

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Західноукраїнський національний університет
Освітня програма	22002 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
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	22002
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Лишенко Маргарита Олександрівна, Чернишова Тая Валеріївна, Вдовічена Ольга Геннадіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	31.10.2022 р. – 02.11.2022 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://www.wunu.edu.ua/opp/licenzuvannya_acredutatsia/acr_2mr/2022/marketung/Vidomosti_pro_samootsiniuvannia_marketynh.pdf
Програма візиту експертної групи	https://www.wunu.edu.ua/opp/licenzuvannya_acredutatsia/acr_2mr/2022/marketung/programa_vizutu_M.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

За результатами експертної оцінки визначено, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» відповідає потребам сучасного ринку праці та запитам роботодавців, є актуальною, враховує галузевий і регіональний контексти, її цілі, мета та ПРН корелюють із місією та стратегічними напрямками розвитку ЗУНУ та вказують на її фокус. Тісна співпраця зі стейкхолдерами дозволяє моніторити зміни у запитах на ринку праці та своєчасно реагувати оновленням ОП. Зміст ОП відповідає предметній області, цілям та об'єктам вивчення заявленої спеціальності, дає можливість формувати необхідні компетентності майбутнього фахівця. Структура ОП є узгодженою, зміст ОК, методи викладання та навчання спрямовані на досягнення цілей та ПРН, структура дає можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію здобувачів. Освітніми компонентами ОП передбачено формування у здобувачів вищої освіти необхідних компетентностей (в тому числі soft skills), а обсяг ОП дозволяє досягти цілей та ПРН. Здобувачі ознайомлені з цілями, змістом, очікуваними результатами навчання, порядком та критеріями оцінювання, формами контрольних заходів, процедурою врегулювання конфліктів, оскарження результатів та принципами академічної доброчесності. Методи навчання і викладання відповідають студентоцентрованому підходу та принципам академічної свободи. Освітнє середовище, матеріальні ресурси, навчально-методичне забезпечення освітнього процесу забезпечують досягнення цілей та ПРН за ОП «Маркетинг» та доступні для всіх учасників освітнього процесу. На офіційному сайті ЗУНУ у вільному доступі розміщені необхідні нормативні документи які регулюють освітній процес. Існуюча система забезпечення якості освіти ЗУНУ базується на регламентованій процедурі розроблення, затвердження, перегляду та моніторингу ОП Маркетинг, дана процедура здатна забезпечувати якісну освіту. НПП приймають активну участь в програмах міжнародного стажування та підвищення кваліфікації. Конкурсний добір НПП є прозорим та відкритим, здатний сформувати якісний склад НПП для ОП. Випускова кафедра має системні та налагоджені стосунки з роботодавцями та стейкхолдерами ОП. Учасники освітнього процесу обізнані про свої права та обов'язки, а реалізація ОП базується на засадах прозорості та публічності. Моніторинг задоволеності здобувачів методами навчання та викладання проводиться регулярно, результати враховуються під час перегляду ОП.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

Сильними сторонами та позитивними практиками можна вважати: розширення ПРН та переліку спеціальних (фахових) компетентностей, що підсилює базові вміння та навички фахівців-маркетологів у сфері технологій Інтернет маркетингу; зміст ОП має чітку структуру; перелік компонент ОП та послідовність їх вивчення дозволяють здобувачам набути компетентностей (в тому числі soft skills), досягти цілей та ПРН; структура ОП забезпечує формування індивідуальної освітньої траєкторії; підтримується постійна співпраця зі стейкголодерами; методи навчання і викладання на ОП обґрунтовані, інтерактивні, сприяють досягненню мети та ПРН, сформовані за принципом студентоцентризму; платформа дистанційного навчання Moodle повною мірою дає змогу забезпечити якісне навчання в умовах дистанційної роботи, що особливо актуально в умовах часткових карантинних обмежень та військових загроз; університет тісно співпрацює з іноземними ЗВО, розвинута міжнародна мобільність; форми контрольних заходів та критерії оцінювання, є чіткими, зрозумілими та доступними для всіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність оцінювання, включають процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів; академічна кваліфікація викладачів забезпечує досягнення визначених цілей та ПРН, система матеріального та морального заохочення НПП стимулює їх постійно до підвищення власної викладацької майстерності. Процедура конкурсного добору є відкритою, прозорою і дозволяє забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму; активне залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу та удосконалення ОП; розвинена інфраструктура закладу, що забезпечує комфортне середовище для життя, навчання та саморозвитку здобувачів вищої освіти, в тому числі на ОП «Маркетинг»; вільний безперешкодний онлайн доступ до навчальної, та наукової літератури, навчально-методичного забезпечення для здобувачів вищої освіти поза межами закладу (що актуально в умовах карантинних обмежень та військового стану); багатовекторна (освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна) підтримка здобувачів; в академічній спільноті ЗУНУ сформульовано культуру якості та доброчесності; розроблені та впроваджені процедури дотримання академічної доброчесності шляхом перевірки наукових, курсових та кваліфікаційних робіт на плагіат (Unicheck); всі нормативні документи є у вільному доступі на сайті ЗУНУ, інформація чітка та зрозуміла; на сайті розміщено інформацію про ОП «Маркетинг» в обсязі достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін; залученість стейкголдерів до перегляду ОП та врахування їх пропозицій; наявність відгуків про діяльність кафедри маркетингу, що дає змогу отримати уявлення про практичну цінність роботи кафедри маркетингу.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

