу компанії «ФОРМА-ТЕХ» у Львові (Зустріч 5). Співзасновник digital-агенції «Koala Masters» Лучик М.І., керівник відділу продаж digital-агенції «Star Way» Грижак В.Р., керівник відділу маркетингу продуктової ІТ компанії «SaaSJet» Кудлак Г.О. зустрічалися зі здобувачами в рамках Клубу; директорка з розвитку ТРЦ «Подолани» Чубак Т.Л. за сумісництвом викладала ОК «Маркетинг послуг» (Зустріч 6). Стейкхолдери засвідчили зацікавленість до залучення на практику здобувачів, які в окремих випадках стають їхніми працівниками (Зустріч 6). Згідно з опитуванням здобувачів ОП 2-4 курсів у 2023р. (<https://cutt.ly/lw9vpppeg>), 59% з них найбільше захоплює в Університеті можливість брати участь у різноманітних позанавчальних заходах (зустрічі з цікавими людьми, конференції тощо). 88% опитаних відзначають ефективність заходів, на які запрошують фахівців-практиків.

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

Набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям ОП, здійснюють шляхом опанування загальних компетентностей (ЗК1-ЗК14) та відповідних ПРН, що включено до ОП. Аналіз матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП (Розділ 6 ОП) вказує на те, що загальні компетентності формує переважна більшість обов'язкових ОК. Зокрема, ОК циклу загальної підготовки «Українська мова за професійним спрямуванням», «Психологія професійної діяльності», «Іноземна мова» допомагають майбутнім фахівцям набутти навички ефективною соціальною комунікації, налагодженню міжкультурного співробітництва, захисту власних професійних та особистих інтересів, саморозвитку. ОК циклу професійної підготовки «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика», «Інтернет-маркетинг», «Маркетингові дослідження та аналітика», «Елементи дуальної освіти», а також Виробнича практика сприяють набуттю навичок застосування творчого підходу та розвитку креативності в професійній діяльності, навичок командної роботи у вирішенні складних завдань, формування соціальної відповідальності та застосування сучасних підходів реалізації маркетингової діяльності. ЕГ зазначає, що у силабусах обов'язкових ОК, викладених до системи НА, не вказано опанування яких загальних та спеціальних компетентностей, а також відповідних ПРН передбачає вивчення дисципліни. Здобувачі набувають соціальні навички шляхом презентації навчальних і дослідницьких проєктів, виконання індивідуальних і групових завдань, написання есе, статей, участі у дискусіях, конференціях, наукових семінарах, круглих столах. З метою поглиблення соціальних навичок здобувачі можуть обрати вибірково дисципліну «Студії креативного маркетингу», що спрямована на розвиток soft skills, таких як комунікаційні та ораторські навички, гнучкість мислення, роботу в команді, ініціативність (<https://cutt.ly/hw9vunUS>). Стейкхолдери під час зустрічі з експертами (Зустріч 6) зазначили соціальні навички (гнучкість для розв'язання нестандартних завдань, комунікативність, стресостійкість, емпатія до клієнта), які важливі в діяльності маркетолога. Набуттю соціальних навичок сприяло проведення в ЗВО інтенсиву для студентів з ораторського мистецтва, перегляду фільмів під відкритим небом, вечору настільних ігор (Зустріч 7). У цілому, під час роботи ЕГ переконалася в тому, що в ЗВО панує атмосфера взаємної поваги та підтримки.

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 у ЗУНУ регулюється п.7 Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (протокол №2 від 30.09.2020 р. <https://cutt.ly/xw9vj05S>). Аналіз навчального плану дає підстави зазначити, що обсяг ОП в кредитах ЄКТС рівномірно розподілений між роками навчання. Обсяг кожної навчальної дисципліни, як правило, складає 4-5 кредитів. При цьому слід зазначити, що обсяг ОК «Вища математика» складає 7 кредитів, «Іноземна мова», «Маркетингові дослідження та аналітика» – по 6 кредитів, «Елементи дуальної освіти» 6 кредитів на 5 семестрів, Курсова робота зі спеціальності та Міждисциплінарна курсова робота – по 3 кредити, Виробнича практика – 9 кредитів та Атестаційний екзамен – 6 кредитів. Обсяг вибіркового ОК циклу професійної підготовки становить по 5 кредитів. ЕГ зазначає, що вибіркового дисциплін циклу загальної підготовки у НП не передбачено. ЕГ зазначає, що тижневе аудиторне навчальне навантаження здобувачів за НП становить 22 год. у 7 та 8 семестрах, 23 год. у 7 семестрі, 25 год. у 1-4 семестрах. Аналіз змісту компонентів ОП показав достатність обсягу аудиторної та самостійної роботи для досягнення ПРН. За результатами опитування здобувачів ОП 2-4 курсів у 2023р. (<https://cutt.ly/lw9RT19m>) 95% з них зазначає про обґрунтоване навантаження (кількість дисциплін в семестрі та кількість годин аудиторної та самостійної роботи на тиждень). Водночас ЕГ вважає за доцільне рекомендувати проводити 1-2 рази на рік опитування здобувачів (моніторинг навчального навантаження здобувачів) окремо за кожним курсом навчання та за окремими ОК з метою отримання більш детальної та конкретної інформації, та варто враховувати результати під час перегляду робочих програм і ОП загалом.

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 у класичному розумінні не здійснюють. При підготовці здобувачів ОП реалізують елементи дуальної освіти. В Університеті розроблене Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти в ЗУНУ (протокол №2 від 30.09.2020р., (<https://cutt.ly/Xw9vN7Qx>). У НП ОП включено ОК «Елементи дуальної освіти» обсягом 6 кредитів впродовж 3-7 семестрів та забезпечує досягнення ПРН 1-2, 4, 6, 11-12, 15-18 Стандарту та додатково включені ПРН 19,21. Вивчення ОК передбачає ознайомлення здобувачів з особливостями практичної діяльності підприємства та підготовки рекомендацій щодо удосконалення його маркетингової діяльності. Укладено договори з низкою установ, зокрема: ПРАТ «Тернопільський молокозавод», ТОВ «Eleyus», ТОВ «ЗАЗА Принт», ТОВ «Маркетинговий центр ДАЛІ», ТОВ «TV-4», продуктова ІТ компанія «Saasjet», ІТ компанія «Business Evolution», ТОВ «Хард софт», ТОВ «Теркурій 2», ТОВ «АвтоМАЗ». На зустрічі 1 Гарант ОП зазначила, що особливістю даної ОК є інтеграція навчального процесу до практичної орієнтації на первинному робочому місці. В ході вивчення дисциплін обов'язкового циклу спрямовують студентів прокачати навички, які вони здобули. Реалізація ОК відбувається на підприємствах-партнерах, з якими співпрацює кафедра і виконують завдання, що відповідають ПРН, які вони здобули під час вивчення обов'язкових ОК. Здобувачі практично реалізують те, що теоретично вивчили в ході навчання. На кафедрі є викладач, який відповідає за проведення дуальної освіти та забезпечує організаційні моменти та методичне забезпечення у діалозі з партнерами. Елементи дуальної освіти реалізуються і у дистанційний спосіб. Маркетинговий центр «Далі» формує Телеграм-групу для студентів, де вони комунікують та виконують завдання онлайн. За результатами проходження курсу здобувачі готують звіт. Захист звітів здійснюється спільно викладами кафедри та роботодавців з використанням ZOOM.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Запровадження єдиного принципу організації варіативної частини ОП у ЗУНУ, де всі вибіркові ОК мають 5 кред., а студенти можуть обирати дисципліни з загальноуніверситетського каталогу.

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

Відсутність лабораторних робіт у навчальному плані, попри заявлену мету ОП на підготовці фахівців з «практичними навичками використання...професійного обладнання для проведення маркетингових досліджень». ЕГ рекомендує групі розробників при наступному оновленні ОП передбачити виконання лабораторних робіт з ОК, які потребують використання спеціального обладнання. Брак чіткого розуміння у здобувачів ОП, чи дійсно їх рішення є остаточним при виборі вибіркового ОК. ЕГ рекомендує гаранту ОП до початку 2024/25 н.р. підвищити поінформованість здобувачів щодо процедури вибору ОК з Каталогу вибіркового дисциплін. Лаконічність силабусів ОК без зазначення загальних та спеціальних компетентностей, а також відповідних ПРН, які опановуються на ОК,

при відсутності робочих програм з певних ОК. ЕГ рекомендує кафедрі маркетингу з 2024/25 н.р. переглянути форму силабусів ОК з внесенням інформації щодо загальних та спеціальних компетентностей, а також відповідних ПРН, які опановуються за ОК. Відсутність опитувань щодо навчального навантаження здобувачів за окремими ОК. ЕГ рекомендує групі розробників ОП протягом навчального року проводити систематичний та детальний моніторинг навчального навантаження здобувачів за кожним курсом навчання та за конкретними ОК з метою отримання більш детальної інформації та враховувати отримані результати при перегляді робочих програм та ОП загалом."рекомендує групі розробників ОП протягом навчального року проводити систематичний та детальний моніторинг навчального навантаження здобувачів за кожним курсом навчання та за конкретними ОК з метою отримання більш детальної інформації та враховувати отримані результати при перегляді робочих програм та ОП загалом. Лаконічність силабусів ОК без зазначення загальних та спеціальних компетентностей, а також відповідних ПРН, які опановуються на ОК (робочі програми наявні не з усіх дисциплін). ЕГ рекомендує кафедрі маркетингу з 2024/25 н.р. переглянути форму силабусів ОК з внесенням інформації щодо загальних та спеціальних компетентностей, а також відповідних ПРН, які опановуються за ОК.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Структура та зміст ОПП «Маркетинг» повністю відповідають вимогам підкритеріїв 2.1, 2.3 та 2.7 та мають достатній рівень узгодженості за підкритеріями 2.2, 2.4-2.6 та 2.8. з несуттєвими недоліками, а саме: - підкритерій 2.2: відсутність лабораторних робіт у навчальному плані підготовки здобувачів за ОП; - підкритерій 2.4: брак чіткого розуміння у здобувачів ОП процедури вибору ОК; - підкритерій 2.5: відсутність документів, що регламентують проходження елементів дуальної освіти здобувачами в умовах воєнного стану; - підкритерій 2.6: відсутність переліку загальних та спеціальних компетентностей, а також відповідних ПРН, які передбачає опанування обов'язкових ОК, викладених у силабусах в системі НА; - підкритерій 2.8: відсутність опитувань щодо навчального навантаження здобувачів за окремими ОК. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, структура та зміст ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Критерію 2.

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

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

Правила прийому на навчання до ЗУНУ оприлюднені на офіційному веб-сайті університету (<http://surl.li/lxpwt>) та доступні для потенційних абітурієнтів. Для здобуття рівня освіти бакалавра приймаються вступники на основі ПЗСО та НРК5, а також особи, що здобули такий самий (бакалаврський) або вищий рівень освіти за іншою спеціальністю, або здобувають його не менше одного року та виконують повним обсягом індивідуальний навчальний план. За висновками ЕГ, усі положення Правил прийому на навчання за ОП є чіткими, зрозумілими та не містять дискримінаційних положень.