ОК ОП потребують доопрацювання, розширення змістових частин з врахуванням непередбачуваних викликів; не чіткою є процедура вибору ОК із загального універ./факульт. каталогу, що звужує можливості вибору здобувачів ОК. Структурно-логічна схема ОП не дає можливості зрозуміти на які семестри припадають конкретні ОК, у якому семестрі і в якому обсязі передбачено вибір ОК. В переліку обов'язкових ОК відсутні дисципліни, які підсилюють унікальність ОП, в програмі переддипломної практики не містяться завдання та РН, які формують унікальність ОП. Положення про систему запобігання плагіату потребує доопрацювання в частині «академ. відповідальність»; академ. та проф. кваліфікація окремих викладачів, не повною мірою відповідає профілю ОК, що закріплені за ними;

наявність спец. навчального програмного забезпечення для спеціальності лише в демо-версіях; функції та діяльність «Клубу маркетингологів» чітко не визначені; відсутність у силабусах ОК визначених РН, що унеможливило оцінку даних результатів при виборі дисципліни у випадку якщо силабус не доповнений РП. Рекомендовано гаранту та проектній групі: у 2023 р. під час наступного перегляду ОП для розширення перспектив розвитку, варто враховувати можливі виклики зовнішнього середовища (військові/пандемічні) при формуванні ПРН, що дасть змогу адаптувати фахівців до складних умов роботи; в 2022/2023 н. р. з 1 по 20 чис. 1-го міс. ознайомити студентів з переліком загальноуніверситетських дисциплін; до початку 2023/2024 н.р під час чергового перегляду ОП, удосконалити структурно-логічну схему, відобразити в ній семестри, кількість кредитів по ОК; у 2023/2024 н.р. під час наступного перегляду Програми переддипломної практики відобразити завдання та РН, які формують унікальність ОП; з метою розширення можливостей освітнього процесу протягом навч. року залучити здобувачів до участі у неформ. освіті, популяризувати можливість проходження он-лайн курсів, таких як Coursera, Prometheus, а також враховувати (визнавати) дані результати; у 2023 р. розглянути можливість оновлення ОК та доповнення їх зміст. частинами які орієнтовані на формування вмінь та навичок роботи в критичних умовах пандемічних та військових викликів; до початку 2023/2024 н.р доопрацювати Положення про систему запобігання плагіату, конкретизувати частину про відповідальність за порушення академ. доброчесності; протягом 2023-2025 рр. скорелювати проф. та/або академ. кваліфікацію викладачів ОП до ОК публікаціями для вичерпного підтвердження таких кваліфікацій; до вересня 2025 р. пройти міжнародне стажування з фаху або підвищення кваліфікації НПП за профілем дисциплін; протягом 2022-2023 н.р. розглянути можливість встановлення спеціалізованого, ліцензованого програмного забезпечення саме для маркетингологів; розширити функції «Клубу маркетингологів», в 2022/2023 р. розробити відповідне положення, залучити до роботи гуртка здобувачів; до початку 2023/2024 н.р розмістити на сайті РП вибіркового ОК, або доопрацювати силабуси вибіркового ОК, зазначивши очікувані РН.

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.

Цілями освітньо-професійної програми «Маркетинг» є підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. В цілому цілі ОП відповідають меті та стратегічним завданням визначеним у Стратегії розвитку Західноукраїнського національного університету (далі ЗУНУ) на 2021-2025 роки (<https://cutt.ly/BNSDZRL>) і передбачають студентоцентроване навчання та викладання, міждисциплінарні дослідження, розвиток і вдосконалення навичок, формування сучасних наукових, професійних компетентностей, налагодження нових каналів комунікації на принципах взаємної довіри, створення умов для постійного розвитку фахівців, які вміють критично мислити та комплексно вирішувати проблеми. Цілі навчання за ОП орієнтовані на формування у фахівців з маркетингу системи сучасних компетентностей, спроможності ефективно застосовувати набуті теоретичні знання і практичні навички, здатності до саморозвитку в професійному та особистісному ракурсах, підвищувати власну конкурентоспроможність корелюється з основною метою освітньої діяльності ЗУНУ – в частині: підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринках праці фахівців для наукових та освітніх установ, органів державної влади та управління, підприємств, яка забезпечує формування ключових компетентностей, потрібних для самореалізації, активної громадянської позиції здобувачів освіти, соціальної злагоди та здатності до працевлаштування (Статут ЗУНУ: <https://cutt.ly/7NSD1oY>). Освітньо-професійна програма (основний фокус) спрямована на формування та здобуття знань з маркетингу, через поєднання фахової теоретико-прикладної підготовки і інструментарію нейродосліджень поведінки споживача як в on-line середовищі, так і в of-line, моделювання і прогнозування маркетингу, управління рекламною діяльністю, в тому числі, роблячи наголос на он-лайн рекламних інструментах, володіння практичними навичками нейромаркетингових технологій, що відображено в тому числі у ЗК 2, ЗК 4, СК 9, СК 10-11. Врахування сучасних тенденцій розвитку маркетингу, які визначаються поєднанням інструментів класичного маркетингу, Інтернет-маркетингу та нейромаркетингу, орієнтація на діджиталізацію економіки та дослідження поведінки споживачів, визначає особливості даної ОП та окреслює її перспективи вдосконалення, дозволяє враховувати тенденції розвитку сфери Інтернет технологій та нейротехнологій в маркетингу. ЕГ відмічає, що ОП має чітко сформульовані цілі, які відповідають місії та стратегії ЗУНУ, мета та програмні результати навчання визначені в ОП «Маркетинг» чітко сформульовані, вказують на її фокус і взаємоузгоджуються зі Стратегією розвитку ЗУНУ на 2021-2025 рр.

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

Під час зустрічей із ЕГ закладом було продемонстровано, що співпраця зі стейкхолдерами, залучення їх до проектування ОП, формування цілей ОП, ПРН та компетентностей має реальний характер. За даною ОП, здобувачі та випускники брали участь у розширених засіданнях кафедри, де відбувалося обговорення проекту ОП (<https://cutt.ly/BNSFJeJ>), за результатами складено аналітичний звіт (<https://cutt.ly/XNSF9b3>) який є у вільному доступі на сайті та оновлено каталог вибіркового дисциплін (<https://cutt.ly/bNSGe8a>). Найвні позитивні рецензії на ОП роботодавців, практиків та представників академічної спільноти: д.е.н., проф. М. Окландер НУ «Одеська політехніка»; к.е.н., доц. О. Боєнко - ДНУ ім. В. Стуса; д.е.н., проф. В. Фалович ТНТУ ім. І. Пулюя; Т. Чубак – дир. з розвитку ТРЦ «Подільяни»; випускника програми С. Озімко дир. маркетингової агенції «ДАЛІ». Пропозиції роботодавців та практиків обговорювались на розширених засіданнях кафедри за участю робочих груп (прот.: № 7 від 16.05.2022 р.; № 8 від 01.06.2022 р.), науково-методичної ради ЗУНУ(прот. № 5 від 15.06.2022 р.) і враховані під час формування ОК ОП, а саме: в межах вивчення ОК 5, розроблено тематичні питання, які би враховували рекомендації із управління емоційним інтелектом та стресостійкістю, здатність адаптуватися майбутньому спеціалісту-маркетологу до різноманітних ринкових диспропорцій (Т. Чубак – дир. з розвитку ТРЦ «Подільяни», м. Тернопіль); скореговано мету ОП з урахуванням сучасних викликів цифровізації суспільства, використання інструментів штучного інтелекту та нейромаркетингу в практичній діяльності сучасного маркетолога (С. Озімко дир. маркетингової агенції «ДАЛІ»); відкореговано НП: перенесено ОК1 з другого у перший сем., розширено тематику кваліфікаційних робіт з урахуванням унікальності ОП (голова ГЗС, член НМК сектору вищої освіти НМР МОН 075 «Маркетинг». д.е.н., проф. Т.Борисова); підсилено формування ПРН12 в частині змістового наповнення ОК3 «Моделювання і прогнозування маркетингу» (зав. каф. маркетингу та бізнес-аналітики Донецького національного університету імені Василя Стуса, к.е.н., доц. О. Боєнко); за пропозицією випускника ОП С.Онищука, розширено каталог вибіркового дисциплін, зокрема введено дисципліну «Розробка сайтів і WEB аналітика»; формування в ОП додаткових ПРН 16-17 (представники органів місцевого самоврядування та органів державної влади, ВНЗ «Полтавський університет економіки і торгівлі», Національного університету «Одеська політехніка», онлайн платформа CASES, ТОВ «БІХАЙВЕОР», практики-маркетологи у статусі ФОП).