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

Відповідно до п.7.3. «Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти в ЗУНУ в 2023 році» (<http://surl.li/rxlzm>), для конкурсного відбору для здобуття ступеня бакалавра на основі ПЗСО та НРК5 зараховувались бали: НМТ 2022-2023 років, або ЗНО 2020-2021 років з 3 конкурсних предметів для вступу на основі ПЗСО, або ЗНО 2020-2021 років з 2 конкурсних предметів для вступу на основі НРК5. Окремо описані умови вступу для іноземців. Результати ЗНО 2020-2021 років за бажанням вступника можуть бути зараховані замість результатів з відповідних навчальних предметів НМТ 2023 року або НМТ 2022 року, якщо різниця балів НМТ та ЗНО з відповідного предмета не перевищує 15 балів. У передбачених Порядком та цими правилами випадках результати співбесіди з тих самих предметів зараховуються замість результатів НМТ. Відповідно до Додатку №2 до Правил прийому (<http://surl.li/gxmtm>) для вступу на ОП «Маркетинг» було встановлено мінімальний конкурсний бал 130 для відкритої пропозиції та 100 для небюджетної. Для конкурсного відбору зараховувались предмети: НМТ 2023 року – Укр. мова (0,35), Математика (0,4), Історія України або Іноземна мова (0,25) або Біологія, Хімія, Фізика (0,2); НМТ 2022 року – Укр. мова (0,35), Математика (0,4), Історія України (0,25); ЗНО 2020-2021 років – Укр. мова і літра (0,4), Математика (0,2) і предмет на вибір вступника (0,3). На думку ЕГ, критерії вступу вмотивовані особливостями ОП: знання української мови – необхідна складова для всього подальшого навчання; знання з Історії України сприяють патріотичному вихованню молоді; іноземна мова розширює навчальні та кар'єрні можливості здобувачів; а математика – основа для опанування фахових дисциплін з маркетингу.

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 ЗУНУ питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється п.10 («Трансфер кредитів») «Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ» (<http://surl.li/agzhy>); «Положенням про порядок перезарахування результатів навчання в ЗУНУ» (<http://surl.li/beykf>); «Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність» (<http://surl.li/sfgve>) та п.3.9 "Положення про формування вибіркової частини навчальних планів" (<https://cutt.ly/Vw8x6InS>). Згідно з п.10 «Положення про організацію освітнього процесу», перезарахування кредитів, які були встановлені під час навчання на інших освітніх програмах, здійснюється за рішенням ректора на підставі документів про раніше здобуту освіту (додаток до диплома, академічна довідка, свідоцтво про підвищення кваліфікації), витягу із навчальної картки, у разі одночасного навчання за декількома програмами або академічної довідки ЄКТС; переведення оцінок з однієї шкали в іншу фіксується в окремій відомості, один примірник якої знаходиться в особовій справі здобувача, а другий у деканаті. Відповідно до «Положенням про порядок перезарахування результатів навчання в ЗУНУ» передбачено процедуру автоматичного зарахування РН на основі Договору про навчання, Договору про практику (стажування) в іншому закладі. А для учасника, який подає довідку про зараховані РН в закладі, з яким немає діючого Договору про співпрацю, перезарахування здійснюється предметною комісією відповідно до п.5.5-5.7.: «Предметна комісія формується деканом факультету із числа висококваліфікованих фахівців. Рішення предметної комісії оформляються письмово із зазначенням визнання РН. У випадку проблем із визнанням РН чітко прописується підстава й аргументація відмови та умови, необхідні для перезарахування». Під час зустрічі з керівництвом та менеджментом ЗВО директор навчально-наукового центру моніторингу якості освіти та методичної роботи запевнив, що зарахування результатів з вибірових дисциплін відбувається за наявності підтвердження отриманої кількості кредитів, а до зарахування результатів з обов'язкового освітнього компоненту долучається вищеописана предметна комісія, остаточне рішення ухвалюється на Вченій раді факультету. Однак п.3.9 "Положення про формування вибіркової частини навчальних планів" передбачена можливість перезарахувати вибірові (!) дисципліни, які вивчались у іншому ЗВО в рамках академічної мобільності. Така вимога суттєво обмежує можливості мобільності, оскільки студенти можуть обирати для вивчення також обов'язкові дисципліни вишів-партнерів. Випадків зарахування результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, на ОП «Маркетинг» не було.

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

Правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюються «Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ» (<http://surl.li/agzhy>), зокрема п. 10 «Трансфер кредитів»; «Положенням про неформальну та інформальну освіту учасників освітнього процесу в ЗУНУ» (<http://surl.li/beykn>). Згідно з «Положенням про неформальну та інформальну освіту», до участі у програмах неформальної та інформальної освіти допускаються здобувачі вищої освіти з другого семестру першого курсу освітнього ступеня бакалавр. При цьому визнання результатів проводиться у семестрі, який передує семестру, у якому згідно з навчальним планом конкретної освітньої програми (ОП) передбачено вивчення дисципліни, що перезараховується. Процедура визнання результатів навчання передбачає такі обов'язкові етапи (п.6.4): подання на ім'я ректора заяви про перезарахування з підтверджуючим документом; створення комісії, яка визначає можливість визнання РН (формується протокол); Вчена рада приймає до відома результати засідання комісії/атестації та затверджує їх. Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, здійснюється за такими критеріями: 1) часовий інтервал вивчення дисципліни/кількість кредитів ЄКТС; 2) приналежність освітніх компонентів до обов'язкових чи вибірових дисциплін; 3) змістове наповнення освітніх компонентів; 4) відповідність компетентностей, сформованих у ході формальної/ інформальної освіти компетентностям ОПП; 5) відповідність результатів за формальною/інформальною освітою програмними результатами навчання. На ОП «Маркетинг» наявна практика визнання результатів неформальної освіти. Так, у 2022-2023 н.р. студенти груп МАРК-31 та МАРК-32 пройшли базовий курс «Як стати YouTube блогером» (3 год/0,1 кредита ЄКТС) на платформі Дія. Цифрова освіта та здобули навички створення цифрового контенту (<http://surl.li/sfkgu>). На основі сертифікатів та аналізу досягнутих результатів здобувачам зараховано КПІЗ в рамках вивчення вибіркової дисципліни «YouTube та блогерство». Низька активність студентів щодо неформального навчання (фактично йде про одиничний випадок) може говорити про їхню недостатню вмотивованість. НППП рекомендується активніше залучати здобувачів до використання можливості отримання неформальної освіти шляхом надання їм відповідних пропозицій по вивченню змістовних модулів дисциплін (наприклад, через включення до списку рекомендованої літератури в межах ОК переліку курсів, які б доповнили та актуалізували ОК).

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Популяризація неформальної освіти серед здобувачів ОП на фоні наявного чіткого механізму визнання її результатів.

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

Розбіжності у нормативних документах, що регламентують процес визнання результатів академічної мобільності (зокрема, п.3.9 "Положення про формування вибіркової частини навчальних планів", який обмежує такі можливості). ЕГ рекомендує керівництву ЗВО у 2024/25 н.р. привести у відповідність один одному положення нормативних документів ЗУНУ щодо академічної мобільності.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Доступ до ОПП «Маркетинг» та визнання результатів навчання повністю відповідають вимогам підкритеріїв 3.1, 3.2 та 3.4 та мають достатній рівень узгодженості за підкритерієм 3.3 з несуттєвими недоліками, а саме розбіжностями у нормативних документах, що регламентують процес визнання результатів академічної мобільності. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, доступ до ОПП «Маркетинг» та визнання результатів навчання відповідають вимогам Критерію 3.

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.

Навчання на ОП здійснюють за денною та заочною формами. Освітній процес реалізують відповідно до НП, Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/fw9v5Mei>). Згідно з п.13.4 «Освітній процес у ЗУНУ здійснюється за такими формами: навчальні заняття; самостійна робота; практична підготовка; тренінги з навчальних дисциплін контрольні заходи». Згідно з п.13.5 «Основними видами навчальних занять у ЗУНУ є: лекція; лабораторне, практичне, семінарське, індивідуальне заняття; консультація, тренінги». Форми та методи навчання і викладання на ОП сприяють досягненню ПРН. ЕГ проведено аналіз си́лабусів дисциплін завантажених в систему НА, що дає можливість зазначити про відсутність форми та методи навчання і викладання. З окремих ОК циклу професійної підготовки передбачено тренінг (Маркетинг, Економіка та організація торгівлі, Інтернет-маркетинг, Маркетингова товарна політика, Маркетингові дослідження та аналітика, Товарознавство). Зокрема, в ОК Маркетинг використовують методи брейнштормінгу (<https://cutt.ly/nw9bdhu4>), кейс-метод, робота в команді, метод імітації. Робота у групах, метод опитування, тестування, ділові ігри (Психологія професійної діяльності), ігровий метод (Управління розподілом та продажами), інноваційні методи викладання (Маркетингові дослідження та аналітика), методи кейс, брейн-штормінг, ділові ігри при вивченні (Інтернет-маркетинг) (Зустріч 4). У НП зазначено 2 форми аудиторних занять (лекції, практичні). ЕГ вважає за доцільне рекомендувати введення лабораторних занять відповідно до ПРН окремих ОК. Зокрема, у РП ОК «Інтернет-маркетинг» С.14-15 «студенти користуються обладнанням та інструментами лабораторії нейромаркетингу та реклами ЗУНУ. НД передбачає використання такого програмного забезпечення, онлайн-сервісів та онлайн-мереж: NeuroLab; SendPulse; Facebook; Instagram.», а також базове програмне забезпечення ОС Windows 10, Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students; програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office та спеціалізоване програмне забезпечення: платформа NeuroLab для опрацювання результатів нейродосліджень від «Beehiveor»; при вивченні ОК Міжнародна економіка використовують пакет STATISTICA (Зустріч 4). Дистанційне навчання в системі Moodle дає можливість студенту опрацьовувати допоміжні матеріали, ознайомитись з си́лабусом, прикладами робіт, додавати виконані завдання (Зустріч 5). ЕГ з'ясувала (Зустріч 5,8,9), що організація навчального процесу здійснюється з використанням інформаційної системи «SMART Університет» за допомогою якої обирають вибіркові дисципліни, містить календар подій, журнал оцінок, можливості поселення в гуртожиток та комунікації студентів з НПП. На зустрічі здобувачі продемонстрували доступ та обізнаність з роботою даної системи (Зустріч 5). Особливості та переваги системи також продемонстровано на зустрічі 9. Між НПП, адміністрацією і здобувачами існує взаємоповага і тісна взаємодія, що відповідає принципам академічної свободи.

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).

Здобувачі мають доступ до опису ОП <https://cutt.ly/2w9bc4wm>, де зазначено форми підсумкового контролю з кожної ОК. Здобувачі отримують доступну і зрозумілу інформацію щодо цілей, змісту, порядку та критеріїв оцінювання окремих ОК (силабуси, РП, які розміщені на сайті ЗУНУ <https://cutt.ly/3w9bvnkw>). Загальноуніверситетську інформацію визначено: Положенням про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/fw9v5Mei>), Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/3w9bbuaV>), Положенням про формування вибіркової частини навчальних планів (<https://cutt.ly/cw9bboFQ>), Положенням про дистанційне навчання (<https://cutt.ly/dw9bnspY>), Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу атестаційної комісії (<https://cutt.ly/vw9bnHLb>), Положенням про перерахування результатів навчання (<https://cutt.ly/9w9bmi5p>), Положенням про проведення практик здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/dw9bmnC5>), Положенням про індивідуальний навчальний план студента (<https://cutt.ly/Yw9bmC6I>), Положенням про неформальну та інформальну освіту здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/fw9bQwPc>), Порядком оскарження результатів підсумкового контролю студентів університету (<https://cutt.ly/Ww9bQ1oS>). Під час інтерв'ювання НПП ЕГ з'ясовано, що інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК надають викладачі студентам на першому занятті чи протягом навчання (Зустріч 4). РП та силабуси ОК розміщено на сайті ЗУНУ в розділі Публічна інформація та «SMART Університет» (Зустріч 5). ЕГ з'ясовано (Зустріч 5,7), що здобувачі мають доступ до інформації про цілі, зміст, ПРН, критерії оцінювання ОК (силабуси і РП розміщені на сайті ЗВО та в системі «SMART Університет»). Результати опитування здобувачів ОП 2-4 курсів у 2023р. (<https://cutt.ly/lw9vprp>), вказують на те, що 45% здобувачів орієнтуються на РП і силабуси при виборі ВД. При цьому 76% здобувачів відповіли, що на оцінку не впливає позанавчальна робота (творча діяльність, спортивна, громадська робота) (<https://cutt.ly/lw9RT19m>). Участь у науковій роботі здобувачів враховують в залежності від обсягу виконаних робіт. На зустрічі з НПП ЕГ з'ясувала, що якщо тематика наукової роботи студента відповідає дисципліні профільній може бути зарахований один з елементів освітньої компоненти; з ОК Філософія студентам, які готують тези для участі в конференції зараховують КПІЗ (інколи екзамен) автоматом за рішенням засідання кафедри (Зустріч 4). На зустрічі 7 ЕГ з'ясувала, що в ЗУНУ функціонує Рада молодих вчених, що сприяє організації конференцій, круглих столів. За наукову роботу здобувачі можуть отримати додаткові бали до загального рейтингу, що впливає на можливість отримання стипендії. Викликає занепокоєння, що на зустрічі здобувачі не змогли чітко окреслити можливості визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної (інформальної) освіти та наукової роботи.

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

ЕГ на основі проведеного аналізу зазначає, що ЗВО впроваджує елементи дослідження в освітній процес на ОП «Маркетинг». Здобувачі при вивченні ОК циклу професійної підготовки виконують дослідження та практичні завдання в Кабінеті нейромаркетингу та реклами. Працівники кафедри залучають студентів до проведення дослідження в рамках наступних науково-дослідних робіт: «Інноваційне маркетингове забезпечення надання послуг в умовах стійкого розвитку», «Формування механізму сталого розвитку міського транспорту на засадах концепції «розумного» міста та муніципальної екологістики», що підтверджено ЕГ на відкритій зустрічі та зустрічі 2. Для викладання ОК використовують індивідуальні та колективні наукові досягнення НПП. Поєднання навчання і досліджень здійснюють шляхом участі здобувачів у наукових заходах кафедри маркетингу та університету. Студентська наукова робота реалізується в рамках студентських проблемних груп (Зустріч 4). На запит ЕГ подано перелік публікацій здобувачів ОП. Впродовж 2021-2023 років здобувачі опублікували у співавторстві 3 статті у фахових виданнях та 66 тез доповідей на науково-практичних конференціях. Здобувачі ОП беруть участь в роботі організованих кафедрою круглих столів, щорічних наукових заходів «Digital Marketing Week», «Наукові пікніки», мастер-класах (Зустріч 2). Здобувачі брали участь у проекті міжнародної дослідницької компанії NielsenIQ. Здобувачі беруть участь у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг». ЕГ на зустрічі випускниками (Зустріч 10) з'ясувала, що викладачі заохочують наукову роботу студентів. Зокрема, І.Леонова зазначила про отримання призового місця на конкурсі студ. наук. робіт. В ЗУНУ функціонує студентське наукове товариство (<https://cutt.ly/Gw36P5eP>) (Зустріч 7). Згідно з результатами опитування здобувачів ОП 2-4 курсів у 2023р. (<https://cutt.ly/lw9RT19m>), 63% зазначили завжди, а 37% - у більшості випадків викладачі орієнтують їх на використання досліджуваного матеріалу в майбутній професійній діяльності. При вивченні окремих ОК (напр. Нейромаркетинг, Марк. дослідження та аналітика) студенти використовують Кабінет нейромаркетингу і реклами. За допомогою використання нейрообладнання (EyeTracker, електроенцефалограф) досліджують сайти, фото-, відеоматеріали (Зустріч 1,5) та було продемонстровано під час огляду мат-технічної бази. Під час інтерв'ювання (Зустріч 4,7) з'ясовано, що студентську наукову роботу враховують при оцінюванні з окремих ОК та формуванні загального рейтингу, що впливає на можливість отримання стипендії. ЗВО забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП відповідно до спеціальності та цілей ОП, що підтверджено документально (збірники статей та тез доповідей,) та онлайн зустрічами.

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

Перегляд та оновлення ОП, змісту ОК відбувається згідно з Положенням про порядок перегляду (оновлення) освітніх програм ЗУНУ (протокол №4 від 16.12.2022р., <https://cutt.ly/Xw36JCVX>), Положенням про навчально-методичний комплекс дисципліни (протокол №4 від 16.12.2022р. <https://cutt.ly/8w36KrcF>), Положенням про

організацію методичної роботи (протокол №4 від 16.12.2022р. <https://cutt.ly/1w36KxkD>), Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освіти (протокол №4 від 16.12.2022р. <https://cutt.ly/Qw36KAZj>). Під час інтерв'ювання фокус-груп з Гарантом та групою розробників ОП (Зустрічі 1,3) встановлено, що обговорення змісту ОП відбувається під керівництвом Гаранта та за участю групи забезпечення раз на рік. Проект ОП розміщують на сайті для обговорення впродовж місяця. Пропозиції також отримують під час спільних заходів зі стейкхолдами. Проект ОП проходить експертизу ННЦ МЯОМР, розглядають на науково-методичній раді, засіданні Вченої ради ЗУНУ та затверджують ректором на наступний навчальний рік. Стейкхолдери під час зустрічі підтвердили надання рецензії на ОП, подання пропозицій, які були враховані (Зустріч 6). Оновлення робочих програм навчальних дисциплін, силабусів здійснюють на основі змін у ОП на наступний навчальний рік. НПП здійснює систематичний перегляд навчального контенту ОК та обговорює його на засіданнях кафедри з урахуванням отриманих рекомендацій від практиків, академічної спільноти та здобувачів. Оновлення змісту НД, форм і методів навчання та викладання здійснюється з урахуванням сучасних наукових досліджень та кращих практик маркетингу, результатів наукової діяльності НПП, видання монографій, навчальних посібників, проходження стажувань НПП. ЕГ з'ясувала, що було враховано пропозиції випускників щодо навичок презентації результатів дослідження в удосконаленні практичної частини ОК Маркетингові дослідження та аналітика. З метою врахування пропозицій стейкхолдерів щодо посилення практичної складової імплементувати освітні платформи в навчальний процес викладачі кафедри проходили стажування від ІТ-компанії Genesis на тему «Маркетинг ІТ-продуктів» з правом інтегрувати цей освітній курс в навчальному процесі. При цьому було удосконалено ОК Інтернет-маркетинг (Зустріч 1). Під час інтерв'ювання здобувачів (Зустріч 5) ЕГ повідомлено, що пропозиції здобувачів розглядають на засіданнях кафедри і обговорюють під час перегляду ОП і ОК. НПП оновлюють зміст ОП і ОК на основі наукових досягнень і сучасних практик, що підтверджено документально (силабуси ОК, наукові публікації НПП, навчально-методичні праці) та онлайн зустрічами.

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

Навчання, викладання і наукові дослідження ЗВО пов'язані із визначеною інституційною політикою та стратегією інтернаціоналізації. Інтернаціоналізацію діяльності ЗВО здійснюють відповідно до Стратегії розвитку ЗУНУ на 2021-2025 рр. (<https://cutt.ly/fw36LfpG>), Стратегії розвитку ЗУНУ на 2024-2028 рр. (<https://cutt.ly/ew36LOFG>), Стратегії інтернаціоналізації ЗУНУ на 2024-2028 рр. (<https://cutt.ly/Mw36L9JR>), Стратегії міжнародної діяльності ЗУНУ (<https://cutt.ly/Uw36ZiH3>) та Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність (<https://cutt.ly/lw36ZmPO>). Актуальну інформацію для викладачів та здобувачів розміщено на сайті ЗУНУ в рубриці Міжнародна діяльність (<https://cutt.ly/gw36ZBo5>). В ЗВО функціонує Відділ міжнародних зв'язків. Інформацію про Актуальні програми міжнародних проектів розміщено на сайті ЗВО (<https://cutt.ly/Jw36XwaW>), зокрема Міжнародної мобільності Еразмус+, урядові проекти. Подана інформація сприяє залученню здобувачів до міжнародних наукових програм, зростанню участі співробітників та здобувачів у програмах міжнародної академічної мобільності. У ЗВО проводять Міжнародний тиждень ЗУНУ (<https://cutt.ly/ow36Xs72>). Викладач Борисяк О.В. закінчила міжнародні навчальні програми «Sustainability Crash Course»; «Інструменти фасилітації для проведення ефективних навчальних практик в он лайн форматі», Процишин Ю.Т. і Борисяк О.В. пройшли міжнародну програму стажування «Education, science, business in high quality training of economic specialists» (Румунія), Іванечко Н.Р. - «New and innovative teaching methods» (Польща). Шість викладачів кафедри пройшли міжнародне підвищення кваліфікації на тему: «Неформальна освіта у підготовці бакалаврів в країнах ЄС і Україні» (м. Люблін), викладачі Галько Л.Р. і Процишин Ю.Т. - в Університеті ім. Яна Кохановського (Польща). У ході інтерв'ювання Гаранта, керівництва ЗВО, адміністративного персоналу (Зустріч 1,2,8) членами ЕГ з'ясовано, що НПП та здобувачі є учасниками процесів інтернаціоналізації, що проводяться в ЗВО. Викладачі беруть участь в проєктній діяльності. На ОП реалізується студентська мобільність, а саме семестрове навчання в європейських вузах (Познанському університеті економіки та бізнесу, Лодзькому університеті, Вищій Школі Бізнесу (Любляна, Словенія)). Позитивна динаміка по кількості нових отриманих запрошень. На запит ЕГ надано накази щодо внутрішньої мобільності здобувачів. ЕГ під час огляду матеріально-технічної бази вдалося з'ясувати, що ЗВО надає вільний доступ до іноземних електронних ресурсів та баз даних, у тому числі наукометричних баз даних Scopus і Web of Science. Загалом слід зазначити, що на даній ОП наявна практика міжнародної мобільності серед здобувачів з формуванням власної індивідуальної освітньої навчальної траєкторії. ЗВО сприяє інтернаціоналізації діяльності НПП і здобувачів у навчанні, викладанні та наукових дослідженнях, що підтверджено документально (положення, угоди, накази, відомості про НПП, інформаційні портали) та онлайн зустрічами.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

Використання інформаційної системи SMART Університет та особистого кабінету студента з метою систематизації інформації та можливості комунікації зі здобувачами. Здобувачі при вивченні ОК циклу професійної підготовки виконують дослідження та практичні завдання в Кабінеті нейромаркетингу та реклами.

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

Брак інформації щодо форм та методів навчання і викладання в силабусах навчальних дисциплін при відсутності робочих програм з певних ОК. ЕГ рекомендує кафедрі маркетингу з 2024/25 н.р. переглянути форму силабусів ОК з внесенням інформації щодо форм та методів навчання і викладання.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Форми і методи навчання і викладання за ОПП «Маркетинг» повністю відповідають вимогам підкритеріїв 4.2-4.5 та мають достатній рівень узгодженості за підкритерієм 4.1 з несуттєвими недоліками, а саме відсутністю у силабусах навчальних дисциплін інформації щодо форм та методів навчання і викладання. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, форми і методи навчання і викладання за ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Критерію 4.