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 та ПРН за ОП «Маркетинг» (<https://cutt.ly/BNSFJeJ>) враховують тенденції розвитку ринку праці та спеціальності, а також корелюють з вимогами до сучасного маркетолога. Зокрема ПРН 3, ПРН 15, ПРН 16, ПРН 17 зосереджують увагу на таких вимогах ринку праці як: вміння здійснювати збір необхідних даних аналізувати результати досліджень і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності із застосуванням сучасних та інноваційних методів, спеціалізованого програмного забезпечення; обирати оптимальні маркетингові рішення, розробляти та впроваджувати маркетингові заходи в Інтернеті, які необхідні ринковим суб'єктам, застосовуючи інноваційні управлінські прийоми, методи, підходи, принципи. Під час зустрічі з ЕГ запрошені роботодавці і практики підтвердили гостру потребу у фахівцях за спеціальністю «Маркетинг» відмітивши те, що ПРН 1-5, 7, 10, ПРН 12-13, ПРН 15-17 корелюються їх вимогами. Під час формулювання цілей та ПРН ОП враховано галузевий та регіональний контекст про що свідчить співвідношення ПРН зі страт. цілями і пріоритетами визначеними у Стратегії розвитку Тернопільської обл. на 2021-2027 рр. (<https://cutt.ly/jNSo4lm>), мета якої перетворення Тернопільщини в конкурентоспроможний регіон сталого розвитку, де поєднуюватимуться інноваційна високотехнологічна промисловість, екологічне господарство, оздоровчий та історичний туризм, безпечне довкілля та досягнуто високих стандартів життя людей. Саме на ці аспекти зорієнтований зміст усіх ОК, що забезпечують досягнення ПРН, а особливо ПРН10-17. У проекті Уряду «Цифрова держава» (<https://cutt.ly/iNS2oOh>) передбачено, що управління держави здійснюється в тому числі за допомогою цифрових технологій, ПРН16 та ПРН17 сприяють реалізації цього проекту цифрової трансформації, що підтверджує актуальну орієнтацію ОП на галузевий контекст. Цілі та ПРН ОП відображають особливості галузевого та регіонального контексту для спеціальності 075 Маркетинг через ПРН 1-15 та особливості ОП через ПРН 16-17. Під час зустрічей ЕГ з гарантом та академічним персоналом підтверджено, що під час формування цілей та ПРН за ОП «Маркетинг» враховувався досвід вітчизняних ЗВО: НУ «Львівська політехніка», НУ «Одеська політехніка», ВНЗ «Полтавський університет економіки і торгівлі», а саме схожу змістову частину обов'язкових ОК 1, ОК 4-5 було оновлено та доповнено. Досвід Master of Science in Analytics в University of Glasgow, Czech Technical University in Prague, Universität Zürich, Wrocław University of Economics враховувався при формуванні ОК1, ОК4-7 в результаті чого ОП була орієнтована на вивчення технологій Інтернет маркетингу і сучасних моделей маркетингу, що є позитивною практикою за даною ОП. ЕГ підтверджує, що цілі ОП і РН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту та враховують досвід аналогічних вітчизняних та іноземних ОП.

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.

Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти було затверджено та введено у дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960. (<https://cutt.ly/pNDR9oL>) Перший набір на ОП «Маркетинг» за другим магістерським рівнем вищої освіти здійснено у 2017 році в Тернопільському національному економічному університеті (надалі – з 17 вересня 2021 року – Західноукраїнський національний університет, надалі – ЗУНУ), розробка ОП здійснювалась у відповідності до потреб Тернопільського регіону та галузевого спрямування ЗВО (наказ №471 від 27.06.2017р.). У 2019 ОП «Маркетинг» було переглянуто відповідно до прийнятого Стандарту вищої освіти України за даною спеціальністю та рівнем вищої освіти, затверджено на засіданні вченої ради ЗУНУ, введено в дію (наказ №440 від 26.06.2019р.) і вдосконалено у 2021 р. з урахуванням вимог зацікавлених сторін (наказ №234 від 27.05.2021р.). Нова редакція ОП «Маркетинг» 2022-2023 рр. затверджена вченою радою ЗУНУ (прот. № 9 від 15 червня 2022р) з урахуванням нових ринкових вимог до фахівців маркетингу, які працюватимуть у післявоєнних реаліях, і зможуть адаптуватись до масового переходу на цифрові продукти з метою мінімізації витрат. Так до ОП включено 2 додаткових програмних результати навчання (ПРН 16, 17). У відповідності до включених програмних результатів навчання було розширено перелік спеціальних (фахових) компетентностей, а саме, додано СК 10-11 Досягнення додаткових ПРН 16,17 забезпечується обов'язковими ОК 7-10. Аналіз ОП (мети, методів викладання та оцінювання, програмних компетентностей, ОК, форм атестації) дозволяють зробити висновок, що ОК ОП та їх логічна послідовність дозволяють досягти визначених ПРН які відповідають чинному Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг. ПРН 1-15, ЗК 1-8 і СК 1-9, що передбачені стандартом, а також СК10-11 та ПРН 16-17, що доповнені проектною групою ОП досягаються за рахунок обов'язкових ОК 1-10 ОП. Це підтверджено матрицею забезпечення ПРН обов'язковими компонентами ОП та матрицею відповідності програмних компетентностей відповідним компонентам ОП. Окрім визначених тимчасовим стандартом ПРН також відповідають вимогам НРК України 7-го кваліфікаційного рівня за такими дескрипторами: а) знання (ПРН 1, ПРН 9); б) уміння/навички (ПРН 2-4, ПРН 6-7, ПРН 10, ПРН 12., ПРН 15, ПРН 17); в) комунікація (ПРН 5, ПРН 8, ПРН 14); г) відповідальність і автономія (ПРН 3, ПРН 6, ПРН 11, ПРН 13, ПРН 16).