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

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

□
Форми контрольних заходів, їх зміст та збалансованість визначені п.8 «Положення про організацію освітнього процесу» (<http://surl.li/agzhy>). Формами контролю є поточний, модульний та підсумковий. Форми поточного та семестрового контролю результатів навчання здобувачів освіти з ОК та критерії оцінювання визначає силабус та робоча програма, складена на підставі робочого навчального плану. Підсумкова оцінка з ОК розраховується як середня зважена з оцінок по залікових модулях, включаючи екзаменаційну (для кожного модулю встановлюється ваговий коефіцієнт). З критеріями оцінювання студентів знайомить викладач на першому занятті з дисципліни, що підтверджено під час зустрічі 5. Здобувачі запевнили, що впродовж навчання можуть переглянути інформацію про критерії оцінювання з кожного предмету на платформі Moodle та сайті університету. З результатами оцінювання студенти можуть ознайомитися через особистий електронний кабінет SMART-університету. Попри розуміння принципів оцінювання знань студентами та НПП, існують розбіжності у документах, що регламентують цей процес. Так, у п.8.4.7 ""Положення про організацію освітнього процесу"" передбачі вагові коефіцієнти для окремих змістових модулів ОК. Далі читаємо: "Підсумкова оцінка...розраховується як середня арифметична (!) зважена з оцінок по залікових модулях, включаючи екзаменаційну". У випадку однакової ваги модулів (як на нашій ОП) таке формулювання не викликає проблем. Однак в інших випадках п.8.4.7 змушує рахувати середньоарифметичне замість зваженого значення. Аналогічна проблема спостерігається у п. 8.4.9 Положення: "...студенти, які за результатами поточного та модульного контролю мають 90 балів і більше, ... можуть звільнитися від екзамену, а екзаменаційна оцінка...розраховується як середня арифметична (!) з оцінок, одержаних на модульному контролі". Тобто знову вага модулів не може бути врахована, а всі модулі стають рівнозначними. На думку ЕГ, ситуація потребує вирішення шляхом корегування документів ЗВО щодо оцінювання студентів з метою уникнення небажаних прочитань. ЕГ відмічає, що в наданих прикладах екзаменаційних білетів відсутні критерії оцінювання, що ускладнює їх розуміння студентом під час екзамену. У ЗВО запроваджена практика проведення передсесійного опитування студентів для з'ясування задоволеності рівнем об'єктивності оцінювання та попередження негативних явищ (<http://surl.li/djimi>). Так за результатами останнього (27.11.2023-08.12.2023) опитування (<http://surl.li/sgfro>), в якому взяли участь 243 студенти 1-4 курсу, 95% відповіли, що викладач пропонує та послідовно керується системою встановлених вимог і критеріїв для оцінки результатів освітньої діяльності; 96% підтвердили, що викладач знайомить студентів із регламентом, де зазначено критерії оцінювання знань та чітко його дотримується і 100% опитаних підтверджують, що викладачами чітко встановлені вимоги до складання іспиту. Під час відповідної зустрічі викладачі повідомили про проведення опитувань серед студентів за своїми ОК.

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

Відповідно до Стандарту ВО України за спеціальністю «Маркетинг» для ступеня бакалавр формою атестації здобувачів ОП «Маркетинг» є атестаційний екзамен. Форми атестації здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» відповідають вимогам стандарту вищої освіти. В Західноукраїнському національному університеті основною формою підсумкової атестації здобувачів вищої освіти є атестаційний екзамен, для проведення якого створюється атестаційна комісія, що регламентовано п.9 «Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ» (<http://surl.li/agzhy>) та «Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу атестаційної комісії в ЗУНУ» (<http://surl.li/beykd>).

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.

Процедура проведення контрольних заходів регламентується «Положенням про організацію освітнього процесу», яке оприлюднено на офіційному сайті Західноукраїнського національного університету (<http://surl.li/agzhy>). Детально форма та процедура проведення контрольних заходів по кожній дисципліні подано в робочих програмах та силабусах, що оприлюднені на офіційному сайті університету (<http://surl.li/sggxq>), а також (за ствердженням здобувачів) в системі дистанційного навчання Moodle. Відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ» перекладання позитивних модулів не допускається, а перекладання негативних результатів поточного модульного контролю (чи неявок без поважних причин) дозволяється до настання дати проведення наступного модуля. Здобувачі мають можливість ліквідувати академічну заборгованість максимум за два перекладання після завершення сесії за заявою, поданою в деканат. В ЗУНУ передбачена процедура оскарження результатів підсумкового контролю студентів, що регулюється «Порядком оскарження результатів підсумкового контролю студентів університету» (<http://surl.li/dnwho>). Відповідно до цього порядку, метою процедури оскарження результатів екзаменів та заліків є захист прав та інтересів студентів через забезпечення уникнення суб'єктивності та суперечливостей в процесах оцінювання результатів навчання. Процедура оскарження визначається створенням апеляційної комісії, до складу якої входять голова, секретар та члени комісії (не менше 3-х), це можуть бути як працівники так і студенти університету. Сама процедура складається з наступних етапів: подання скарги студентом (у письмовій формі в день оголошення результатів складання екзамену або заліку), розгляду скарги, прийняття та оприлюднення рішення апеляційної комісії. Рішення, прийняті на засіданнях апеляційної комісії, є остаточними та не підлягають оскарженню. Випадків оскарження на даній ОП не було.

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.

Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності регулюються «Положенням про організацію освітнього процесу» (<http://surl.li/agzhy>), «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освіти в ЗУНУ» (<http://surl.li/beykz>), «Етичним кодексом ЗУНУ» (<http://surl.li/beyks>), «Положенням про комісію з академічної доброчесності та наукової етики» (<http://surl.li/dnwkj>), «Положенням про групу сприяння академічної доброчесності Західноукраїнського національного університету» (<http://surl.li/dnwkx>), «Кодексом академічної доброчесності Західноукраїнського національного університету» (<http://surl.li/beyku>), «Положенням про систему запобігання плагіату в академічних текстах працівників та здобувачів вищої освіти ЗУНУ» (<http://surl.li/eutin>). У ЗВО наявна політика запобігання порушенню академічної доброчесності, а також опитування студентів щодо їхньої обізнаності в цьому питанні. Згідно з результатами опитування, 96% з 243 опитаних студентів ОП «Маркетинг» відповіли, що в них цілком достатньо інформації про принципи дотримання академічної доброчесності в університеті. Проте в ЕГ викликало певне занепокоєння відповідь здобувачів під час зустрічі 5 на питання про академічну доброчесність. Деякі з них погано орієнтуються в цьому, розуміючи під доброчесністю лише перевірку робіт на плагіат. Задля моніторингу дотримання академічної доброчесності в ЗУНУ створено відповідну комісію, що було підтверджено адміністративним персоналом ЗВО. Форми відповідальності за порушення норм академічної доброчесності для осіб, що навчаються, є такими: попередження; повторне проходження оцінювання (контрольної роботи, іспиту, заліку тощо), повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми, відрахування з університету. Випадків порушення академічної доброчесності на даній ОП не було зазначено. Як інструмент протидії плагіату застосовується сервіс UniCheck. Перевірка на плагіат кваліфікаційних робіт відбувається саме за допомогою цього сервісу. Студентам також надається доступ до перевірки своїх курсових робіт за допомогою цього сервісу, але безкоштовне користування доступне лише перший пробний раз, а далі здобувачі мають можливість користуватись UniCheck на платній основі. У випадку отримання більше 90% унікальності за результатами перевірки, така робота одразу приймається до захисту. Якщо % унікальності є нижче 90, робота направляється на доопрацювання, а здобувач повинен надати аналітичну таблицю, де відобразити, яким чином була проведена робота з текстом задля уникнення плагіату. Про це ЕГ повідомили під час зустрічі 4. Після захисту курсові роботи направляються до відкритої репозиторію Бібліотеки (<http://surl.li/bftpa>).

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Збереження курсових робіт студентів у відкритому репозиторії після їхньої перевірки на плагіат.

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

Наявність розбіжностей у нормативних документах ЗУНУ, що регламентують принципи оцінювання знань студентів, зокрема у п.п.8.4.7 та 8.4.9 "Положення про організацію освітнього процесу". ЕГ рекомендує керівництву ЗВО у 2024/25 н.р. скорегувати документи ЗВО щодо оцінювання студентів з метою уникнення небажаних прочитань. Відсутність критеріїв оцінювання в екзаменаційних білетах, що ускладнює орієнтування студентів у підрахунках оцінки за іспит, особливо в умовах стресу. ЕГ рекомендує кафедрі у 2024/25 н.р. переглянути форму екзаменаційних білетів, додавши критерії оцінювання. Брак розуміння сутності поняття академічної доброчесності у здобувачів ОП, яке зводиться до перевірки робіт на плагіат. ЕГ рекомендує гаранту ОП та групі розробників на постійній основі інформувати студентів про норми та правила академічної доброчесності у системі забезпечення якості вищої освіти.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність на ОПП «Маркетинг» повністю відповідають вимогам підкритеріїв 5.2 та 5.3 та мають достатній рівень узгодженості за підкритеріями 5.1 та 5.4 з несуттєвими недоліками, а саме: - підкритерій 5.1: наявність розбіжностей у нормативних документах ЗУНУ, що регламентують принципи оцінювання знань студентів, та відсутність критеріїв оцінювання в екзаменаційних білетах; - підкритерій 5.4: брак розуміння сутності поняття академічної доброчесності у здобувачів ОП. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність на ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Критерію 5.

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.

Підготовку здобувачів ОП «Маркетинг» кафедра маркетингу здійснює із залученням викладачів кафедр: іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій, психології та соціальної роботи, інформаційної та соціокультурної діяльності, економіки та економічної теорії, міжнародної економіки, прикладної математики, економічної кібернетики та інформатики, менеджменту, публічного управління та персоналу, підприємництва та торгівлі, політології та філософії, адміністративного права і судочинства, обліку та оподаткування, фінансів ім. С.І. Юрія, фінансових технологій та банківського бізнесу. До реалізації ОП залучено 31 НПП, які мають понад 2 публікації, що відповідають тематиці ОК. Науковий ступінь доктора наук та/або вчене звання професора має 9 НПП, науковий ступінь кандидата наук – 22 НПП, атестат доцента – 22 НПП та 1 старший викладач. 13 НПП проходили закордонне стажування (Польща, Німеччина, Нідерланди). 5 НПП мають досвід наукового консультування (ТОВ «ТІСО», ТОВ «Пивоварня «Опілля», ТОВ «ТЕРКОН-БУД», ТОВ «Аудиторська фірма «Галичина- аудитсервіс», ТОВ «Профдезінфекція- М»; 2 НПП – досвід практичної діяльності за спеціальністю: начальник Головного управління з економіки Тернопільської ОДА, економіст та завідувач сектором звітності кредитного відділу Тернопільської дирекції банку «Україна». Викладачі, що забезпечують обов'язкові ОК, проходили стажування в українських ЗВО та є членами громадських організацій. Гарант ОП є Галько Л.Р. (кандидат економічних наук) викладає ОК «Маркетинг»; є Асоційованим членом Української Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти; членом ГО «Українська асоціація маркетингу»; здійснює керівництво студентською проблемною групою «Маркетинг в соціальних мережах»; виконавець госпдоговірних НДР «Науково-професійне консультування у сфері підвищення кваліфікації фахівців підприємства з використанням сучасних нейромаркетингових комунікаційних технологій» (2022 р.) та «Науково-професійне консультування у сфері підвищення кваліфікації фахівців підприємства з використанням сучасних маркетингових комунікаційних технологій» (2023 р.); проходила стажування: Осіння школа «Transfer of Technologies and Innovations: European and Ukrainian Experiences» в межах проєкту Жана Моне, Університет імені Яна Кохановського в м.Кельцях (Республіка Польща) з дисципліни «Маркетинг», ГО «Міжнародна фундація науковців та освітан» (IESF) та Науково-дослідний інститут Люблінського науково-технологічного парку (Республіка Польща). Інтерв'ювання ЕГ НПП, здобувачів, стейкхолдерів, випускників та працівників структурних підрозділів ЗВО (Зустрічі 4,5,6,8,10 та відкрита зустріч) підтверджує достатній рівень кваліфікації викладачів, що забезпечують освітній процес за ОП «Маркетинг». Відповідність компетентностей НПП ОК підтверджено документально (дипломи про ВО і наукові ступені, атестати про вчене звання, тематика наукових публікацій, сертифікати про стажування і підвищення кваліфікації, результати анкетування здобувачів) та онлайн зустрічами.

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

Конкурсний добір викладачів ЗВО здійснюють згідно з Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (<https://cutt.ly/Fw8qtQIR>), Рекомендаціями щодо проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (<https://cutt.ly/lw8qt2zp>), що розміщені на сайті ЗУНУ в рубриці Вчена рада. В ЗВО існує практика рейтингового оцінювання роботи НПП згідно з Положенням про рейтингове оцінювання роботи науково-педагогічних працівників ЗУНУ (<https://cutt.ly/Kw8qigrL>). До конкурсу допускаються особи, які мають відповідну кваліфікацію; науковий ступінь, вчене звання; досвід науково-педагогічної діяльності; наукові публікації, що відповідають профілю освітнього компоненту; стажування за останні п'ять років в Україні чи за кордоном. Оголошення про конкурс на заміщення вакантних посад розміщують на сайті ЗУНУ. Кандидатури претендентів обговорюють на засіданні кафедри в їх присутності. Предметом обговорення може бути звіт про роботу претендента. Висновок кафедри затверджують голосуванням та передають на розгляд конкурсної комісії. Далі претендентів обирають на посади на засіданні Вченої ради ЗУНУ шляхом голосування. У п.6.4. Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів визначені критерії відбору претендентів. Під час зустрічей з НПП, групою розробників ОП і персоналом допоміжних структурних підрозділів (Зустрічі 3,4,9), встановлено, що процедура конкурсного добору НПП є прозорою, об'єктивною, зрозумілою і визначається спроможністю претендента забезпечити викладання ОК відповідно до цілей ОП. При підписанні контракту з викладачем враховується його позиція в рейтингу (для вищих позицій терміном 4-5 роки, для нижчих-1-3 роки) (Зустріч 9). У процесі конкурсного відбору враховують науковий доробок викладача, відповідність ліцензійним умовам, наявність практичного досвіду у певній сфері; стаж науково-педагогічної роботи; публікації у виданнях; участь у стажуваннях; підвищення кваліфікації рейтингування викладачів (Зустріч 4). Критерії та норми бального оцінювання роботи НПП, а також рейтинг оцінювання НПП за 2019-2021 роки розміщено на сайті ЗУНУ (<https://cutt.ly/gw8qoReB>). ЕГ на зустрічі з вдалося з'ясувати, що Гарант ОП має право пропонувати кандидатури викладачів до окремих ОК. У ЗУНУ розроблено типовий контракт з вимогами (Зустріч 10). Процедури конкурсного добору НПП є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП, що підтверджено документально (положення та зустрічі).

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

ЗВО залучає роботодавців, які мають належний досвід у сфері маркетингу, до обговорення ОП та реалізації освітнього процесу. ЕГ зазначає, що кафедра має укладені договори про проходження виробничої практики з такими підприємствами: ПрАТ «Тернопільський молокозавод», дочірнє підприємство ПАТ «Оболонь» «Красилівське», фермерське господарство «Масарівські Липки», приватне агропромислове підприємство «Топільче», ТОВ «Вдало», Озернянська ОТГ Тернопільської області, ТОВ «Маркетинговий центр ДАЛІ», ГО «Відродження нації», ТОВ «Торгова група «АРС-Кераміка» та ін (договори про проведення практики студентів, Зустріч 6). Серед членів робочої групи ОП Маркетинг є: випускниця ОП, маркетолог в ІТ-компаніях «SaaSJet», «Wise Solution» Ю.Щербина, директор ТзОВ «ВІРТІДО» С.Пастух. Серед рецензентів ОП маркетолог ПП «Галіт» О.Обшарська, співзасновник digital-агенції «Koala Masters» М.Лучик (підтверджено на зустрічі 6). ЕГ з'ясувала, що було враховано пропозиції маркетолога ПП «Галіт» додати більше аналітики та можливості її використання до ОК Маркетингові дослідження та аналітика (Зустріч 10). Залучення роботодавців на ОП відбувається в рамках Клубу маркетолога (Зустріч 5,6, Відкрита зустріч). ЕГ з'ясувала, що участь в Клубі маркетолога брали: керівник відділу продаж digital-агенції «Star Way» В.Грижак, співзасновник digital-агенції «Koala Masters» М.Лучик, керівник відділу маркетингу продуктової ІТ компанії «SaaSJet» Г.Кудряк. Комерційний директор ТОВ «Торгова група «АРС-Кераміка» Р.Працівник зазначив, що спільно з викладачами кафедри було проведено екскурсію для студентів на підприємстві ОП (Зустріч 6). ЕГ вдалося підтвердити під час інтерв'ювання, що роботодавці залучаються до викладання окремих ОК: ОК «Маркетинг послуг» викладала (за сумісництвом) директор з розвитку ТРЦ «Подолляни» Т.Чубак (Зустріч 6). Під час зустрічі зі стейкхолдерами були присутні представники компаній де студенти ОП проходять виробничу практику. Керівники від баз практик високо оцінили якість підготовки здобувачів ОП та розглядають їх як потенційних працівників (Зустріч 6).

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

У відомостях про самооцінювання зазначено та підтверджено під час інтерв'ювання гаранта ОП і фокус-груп НПП, здобувачів, стейкхолдерів, випускників (Зустрічі 1,4,5,6,10, Відкрита зустріч) про залучення маркетологів-практиків до проведення зустрічей та лекцій під час засідання Клубу маркетолога. Зокрема: керівник відділу продаж digital-агенції «Star Way» В.Грижак, співзасновник digital-агенції «Koala Masters» М.Лучик (восени 2023 р. було прочитано лекцію для студентів про Інтернет-маркетинг), керівник відділу маркетингу продуктової ІТ компанії «SaaSJet» Г.Кудряк (Зустріч 6). Директор з розвитку ТРЦ «Подолляни» Т.Чубак викладала ОК «Маркетинг послуг» (за сумісництвом) (Зустріч 6). Студенти під час фокус-групи зазначили про те, що викладачі ОП запрошують маркетологів в рамках постійнодіючого Клубу маркетолога. Також повідомили про зустріч з представником

компанії «ЕЛІК», відвідування рекламного відділу компанії «ФОРМА-ТЕХ» у Львові (Зустріч 5). ЕГ зазначає, що залучення маркетологів-практиків до аудиторних занять дозволяє посилити практичну складову ОП «Маркетинг». Здобувачі повідомили, що роботодавці, під час аудиторних занять, розповідають про особливості професійної діяльності у маркетинговій сфері (налаштування таргетованої реклами тощо), проводять тренінги. ЗВО залучає професіоналів-практиків, експертів галузі і представників роботодавців до аудиторних занять, що підтверджено онлайн зустрічами (1,4,5,6,10, Відкрита зустріч).

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

У ЗВО розроблено систему професійного розвитку викладачів, що відповідає потребам та інтересам НПП. Професійний розвиток викладачів ОП визначається Порядком підвищення кваліфікації НПП, Методичними рекомендаціями для професійного розвитку НПП МОН України (<https://cutt.ly/8w8wC3VI>). Для НПП ЗУНУ підвищення кваліфікації є обов'язковою складовою системи забезпечення якості освіти. Передбачено обрання НПП форми підвищення кваліфікації (довгострокове, короткострокове (семінари, тренінги, вебінари, «круглі столи» тощо). ЕГ з'ясувала (Зустріч 2), що в ЗВО підвищення кваліфікації проводять в межах ліцензії на підвищення кваліфікації НПП (1000 осіб на календарний рік) по методиці викладання фахових дисциплін. Також підвищення кваліфікації в ЗВО відбувається відповідно до Постанови Кабінету міністрів України від 21.08.2019р. (<https://cutt.ly/Sw8w2M5H>). НПП ЗУНУ рекомендують підвищувати кваліфікацію не рідше ніж один раз на п'ять років обсягом не менше 6 кредитів ЄКТС (180 годин), з них 1 кредит може бути дорахований за участь у конференціях, круглих столах тощо. План підвищення кваліфікації НПП на календарний рік затверджується на Вченій раді ЗУНУ. Натомість, враховуючи право НПП на академічну свободу, вони можуть проходити стажування і у інших формах за погодженням на засіданні кафедри та Вченої ради факультету і ЗУНУ. ЗУНУ має укладено угоди з університетами-партнерами щодо можливості стажування. викладач має право позапланового або самостійного проходження підвищення кваліфікації, але результати проходження мають бути затверджені Вченою радою факультету. В ЗУНУ працює Школа педагогічної майстерності, Школа професійного росту, Центри на базі яких за напрямом ОК можна пройти підвищення кваліфікації. Викладачі мають можливість участі у міжнародних грантах та проектах (зокрема, ERASMUS+, ДААД) (Зустріч 9). Підвищення кваліфікації враховують при підписанні контракту з викладачем (Зустріч 9). Викладач ОП Іванечко Н.Р. - «New and innovative teaching methods» (Польща). Шість викладачів кафедри пройшли міжнародне підвищення кваліфікації на тему: «Неформальна освіта у підготовці бакалаврів в країнах ЄС і Україні» (м. Люблін), викладачі Галько Л.Р. і Процишин Ю.Т. - в Університеті ім. Яна Кохановського (Польща) (Зустріч 9). У ЗВО напрацьовано практику рейтингування НПП згідно з Положенням про рейтингове оцінювання роботи науково-педагогічних працівників ЗУНУ (<https://cutt.ly/Kw8qigrL>). Рейтинг НПП за 2019-2021 роки розміщено на сайті ЗУНУ (<https://cutt.ly/9w8qoReB>). Рейтингування НПП враховують під час конкурсного відбору та підписанні контракту (Зустріч 9).