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

Сильними сторонами та позитивними практиками можна вважати розширення ПРН та переліку спеціальних (фахових) компетентностей, що підсилить базові вміння та навички фахівців-маркетологів у сфері технологій Інтернет маркетингу.

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

Недоліків за даним критерієм виявлено не було, проте задля розширення перспектив розвитку програми варто у 2023 р. під час наступного перегляду ОП враховувати також можливі виклики зовнішнього середовища (військові/пандемічні тощо) при формуванні ПРН, що дасть змогу адаптувати фахівців-маркетологів до складних умов роботи.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

За результатами експертної оцінки визначено, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» має достатній рівень відповідності якісним характеристикам Критерію 1. Освітньо-професійна програма відповідає потребам сучасного ринку праці та запитам роботодавців, є актуальною, враховує галузевий і регіональний контексти. Цілі освітньо-професійної програми, її мета та ПРН корелюють із місією та стратегічними напрямками розвитку ЗУНУ та вказують на її фокус. Співпраця зі стейкхолдерами дозволяє моніторити зміни у запитах на ринку праці. Експертною групою прийнято наступне рішення: за критерієм 1 залишити рівень В.

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).

Аналіз ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти (<https://cutt.ly/dNV3Nad>) показав, що обсяг ОП становить 90 кредитів ЄКТС (2700 год), що відповідає вимогам ЗУ «Про вищу освіту» (ст.5). Обсяг обов'язкових ОК, спрямованих на формування компетентностей, визначених стандартом вищої освіти, становить 67 кредитів ЄКТС (74,4%). В тому числі “Цикл загальної підготовки” - 10 кредитів (14,9 %), “Цикл професійної підготовки” - 57 кредитів (85,1 %), переддипломна практика становить 15 кредитів (ОК 9), підготовка до захисту кваліфікаційної роботи та її захист 15 кредитів (ОК 10). Експертна група дійшла висновку, що інформація коректна та відповідає змісту. Обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів, а також структура і зміст навчального плану знаходяться у відповідності один до одного та до вимог законодавства щодо навчального навантаження для магістерського рівня вищої освіти. У звіті про самооаналіз частка обсягу дисциплін за вибором становить 23 кредити ЄКТС, що відповідає вимогам законодавства і становить більше 25 % від загального бюджету часу та вимогам Положення про формування вибіркової частини навчальних планів в ЗУНУ (<https://bit.ly/3SSMg4j>). Обсяг окремих ОК відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для другого рівня освіти, стандарту вищої освіти України для другого (магістерського) рівня та Положенню про організацію освітнього процесу в Західноукраїнському національному університеті (<https://bit.ly/3kIkrlu>). Загальний термін навчання за програмою становить 1,4 роки.

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.

ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти (затверджена вченою радою ЗУНУ від 15.06.2022. (протокол №9) і введена в дію з 20.06.2022 наказ № 216) має чітку структуру, містить обов'язкові ОК, що включені до ОП (в т.ч. навчальні дисципліни ОК1-ОК7, міждисциплінарну курсову роботу – ОК 8; переддипломну практику ОК 9, підготовка до захисту та захист кваліфікаційної роботи – ОК 10) загальним обсягом 67 кредитів ЄКТС), які включають в себе цикл загальної підготовки (ОК1-ОК2), цикл професійної та практичної підготовки (ОК3 - ОК10) (<https://cutt.ly/dNXJTzj>). Кількість кредитів, відведених на одну дисципліну, відповідає навчальному плану на 2022-2023 навчальний рік. Обов'язкова та вибіркова складова становить 74,4 % до 25,6%, що і є відповідністю предметній області заявленої спеціальності. До теоретичного змісту предметної області відносять ОК 1 «Методологія наукових досліджень» та ОК 2 «Ділова іноземна мова». Програмні результати ПРН 1- ПРН 15 відповідають Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня (<https://bit.ly/3Eh1ou>), і забезпечуються ОК, які відносяться до обов'язкової складової частини ОП. В ОП (стор. 7-8) визначені фахові компетентності (СК10 - СК11) та програмні результати (ПРН16 - ПРН17), які відображають особливості ОП, які пов'язані з впровадженням маркетингових заходів та здійснення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернеті. ЕГ встановлено, що у ОК10 Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи та Захист кваліфікаційної роботи сформувані всі програмні результати (ПРН1 - ПРН17) (стор.11 ОП). В ОП, зокрема в структурно-логічній схемі не відображено кількість семестрів і в якому з них викладаються відповідні ОК, а також не відображено місце (семестр) вивчення вибірових ОК. Однак, ЕГ може констатувати, що зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», визначеним цілям та об'єктам вивчення, а перелік ОК та послідовність їх вивчення дозволяють здобувачам вищої освіти отримати необхідні компетентності, досягти заявлених цілей та досягти програмних результатів навчання.