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Стимулювання викладацької майстерності регламентується Статутом ЗУНУ (<https://cutt.ly/Aw8eEQPA>) де зазначено, що Ректор «застосовує заходи морального і матеріального заохочення працівників Університету, притягає їх до дисциплінарної відповідальності відповідно до законодавства України; встановлює розміри доплат, надбавок, премій, матеріальної допомоги та заохочення педагогічних, науково-педагогічних, наукових та інших працівників Університету.» (С.15). Заходи стимулювання передбачено Колективним договором ЗУНУ на 2024-2028 роки (<https://cutt.ly/Hw8eIeTZ>). Зокрема, п. 5.28 «Визначити форми заохочення педагогічних та науково-педагогічних працівників до створення електронних підручників, навчальних посібників, тренінгових комп'ютерних програм, навчальних відеофільмів, аудіозаписів та інших матеріалів»; п. 7.4. «Забезпечити формування системи заохочення обдарованих здобувачів освіти та науково-педагогічних працівників, студенти яких стали переможцями міжнародних студентських змагань.». Під час зустрічей ЕГ з'ясовано, що стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП має системний характер і передбачає моральне (оголошення подяк, нагородження грамотами) і матеріальне заохочення (доплати, премії). ЗВО стимулює роботу Гаранта ОП. Згідно з Положенням про гаранта освітньої програми (<https://cutt.ly/Yw8eADuo>) «в рік проходження акредитації ОП гаранта зараховується навчальне навантаження 50 годин», що підтверджено на зустрічі 3. За успішну акредитацію ОП передбачено моральне заохочення (подяка ректора, грамота) та преміювання Гаранта та завідувача кафедри. В ЗУНУ є мотиваційний фонд. Заохочують НПП за високі рейтингові показники у системі внутрішнього оцінювання, підготовку кадрів вищої кваліфікації, підготовку переможців олімпіад, конкурсів наукових робіт, видання монографій/підручників, опублікування статей у виданнях, які індексуються у наукометричних базах Scopus і Web of Science. Окрім морального заохочення (грамоти, подяки) застосовують і матеріальне стимулювання. Всі матеріальні заохочення відбуваються за рахунок фонду оплати праці. Зокрема, НПП, які мають звання «Почесний професор ЗУНУ» (М.Шинкарик, М.Лазарович) отримують надбавку у розмірі 20%, передбачені надбавки за складність та напруженість в роботі (отримали Т.Чолач, М.Шинкарик) (Зустріч 3,10). За публікацію статті у виданні Web of Science Н.Іванечко отримала матеріальне заохочення у 2020 р. в розмірі 50% окладу. Минулого року усі НПП отримали матеріальне заохочення у розмірі 1 заробітної плати (Зустріч 4).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Залучення до читання лекцій та участі у семінарських заняттях професіоналів-практиків та представників роботодавців, зокрема колишніх випускників. У ЗВО існує система морального та матеріального заохочення, що сприяє професійному розвитку НПП та удосконаленню їхньої викладацької майстерності.

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

Відсутність у багатьох НПП практичного досвіду використання сучасних маркетингових технологій та цифрових інструментів, необхідного при викладанні ОК23,32,33,35 та застосуванні нейрообладнання. ЕГ рекомендує ЗВО на постійній основі стимулювати поєднання НПП науково-викладацької діяльності з практичною діяльністю в сфері маркетингу, проходженням стажувань на підприємствах, залученням до реальних бізнес-проектів або ж бізнес-консультаванням, що сприятиме розвитку професійних компетенцій викладачів.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Людські ресурси на ОПП «Маркетинг» повністю відповідають вимогам підкритеріїв 6.1-6.4, 6.6 та мають достатній рівень узгодженості за підкритеріями 6.5 з несуттєвими недоліками, а саме відсутністю у багатьох НПП практичного досвіду використання сучасних маркетингових технологій та цифрових інструментів, необхідного при викладанні фахових ОК та застосуванні нейрообладнання. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, людські ресурси на ОПП «Маркетинг» відповідають вимогами критерію 6.

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.

Огляд МТБ ЗУНУ під час інтерактивної екскурсії та аналіз фото та відеоматеріалів (<http://surl.li/rynhx>) дозволяє стверджувати, що в ЗВО наявна потужна МТБ, що широко використовується на ОП та сприяє досягненню визначених нею цілей та ПРН. Збудована нова бібліотека площею 2200+м² з двома залами електронних ресурсів на 140 комп'ютерів (половина придбана у 2021р.) та власним укріттям (<http://surl.li/bftoq>). Бібліотека працює на засадах sustainability та має репозиторій на 50700 документів (<http://surl.li/bftpa>), посідаючи 4 місце в Україні та 71 у світі за Transparent Ranking of Repositories (<http://surl.li/rwhbx>). Навчально-методичні матеріали розміщуються в системі Moodle (<http://surl.li/ryntk>), до якої мають доступ всі здобувачі освіти через персональний акаунт. Під час зустрічі 5 студентка 4 курсу Бортняк Д. показала її роботу в режимі реального часу. Активно розвивається внутрішньо-університетська система SMART-університет, розроблена випускником ЗУНУ, а наразі очільником відділу цифрової трансформації Іваницьким Н. Система вже зараз інтегрована з Дією, а в майбутньому планується її модернізація в частині електронного розкладу, кабінету працівника та документообігу (який здійснюється через «Документ»). За словами директора навчально-наукового центру з організації освітнього процесу Надвичного С. (зустріч 8), SMART-університет поданий на патентування, що дозволить у майбутньому монетизувати дану розробку. Всі приміщення ЗВО, продемонстровані ЕГ, мають сучасний ремонт, обладнані комп'ютерними класами з проекторами та іншим необхідним обладнанням (детально див. у табл.1 самооцінки). Надається безкоштовний доступ до Wi-Fi, створені зони відпочинку. Укладені угоди з системою UniCheck та Zoom. Працюють п'ять гуртожитків, що, за словами проректора з науково-педагогічної роботи Островерхова В. (зустріч 2), є додатковим фактором привабливості для абітурієнтів. ЗУНУ також має спортивний центр, актову залу на 685 посадкових місць, медичний пункт та їдальню, яка обслуговується студентами спеціальності «Готельно-ресторанна справа» під час проходження практики. Кафедра має нейролабораторію, обладнану eye-tracker та енцефалографом з безкоштовним доступом до платформи обробки інформації для 530 навч. проектів на рік. Лабораторія має сучасну апаратуру для відео та аудіо-зйомки: фотобокси, штативи, фотоапарати, тримачі, мікрофони, лампу відслідковування руху людини, міні-суфлер тощо. За словами студентів (зустріч 5), навчальні заняття часто проходять тут, й вони можуть використовувати наявне обладнання навіть у позааудиторний час. Останнім надбанням ЗУНУ є імерсивний мультифункціональний хаб з доповненою реальністю (<https://cutt.ly/Hw32QCWI>), запроваджений за підтримки Міністерства цифрової трансформації у грудні 2023 року. Він обладнаний планшетами, інструментами для створення голограм, цифровою дошкою та окулярами доповненої реальності (<http://surl.li/sgofm>). Разом з нейролабораторією він зможе перетворити ЗУНУ на потужний центр наукових нейродосліджень.

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 акредитаційної експертизи ЕГ пересвідчилась у тому, що ЗВО надає безкоштовний доступ до МТБ всім учасникам освітнього процесу, про що детально сказано у п.7.1 звіту ЕГ. Підсумовуючи, можна сказати, що здобувачі освіти, НПП та адміністрація ЗВО мають безкоштовний доступ до: - інфраструктури ЗУНУ: корпуси, бібліотека, укриття, актовий зал, спортивний центр, їдальня, медпункт, Wi-Fi; - інформаційних ресурсів ЗУНУ: системи Moodle, Smart-університет, Документ, через персональний доступ, міжнародні наукометричні бази даних, репозиторій повнотекстових документів та електронної бази підручників через бібліотеку, системи UniCheck для першої перевірки документів на плагіат.

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.

У сучасних умовах воєнного стану поняття безпеки слід розглядати з двох аспектів: фізичної та соціально-психологічної й ментальної безпеки. З точки зору фізичної безпеки навчальні корпуси та бібліотека відповідають санітарним нормам та правилам протипожежної безпеки, що підтверджено відповідними документами. Наявні зони відпочинку, спортивний центр, їдальня, медпункт. Бібліотека та інші корпуси ЗУНУ мають гарно обладнані укриття з незалежними входами, що підвищує їхню безпечність у випадку бомбардування. Так, укриття головного корпусу та навчального корпусу 3, де проходять навчання за ОП, мають по два входи та міні-аудиторії, які дозволяють продовжувати навчання навіть під час повітряних тривог. У головному корпусі наявний дефібрилятор. Діє система оповіщення про повітряну тривогу. На результатах опитування 94% респондентів вважають укриття безпечними, а 92% - комфортними. Загалом 83% вважають рівень безпеки організації освітнього процесу в ЗУНУ високим (<http://surl.li/sgpim>). З точки зору соціально-психологічної й ментальної безпеки у ЗУНУ діє Молодіжний клуб соціально-психологічної підтримки та розвитку "ALTER EGO" та школа професійного розвитку "АКМЕ". За результатами опитування, здобувачі освіти не відчують, що їхній соціальний статус, фінансові можливості, політичні та релігійні погляди впливають на об'єктивність оцінювання їхніх знань (<http://surl.li/sgfro>). У структурі ЗУНУ створений навчально-науковий центр соціально-психологічної підтримки та резильєнтності, «створений з метою формування стресостійкості особистості у різних сферах її життєдіяльності» (<http://surl.li/lyxal>). За словами очільниці (зустріч 9), центр створений за підтримки ізраїльських колег, які в силу геополітичних реалій спеціалізуються на розробці методик адаптації та резильєнтності (<http://surl.li/sgpzgz>). Центр проводить тренінги самопомогі, лідерства, індивідуальні та групові консультації. Є телефон довіри. Проходять екскурсії для першокурсників. На сторінці центру надаються поради студентам, кураторам та іншим НПП. За результатами опитування 88% здобувачів ОП знають про існування центру, проте звертались по допомогу психолога лише 6%. За словами очільниці центру, вони не стикались з випадки ПТСР, проте анкетування показує, що найбільш поширеними емоціями студентів є тривога (42%), бажання допомогти іншому (43%) та переживання з приводу життя та здоров'я близьких (43%), що є загрозливим, але очікуваним результатом опитування під час війни (<http://surl.li/sqgfv>). Це виводить роботу центру на перший план в плані забезпечення відчуття психологічної захищеності та ментального здоров'я здобувачів освіти.

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

Під час акредитаційної експертизи ЕГ переконалась у студентоцентрованості навчання на ОП та в ЗУНУ в цілому. Позитивною практикою є дворівнева система кураторства, де на одному звичному рівні працюють НПП, а на іншому – студентські куратори з числа здобувачів старших курсів, які опікуються певною групою першокурсників. Також функціонують студентські декани факультетів, а органи студентського самоврядування почивають себе вільно в проявах ініціативи, яка зазвичай підтримується керівництвом ЗВО. Голова ради студентів ЗУНУ Прокопів В. під час зустрічі 7 повідомив про проведені дебати між факультетами та програму донорства «Кров вміє воювати», яка реалізується разом з тернопільським центром здачі крові. Такі активності сприяють соціальній адаптації здобувачів освіти. Офіційна інформація повідомляється через сайт ЗУНУ (<https://www.wunu.edu.ua/>), який, за словами ректора, згодом буде повністю переопрацьований (зустріч 2). Також джерелом інформування є системи Moodle, Smart-університет, Документ. ЗВО є також активним у соціальних мережах, що часто слугують основним джерелом інформації для молоді: Facebook (<http://surl.li/qexrm>), Instagram (<http://surl.li/qexry>), Telegram-бот (<http://surl.li/fjuvf>).