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

Аналіз встановив, що зміст ОП визначається описом предметної області, що регламентується Стандартом вищої освіти України із галузі знань 07 “Управління та адміністрування” спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти » (<https://bit.ly/3Eh1ou>) . Вивчення ПРН, змісту ОК, методів навчання-викладання підтверджують певну відповідність ОП предметній області спеціальності 075, де об'єктом є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Теоретичний зміст предметної області складають: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови (ПРН1, ПРН2); специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків (ПРН7, ПРН10); зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу (ПРН 3, ПРН 4, ПРН 6, ПРН 11, ПРН 12). Здобувачами можуть бути досягнуті загальні і спеціальні (фахові) компетентності, зазначені у Стандарті вищої освіти за відповідною спеціальністю завдяки освітнім компонентам (стор. 7-8 ОП). Ознайомившись з навчальним планом, та змістом ОП ЕГ встановила, що ОП містить обов'язкові ОК, які формують професійні компетентності, які безпосередньо відповідають предметній області, інші ОК підсилюють фахові навички маркетолога. Вибіркові ОК переважно орієнтовані на поглиблення відповідності ОП предметній області спеціальності 075 «Маркетинг». Усі ОК за змістом безпосередньо пов'язані зі спеціальністю 075 Маркетинг, ОК1 “Методологія наукових досліджень” розглядається, зокрема, види і стадії наукових досліджень, цифрові платформи та знайомство із формами проектної діяльності у маркетингу. ОК 2 “Ділові комунікації (англійською мовою)” спрямована на формування англомовних комунікативних компетенцій у сферах ділового, академічного та професійного дискурсу в усній і писемній формах та розвиток вмінь і навичок активного використання сучасних форм і засобів комунікації для співпраці в міжнародному контексті. Інтерв'ювання та співбесіди зі здобувачами та роботодавцями підтвердили, що потреби в

оновлені ОП задовольняються, сама ОП переглядається з урахуванням сучасних тенденцій на ринку праці України. На підставі аналізів силабусів та робочих програм (<https://www.wunu.edu.ua/master-feu-op/>), проведених зустрічей з фокус групами ЕГ може констатувати, що зміст освітньо-професійної програми відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», цілям та об'єктам вивчення заявленої спеціальності та дає можливість для формування інтегральної компетентності майбутнього фахівця і має повну відповідність підкритерію 2.3.

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

Аналіз показав, що формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача, відображається у його індивідуальному навчальному плані і здійснюється відповідно до Положення про формування вибіркової частини навчальних планів в ЗУНУ (<https://bit.ly/3SSMr4j>), регулюється внутрішніми нормативно-правовими документами: Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ <https://cutt.ly/9NV7fWN>, Порядком та умовами обрання студентами вибіркового дисциплін <https://cutt.ly/3NV7cIs>. Всі документи розміщені на сайті ЗУНУ. У відповідності до Положень ЗУНУ навчальні дисципліни складають не менше 25 % від загального обсягу кредитів ЄКТС. Відповідно до обраних дисциплін формуються групи за максимальною кількістю здобувачів, які обрали певну дисципліну для ОС «Магістр» (як правило, не менше 15 осіб). Під час зустрічі із здобувачами освіти було встановлено, що вибір здійснюється з Каталогу вибіркового навчальних дисциплін, який розміщений на сайті (<https://cutt.ly/2NV7OAU>). Під час зустрічі студенти підтвердили, що на початку семестру їх інформують (гарант, куратор) про зміст вибіркового дисциплін, терміни і процедуру обрання, надають посилання на сайт. Відповідно, на зустрічі з НПП, здобувачами та студентським самоврядуванням директор ННЦ МЯОМР Шандрук С.К зазначив, що вибір здійснюється з 1 по 20 число 1-го місяця поточного навч. року (розділ «Студентське життя» (<https://bit.ly/3kGiTsv>) - «Вільний вибір дисциплін навчального плану». Однак, при вивченні відомостей самооцінювання визначено посилання лише на каталог вибіркового дисциплін професійного спрямування (<https://cutt.ly/2NV7OAU>), але не зрозуміла процедура вибору із загальноуніверситетського каталогу, що звужує можливості здобувачів у виборі дисциплін із гуманітарного або іншого блоку. Наявність регульованого механізму побудови індивідуальної освітньої траєкторії здобувача підтверджено під час бесід у фокус-групах зі студентами та студентським самоврядуванням: студенти зазначили, що самостійно обирали вибірково дисципліни та добре ознайомлені з процедурою вибору дисциплін за допомогою засобів електронної системи Moodle ЗУНУ, а також принципами формування індивідуальної освітньої траєкторії; мають змогу самостійно обирати або пропонувати бази практики, теми дипломних робіт. ЕГ встановлено, що формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується шляхом: складання індивідуального навчального плану студента; вільного вибору здобувачами навчальних дисциплін, теми міждисциплінарної курсової роботи, баз переддипломної практики та напрямків наукових досліджень. ЕГ констатує наявність системи та принципів вибору дисциплін, реальність вільного індивідуального вибору, зручність та зрозумілість процедури вибору, тобто відповідність підкритерію 2.4.