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

ЗВО робить зусилля по створенню комфортних умов навчання для осіб з особливими освітніми потребами, актуальність чого зростає з кожним роком через війну в Україні. Діє «Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення» (<http://surl.li/bfysq>). Позитивною практикою є наявність на сайті ЗУНУ (<http://surl.li/mlgua>) опції чорно-білого перегляду контенту для осіб з проблемами зору. Однак, сам контент сайту зазвичай орієнтований по широті, а нормативні документи подані як скани, а не конвертовані у PDF текстові документи, що значно ускладнює або унеможливує розпізнавання тексту програмами для читання вголос. Головний корпус ЗУНУ має окрему парковку для осіб з інвалідністю. Є кнопка виклику чергового прямо на вулиці. Обладнані пандуси для безперешкодного доступу, що відповідають санітарно-технічним нормам, як зазначено у «Звіті про обстеження щодо безперешкодного доступу до будівель, приміщень ЗУНУ осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення» (<http://surl.li/bfytk>). Таблички продубльовано шрифтом Брайля. Однак корпуси ЗУНУ, включаючи бібліотеку, не мають ліфтів, що ускладнює пересування людей з обмеженими фізичними можливостями. Для часткового вирішення цієї проблеми на 1 поверху бібліотеки та головного корпусу облаштоване спеціальні приміщення (або зони) для осіб з обмеженими потребами на 1 поверсі. Однак це не вирішує питання безперешкодного потрапляння до укриттів через сходи. Безумовно сильною стороною ОП та ЗВО загалом є введений в експлуатацію імерсивний мультифункціональний хаб з доповненою реальністю (<https://cutt.ly/Hw32QCWI>), який позиціонується Міністерством цифрової трансформації як база для наукових досліджень напрямів реабілітації українських бійців та осіб з обмеженими можливостями (<http://surl.li/sgonp>). Як було зазначено у п.7.1, при інтеграції з обладнанням нейролабораторії, інвестиціями у отримання комерційного доступу до платформи обробки даних та залученням відповідних фахівців з нейробіології та ІТ, даний хаб має всі перспективи перетворитись на потужний центр наукових нейродосліджень з можливостями монетизації його послуг.

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.

Вирішення потенційних конфліктних ситуацій у ЗУНУ регламентується двома документами: «Положенням про порядок врегулювання конфлікту інтересів» (<http://surl.li/beykv>) та «Положенням про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій» (<http://surl.li/beykw>). Учасники зустрічей загалом обізнані з процедурою вирішення конфліктів та в разі виникнення подібної ситуації можуть звернутись до куратора, гаранта ОП, деканату, адміністрації ЗВО та студентського самоврядування. Під час зустрічей ЕГ повідомили про факт розгляду конфлікту в гуртожитку, який не стосувався даної ОП, але проілюстрував дотримання визначених у ЗВО процедур. Позитивним є те, що студенти не відчують особливої дистанції з кураторами та НПП та при виникненні конфліктної ситуації у 56% випадків звернуться саме до куратора, а в 30% - до гаранта ОП чи завідувача кафедри. «Ми – сім'я», - сказав один здобувач освіти під час зустрічі з експертами.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Нова бібліотека площею 2200+м2 працює на засадах sustainability та має репозиторій на 50700 документів. Розвивається SMART-університет, інтегрований з Дією та поданий на патентування. Працює нейролабораторія, обладнана eye-tracker, енцефалографом та сучасною апаратурою для відео та аудіо-зйомки. Запущений імерсивний мультифункціональний хаб з доповненою реальністю, який стане базою для наукових досліджень напрямів реабілітації українських бійців та осіб з обмеженими можливостями. Функціонує навчально-науковий центр соціально-психологічної підтримки та резильєнтності. Створена дворівнева система кураторства з залученням НПП та студентів старших курсів.

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

Ускладнений доступ осіб з особливими потребами до верхніх поверхів корпусів ЗВО та укриттів через відсутність ліфтів, пандусів чи іншого спеціального обладнання. ЕГ рекомендує адміністрації ЗВО у 2024/25 н.р. забезпечити особам з особливими освітніми потребами можливість самостійного доступу до верхніх поверхів корпусів ЗВО та укриттів. Низький рівень usability сайту для осіб з вадами зору. ЕГ рекомендує відділу цифрової трансформації при перенесенні інформації на новий сайт враховувати принципи подання контенту з врахуванням потреб осіб з вадами зору.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Освітнє середовище та матеріальні ресурси ОПП «Маркетинг» повністю відповідають вимогам підкритеріїв 7.1-7.4 та 7.6 та мають достатній рівень узгодженості за підкритерієм 7.5 з несуттєвими недоліками, а саме ускладненим доступом осіб з особливими потребами до верхніх поверхів корпусів ЗВО та укриттів та низьким рівнем usability сайту для осіб з вадами зору. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, освітнє середовище та матеріальні ресурси ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Критерію 7.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Процедура розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП у ЗУНУ регламентується п'ятьма основними документами: «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://cutt.ly/Ow8jaOWx>), та новими редакціями (від 2022р.) «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти» (<https://cutt.ly/Tw8jdfY5>), «Порядку розробки освітніх програм» (<https://cutt.ly/aw8jd73i>), «Порядку перегляду (оновлення) освітніх програм» (<https://cutt.ly/9w8jgzBb>) та «Положення про гаранта» (<https://cutt.ly/ew8l6XeB>). За словами директора навчально-наукового центру моніторингу якості освіти та методичної роботи Шандрука С., в частині забезпечення якості освіти ЗУНУ дотримується принципу автономії гаранта ОП та кафедри. Створюється робоча група, яка у співпраці з іншими НПП, роботодавцями, здобувачами освіти тощо розробляє проєкт ОП. У березні гарант ОП презентує проєкт ОП на розширеному засіданні кафедри за участі запрошених стейкхолдерів, після чого він оприлюднюється на сайті ЗВО у розділі «Публічна інформація». Групою розробників ОП виділений місяць на зворотній зв'язок, який може бути отриманий через «Скриньку для пропозицій», прив'язану до електронної пошти гаранта, шляхом надання письмових рецензій та усних неформальних комунікацій. Під час зустрічей 5 та 6 здобувачі освіти та стейкхолдери наголошувати саме на такому способі. Слід відзначити, що проєкт на 2024/25 н.р. вже розміщений для обговорення (<https://cutt.ly/sw8jmR9Z>), що свідчить про дотримання прийнятих у ЗУНУ строків. Після завершення місячного терміну гарант готує аналітичний звіт за єдиним встановленим у ЗУНУ форматом, вносить зміни до опису ОП (за необхідності) та подає його на затвердження ректору ЗВО, який у червні його візує. Напр., опис діючої ОП 2023/24 н.р. затверджений 23.06.2023, тобто значно пізніше за затвердження Правил прийому до ЗВО. На зустрічі з Шандрук с. погодився з запізним стартом життєвого циклу ОП та запланував обговорення питання перенесення строків старту розгляду ОП на наступному засіданні Центру. Згідно «Порядку перегляду (оновлення) освітніх програм», опис ОП повинен переглядатись не рідше одного разу за повний курс навчання за ОП. За словами гаранта, фактично ОП переглядаються щорічно з обов'язковим оновленням структури ОК. Так, проєкт 2024/25 н.р. не відрізняється від опису 2023/24 н.р. в частині обов'язкових ОК. Позитивною практикою є винесення на публічне обговорення також переліку вибіркового навчальних дисциплін, який наразі налічує 485 ОК (<https://cutt.ly/Uw8ke8Cl>).

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.

Здобувачі освіти залучені до перегляду ОП як студенти, члени групи розробників ОП та представники студентського самоврядування. У першому випадку йдеться про регулярні опитування, які двічі на рік проводить ЗУНУ (<https://cutt.ly/rw8kysji>). Студентам пропонується шість анкет, які вивчають: дотримання етичних норм поведінки (<https://cutt.ly/kw8kaCDP>), задоволеність організацією освітнього процесу (<https://cutt.ly/Cw8kWgFi>), успішності адаптації першокурсників до навчання в ЗВО (<https://cutt.ly/Vw8kTi3D>), об'єктивність оцінювання (<https://cutt.ly/5w8kUINc>), задоволеність методами навчання і викладання (<https://cutt.ly/qw8kOEmT>) та поточний соціально-психологічний стан (<https://cutt.ly/Tw8kANTT>). Останнє масштабне опитування проведено в період 27.11-08.12.2023. Тобто фактично у тижневий термін здобувачі освіти 2-4 курсу мали заповнити 6 анкет з загальним числом питань у 72, а першокурсники - 83. Окремо викладачі також проводять свої опитування в розрізі ОК. Напевно тому на зустрічі 5 прозвучала фраза: «ми постійно заповнюємо якісь анкети». Така інтенсивність анкетування ризикує перетворити його на формальність, коли респонденти будуть механічно відповідати на запитання для пришвидшення процесу. На думку ЕГ кафедри доцільно переглянути підхід до отримання зворотного зв'язку від студентів з метою уникнення його формалізації. При цьому можливо застосувати наявні ресурси ЗВО та компетентності НПП щодо проведення маркетингових та нейродосліджень для переходу до інших способів опитування (напр., фокус-груп, індивідуальних опитувань з використанням нейро-обладнання тощо). Іншим способом залучення студентства до забезпечення якості ОП є запрошення до складу розробників. Так, до складу групи розробників ОП 2023/24 н.р. входить Окотруб Д., який у проєкті 2024/25 н.р. фігурує як випускник. До групи включена студентка 4 курсу Ладюк Є, яка під час зустрічі 5 поділилась досвідом надання пропозиції щодо посилення обов'язкової частини навчального плану ОК з веб-дизайну, враховуючи заявлений фокус ОП на інтернет-маркетингу. Однак її пропозиція була відхилена з обґрунтуванням неможливості розширення переліку обов'язкових дисциплін за рахунок вибіркового. Студентське самоврядування також залучається до процесу формування та

реалізації політики забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти згідно пп.8.6.6 та 18.3.3 «Положення про організацію освітнього процесу».

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

П.3.1. «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти» бачить роботодавців «координаторами із забезпечення якості вищої освіти», а вищезгаданий п.18.3.3. «Положення про організацію освітнього процесу» передбачає залучення ради роботодавців до формування та реалізації процедур забезпечення якості в ЗУНУ. ЗВО затвердило «Положення про раду роботодавців» 01.02.2024р. (<https://cutt.ly/hw8l4DTL>) та передбачило ним участь у моніторингу та аналізі освітніх програм ЗВО та розбудові внутрішньої системи забезпечення якості освіти як одне з завдань ради роботодавців (п.2.2 Положення). Представники ринку праці також входять до складу групи розробників ОП. В описі ОП 2023/24 н.р. це Пастух С., директор ТзОВ «Віртідо», а у проєкті ОП 2024/25 н.р. – Кудлак Г., керівник відділу маркетингу «SaaSJet». Остання взяла участь у зустрічі 6. Під час інтерв'ю з ЕГ (зустріч 6) роботодавці підтвердили свою участь у формуванні ОП з маркетингу. Зокрема, представник диджитал-агенції «Star Way» Грижак В. надавав пропозиції щодо проєкту ОП в частині посилення практичної підготовки здобувачів освіти та введення ОК інтернет-маркетингової спрямованості (таргетування, зйомка роликів для youtube). Співзасновник іншої диджитал-агенції «Koala Masters» Лучик М. також рецензував ОП та повідомив, що його пропозиції були повністю враховані. Аналогічно SMM-менеджер ТОВ «Маркетинг-центр «Далі» Возьна І. пропонувала ввести ОК Маркетингові комунікації, що також було враховано. Загалом стейкхолдери відзначили свій тісний зв'язок з випусковою кафедрою та її готовність не тільки отримувати, але й враховувати рекомендації представників ринку праці. Таким чином, як було відзначено у розділі 1 звіту ЕГ, ОП може вважатись стейкхолдероцентрованою. За результатами опитування 7 роботодавців у період 27.11-08.12.2023р. (<https://cutt.ly/zw8zseAo>), 86% повністю, а 14% частково задоволені змістом ОП. Всі опитані вважають ОП актуальною та сучасною та залучаються до її перегляду. Також респонденти демонструють високу обізнаність у сучасній термінології, зокрема поняттях «компетентність», «ПРН», «індивідуальна освітня траєкторія» тощо, що також є свідомою участю у системі забезпечення якості ОП.

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

ОП «Маркетинг» відкрита у ЗУНУ у 2017 році, тож має три випуски бакалаврів. За словами гаранта ОП, до 50% продовжують навчання в магістратурі. У зустрічі 10 взяли участь випускники всіх років, які всі отримали ступінь магістра та працевлаштовані за спеціальністю. На запитання ЕГ про випадки працевлаштування поза межами спеціальності, один з випускників зазначив, що йому «не цікаві люди, які не займаються маркетингом». Випускниця ОП 2022р. Обшарська О. поділилась своїм досвідом рецензування проєкту ОП та надання пропозицій щодо її вдосконалення. Таким чином, всі учасники зустрічі підтвердили свій зв'язок з кафедрою, який реалізується переважно через особисті контакти з колишніми викладачами. Формалізоване опитування випускників наразі не проводиться. Не створений також клуб випускників, можливо через молодий вік ОП. Випускники також залучаються до складу групи розробників ОП. Як було зазначено у п.8.1, у проєкті 2024/25 н.р. це колишній студент Окотруб Д., маркетолог «ELEYUS». У діючій ОП випускників представляє Щербина Ю., маркетолог «SaaSJet» та «Wise Solution».

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

У ЗУНУ створений та потужно функціонує Навчально-науковий центр моніторингу якості освіти та методичної роботи (<https://cutt.ly/jw8zTrFV>). Його очільник взяв участь у 5 зустрічах з ЕГ, включаючи зустріч з групою розробників ОП та авторів звіту про самооцінку. Під час багатьох інших інтерв'ю учасники також часто посилались на голову Центру, що говорить про те, що питання якості та методики освіти є пріоритетним у ЗУНУ. Фактично Центр не тільки скеровує гарантів та групи розробників освітніх програм, а й бере безпосередню участь у підготовці звітів самооцінки. Центром підготовлена низка документів, у яких детально покроково розписана процедура розробки та перегляду ОП (див. п.8.1 звіту ЕГ). Позитивною практикою є запроваджений протягом останніх двох років пост-акредитаційний моніторинг. На сайті ЗВО створено сторінку «Ліцензування та акредитації» (<https://cutt.ly/lw8zDp9u>), де можна переглянути результати всіх акредитацій у ЗУНУ з 2019 року, включаючи звіти ЕГ, ГЕР та рішення Національного агентства. Це дає змогу відслідковувати та аналізувати рекомендації до аналогічних ОП або загалом по ЗВО, особливо в розрізі загальноуніверситетських критеріїв. Подібний моніторинг у т.ч. виявив необхідність затвердження або перегляду певних нормативних документів ЗВО, багато з яких було введено в дію в 2022-2024 році. Зміни до «Положення про гаранта освітньої програми» наразі проходять публічне обговорення (<https://cutt.ly/jw8zKiWv>), тобто процес модернізації нормативної бази ЗВО в частині забезпечення якості освіти продовжується.

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

Започаткована у 2017 році, ОП пройшла першу акредитацію у 2019 році. Рекомендації стосувались розширення співпраці з роботодавцями, вдосконалення МТБ кафедри та активізації її роботи в частині виконання науково-дослідних робіт, у т.ч. за участю здобувачів освіти. Відомості самооцінки містять вичерпну інформацію щодо врахування результатів попередніх акредитацій при перегляді ОП (с.21). Під час експертизи ЕГ пересвідчилась у тому, що результати зовнішнього моніторингу якості належним чином аналізуються та враховуються під час перегляду ОП.

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

ЗУНУ є достатньо молодим класичним університетом, який за практично 60 років свого існування виріс з відділення факультету у 1966р. до класичного ЗВО у 2020р. (<https://cutt.ly/ew8z7LdP>). Наразі у ЗВО навчається 17 тис. осіб, серед них близько 1400 – на факультеті економіки та управління. ОП реалізуються на 130 спеціальностях, у т.ч. 44 на ОС бакалавр, 33 – магістр, 23 – доктор філософії, 14 – доктор наук. Тож можна говорити про створення потужного центру безперервної підготовки фахівців. Забезпечення якості надання освітніх послуг на рівні європейських і світових стандартів визначено як стратегічну ціль №1 (<https://cutt.ly/rw8xwMW3>). Таким чином, можна стверджувати, що у ЗВО сформована культура якості, яка сприяє постійному розвитку ОП та освітньої діяльності за ОП.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

Навчально-науковий центр моніторингу якості освіти та методичної роботи є стрижнем ЗУНУ, навколо якого будуються інші структурні підрозділи, що організовують та адмініструють освітній процес. Стейкхолдери не просто долучаються до оновлення ОП, а фактично створюють її як рівноправні з групою розробників партнери.

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

Запізній початок процедури перегляду ОП, яка починається у березні та завершується підписанням опису ОП у червні, тобто значно пізніше затвердження Правил прийому до ЗВО. ЕГ рекомендує з 2024/2025 н.р. навчально-науковому центру моніторингу якості освіти та методичної роботи запровадити розгляд та затвердження оновлених ОП до оголошення правил прийому здобувачів до ЗВО. Занадто висока інтенсивність анкетування здобувачів освіти двічі на рік по 80+ запитань, яка ризикує перетворити його на формальність. ЕГ рекомендує з 2024/2025 н.р. кафедрі маркетингу переглянути підхід до отримання зворотного зв'язку від студентів з метою уникнення його формалізації. Відсутність формалізованої процедури зв'язку з випускниками через alumni-клуб та опитування випускників щодо їхніх кар'єрних траєкторій. ЕГ рекомендує з 2024/2025 н.р. гаранту ОП запровадити формалізовану процедуру зв'язку з випускниками.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Внутрішнє забезпечення якості ОПП «Маркетинг» повністю відповідає вимогам підкритеріїв 8.3, 8.5-8.7 та мають достатній рівень узгодженості за підкритеріями 8.1, 8.2 та 8.4 з несуттєвими недоліками, а саме: - підкритерій 8.1: запізній початок процедури перегляду ОП з її затвердженням пізніше Правил прийому до ЗВО; - підкритерій 8.2: занадто висока інтенсивність анкетування здобувачів освіти, яка ризикує перетворити його на формальність; - підкритерій 8.4: відсутність формалізованої процедури зв'язку з випускниками. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, внутрішнє забезпечення якості ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Критерію 8.

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.

У ЗУНУ визначено чіткі та зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Вони регулюються "Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ" (<http://surl.li/agzhy>), "Правилами внутрішнього розпорядку ЗУНУ" (<http://surl.li/euups>), "Статутом ЗУНУ" (<http://surl.li/euugb>) та іншими нормативними документами закладу вищої освіти (<http://surl.li/gvcqt>), (<http://surl.li/diyjh>). Всі документи розміщені у вільному доступі на офіційному сайті. Під час зустрічей з учасниками освітнього процесу, ЕГ було встановлено, що персонал ЗВО та учасники освітнього процесу керуються відповідними положеннями, що регулюють їх діяльність. Усі нормативні документи, у тому числі вищезазначені, опубліковані на офіційному сайті ЗВО.

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.

Як зазначила гарант ОП, кафедра маркетингу щороку оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті відповідний проект із зазначенням скриньки (електронної пошти, прив'язаної до гаранта) з метою отримання зауважень та пропозицій щодо оновлення ОП від зацікавлених сторін. Проект знаходиться на сайті не менше місяця у розділі «Публічна інформація - □ Публічне обговорення». Наявність вкладок «Забезпечення якості освіти», «Освітні програми» та «Ліцензування та акредитація» значно ускладнює процес пошуку проекту ОП. Після завершення місячного терміну, зібравши всі пропозиції та зауваження проводиться обговорення ОП перед її затвердженням. На зустрічі зі стейкхолдерами було підтверджено, що їх пропозиції та зауваження приймаються до обговорення та реалізуються в освітній програмі ""Маркетинг"". По завершенню обговорень та ухваленню ОП на офіційному сайті ЗУНУ публікуються результати цих обговорень із зазначенням отриманих пропозицій від зацікавлених сторін та ухвалених відповідно до них рішень. Окремо ЕГ відзначає, що у ЗВО наявна практика розміщення проектів й інших документів для публічного обговорення. Так, наразі таке обговорення проходять «Зміни до Положення про гаранта освітньої програми» (cutt.ly/jw8zKiWv). На сторінці розміщено посилання на скриньку пропозицій, прив'язану до електронною пошти очільника Навчально-наукового центру моніторингу якості освіти та методичної роботи.

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.

ЗУНУ своєчасно оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті точну та достовірну інформацію про освітню програму в достатньому для інформування стейкхолдерів та суспільства обсязі. На зустрічах зі стейкхолдерами та випускниками було встановлено, що ЗВО веде активну співпрацю із зацікавленими сторонами, зокрема по ОП "Маркетинг, у тому числі з роботодавцями, бізнесом та своїми випускниками. Зацікавлені сторони своєчасно та в достатньому обсязі отримують інформацію про освітню програму та діяльність університету. ЕГ також відмічає загалом активну публікацію на офіційному сайті ЗВО.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Винесення проектів документів (положень, правил тощо) та переліку вибіркового дисциплін на публічне обговорення з подальшою публікацією результатів таких обговорень.

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

Ускладнений доступ до проектів описів ОП через складну навігацію офіційного сайту ЗУНУ. ЕГ рекомендує відділу цифрової трансформації при переході на новий сайт забезпечити простий доступ до проектів описів ОП.

Рівень відповідності Критерію 9.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Прозорість та публічність на ОПП «Маркетинг» повністю відповідає вимогам підкритеріїв 9.1 та 9.3 та має достатній рівень узгодженості за підкритерієм 9.2 з несуттєвими недоліками, а саме ускладненим доступом до проектів описів ОП через складну навігацію офіційного сайту ЗУНУ. Враховуючи узгодженість за всіма підкритеріями з несуттєвими недоліками, прозорість та публічність на ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Критерію 9.

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 напряміві 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.

Спостереження щодо процедури проведення акредитації: Під час проведення акредитаційної експертизи на початку кожної зустрічі ЕГ задавала запитання учасникам щодо використання їх ПІБ у звіті ЕГ, а саме: "Якщо хтось не бажає, щоб його прізвище згадувалось у звіті експертної групи, просимо про це повідомити зараз". Всі учасники зустрічей погодились з використанням їх ПІБ у звіті.

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	<i>не застосовується</i>

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

Додатки до звіту:

Відсутні

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Кочкіна Наталія Юріївна

Члени експертної групи

Городняк Ірина Василівна

Дуліда Дан Олександрович