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

Практична підготовка здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» в ЗУНУ здійснюється шляхом проходження здобувачами переддипломної практики (далі - ПП) і регламентується Положенням про проведення практики здобувачів ЗУНУ (<https://bit.ly/3Ctnbwa>). Відповідно до навчального плану ОП ПП охоплює 15 кредитів та є обов'язковою компонентою ОП (ОК9), що дає змогу сформувати у здобувачів компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності (передбачені стандартом вищої освіти (ЗК 1-8), фахові компетентності (СК1-9) та унікальні фахові компетентності (СК10-15). Для здобувачів ОП підготовлено силабус для проходження ПП (<https://cutt.ly/aNXJFxd>) та програма практики (<https://cutt.ly/jNXJKQa>). Її загальна тривалість згідно з навчальним планом 40 днів (8 тижнів). Така практика формує інтегральну компетентність (Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог); охоплює загальні компетентності (ЗК4, ЗК 5), фахові компетентності (СК 2, СК3, СК8, СК10, СК11) - с. 11 ОП; охоплює ПРН 1, ПРН 2, ПРН 3, ПРН 10, ПРН 15, ПРН 16, ПРН 17 – с. 11 ОП. Згідно ОП та НП формою підсумкового контролю ПП є залік. Здобувачі ОП підкреслили високу цінність практики, зацікавлену високопрофесійну участь викладачів - керівників практики у консультуванні. Під час зустрічі ЕГ зі стейкхолдерами була підтверджена співпраця ЗВО з роботодавцями та залученість фахівців-практиків до практичної підготовки на ОП (тренінги, ділові ігри, виконання ситуативних завдань, гостьові лекції практиків у сфері маркетингу, в тому числі і Інтернет маркетингу). ЕГ встановила, що ЗВО підтримує тісні взаємозв'язки з роботодавцями, які забезпечують здобувачів базами практики. Здобувачі можуть також самостійно, на власний вибір, знайти базу проходження практики. Проаналізувавши практичну підготовку за даною ОП ЕГ дійшла висновку, що вона відповідає ринковим тенденціям розвитку спеціальності, дозволяє досягти програмних результатів навчання і здобути компетентності, необхідні у подальшій професійній діяльності. За результатами вивчення внутрішньої нормативної документації ЗВО, робочої програми практики, проведення співбесід з усіма групами стейкхолдерів підтверджено, що практична підготовка здобувачів вищої освіти є обов'язковим компонентом ОП. В цілому ЕГ вважає, що практична підготовка здобувачів ОП відбувається на достатньому рівні, а ОП має відповідність у контексті підкритерію 2.5.

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

Аналіз ОП та силабусів дають змогу ЕГ стверджувати про наявність умов для набуття здобувачами соціальних навичок «soft skills», а саме: здатність приймати обґрунтовані рішення, генерувати нові ідеї (креативність), навички міжособистісної взаємодії, виявляти ініціативу та підприємливість, розробляти проекти та управляти ними. Формування у здобувачів соціальних навичок (soft skills) здійснюється за рахунок як обов'язкових, так і вибіркових компонент. ОК1-ОК2, що формують загальні компетентності (ЗК1-ЗК6) і дозволяють отримати програмні результати, зокрема ПРН2, ПРН5, ПРН8, ПРН14, ПРН15. Аналіз силабусів дисциплін, підтверджує, що інші ОК також містять розділи та теми, які направлені на формування соціальних навичок. Під час зустрічей ЕГ зі здобувачами вищої освіти, представниками студентського самоврядування, академічним персоналом встановлено, що соціальні навички здобувачів формуються у процесі їхньої участі у позааудиторній та науковій діяльності, зокрема через презентації навчальних і дослідницьких проектів, виконання індивідуальних і групових завдань, написання есе, тез, статей, участь у дискусіях, підготовка доповідей і виступів на міжнародних та всеукраїнських конференціях, наукових семінарах, круглих столах при аудіо та відео фіксаціях, зокрема і в режимі on-line. Відповідно, ЕГ дійшла висновку, що ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), які відповідають заявленим цілям та програмним результатам навчання.

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

Професійний стандарт 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.

Аналіз обсягу ОП та окремих ОК показав, що загальний обсяг ОП становить 2700 год. / 90 кредитів. У структурі аудиторних годин (600 год.) 57,5% припадає на лекції (345 год.), на практичні заняття – 32,5% (195 год.), консультації та індивідуальна робота становить 10% (60 год.). Переддипломна практика охоплює 450 год. (15 кредитів), тобто 16,6% від загальної кількості кредитів на ОП (<https://cutt.ly/KNXJNG7>). Така структура підтверджує практичну спрямованість ОП та індивідуальність освітньої траєкторії. Загальна сума кредитів ЄКТС у НП відповідає ОП та встановленим у Стандарті нормам. Час, відведений на практичну та самостійну підготовку здобувачів, регламентується робочими програмами та силабусами дисциплін. Аналіз змісту ОК ОП «Маркетинг» ЕГ підтверджує достатність обсягу як аудиторної, так і самостійної роботи для здобувачів вищої освіти, що відповідає нормативним вимогам, цілям ОП та забезпечує досягнення ПРН. До заходів, що вказують на рівень завантаженості здобувачів відносять: систематичне опитування студентів у формі бесіди протягом навчання та при спілкуванні з кураторами тощо; проводиться обговорення проблем студентського самоврядування на засіданнях вченої ради факультету; моніторинг з боку кураторів, викладачів із подальшим обговоренням на засіданнях кафедри. Основні проблеми, які були виявлені: відсутність у здобувачів досвіду з організацій та раціонального розподілу часу самостійної роботи; недостатнє використання внутрішніх ресурсів університету для самонавчання, труднощі, пов'язані з вимушеною формою дистанційної освіти (<https://bit.ly/3yhCBkV>). Для вирішення цих проблем вживаються такі заходи: у межах вивчення навчальних дисциплін організуються бесіди-тренінги з тайм-менеджменту, використання корпоративних ІТ-ресурсів і платформ для дистанційного навчання, Moodle, Zoom тощо. Ця інформація була підтверджена ЕГ на зустрічі з фокус-групами (Зустріч 3,4,5). Зміст самостійної роботи відображено в робочих програмах навчальних дисциплін. При зустрічі зі здобувачами (Зустріч 4) було з'ясовано, що під час самостійної роботи організуються бесіди-тренінги з тайм-менеджменту, використання корпоративних ІТ-ресурсів. Здобувачі вищої освіти активно долучаються до роботи у гуртках, участі у міжнародних та всеукраїнських конференціях, публікації тез. На думку ЕГ, обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів відповідає фактичному навантаженню здобувачів та забезпечує досягнення цілей та програмних результатів навчання. ЕГ робить висновок про відповідність ОП підкритерію 2.8.

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

Підготовка здобувачів в межах ОП за дуальною формою освіти не проводиться. Враховуючи високу зацікавленість роботодавців щодо розвитку співпраці з ЗУНУ, зокрема, в межах ОП, ЕГ може рекомендувати розглянути можливості розвитку дуальної освіти за ОП.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Наявність у ОП освітніх компонент, які були рекомендовані роботодавцями та здобувачами. Зміст ОП має чітку структуру та відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності. Перелік компонент ОП та послідовність їх вивчення дозволяють здобувачам вищої освіти отримати необхідні компетентності (в тому числі soft skills), досягти цілей та програмних результатів навчання. Структура ОП забезпечує формування індивідуальної освітньої траєкторії через обрання дисциплін за вибором. Для забезпечення практичної підготовки передбачено проведення переддипломної практики, при цьому здобувачі можуть як самостійно обирати бази практики, так і скористатись пропозиціями випускової кафедри.

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

Не зрозуміло, яка процедура вибору із загальноуніверситетського або загальнофакультетського каталогу вибіркових дисциплін. В переліку даються послання лише на вибір ВК професійного спрямування. Це звужує можливості здобувачів у виборі дисциплін із гуманітарного або іншого блоку. Рекомендовано в 2022/2023 навчальному році з 1 по 20 число 1-го місяця ознайомити студентів з переліком загальноуніверситетських дисциплін. Структурно-логічна схема ОП не дає можливості зрозуміти на які семестри припадають конкретні ОК, а також те, у якому семестрі і в якому обсязі передбачено вибір дисциплін. В переліку обов'язкових ОК відсутні дисципліни, які підсилюють унікальність ОП та в програмі переддипломної практики не містяться завдання та ПРН, які формують унікальність ОП. Зокрема: питання Інтернет-маркетингу та нейромаркетингу. Рекомендовано гаранту та проектній групі у термін до початку 2023/2024 н.р під час чергового перегляду ОП, удосконалити структурно-логічну схему і відобразити в ній семестри і кількість кредитів по ОК. В 2023/2024 н.р. під час наступного перегляду Програми переддипломної практики відобразити завдання та РН, які формують унікальність ОП.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

За результатами експертної оцінки визначено, що ОП «Маркетинг» має достатній рівень відповідності та узгодженості з якісними характеристикам за Критерієм 2 (включаючи підкритерії 2.1 – 2.9). Обсяг ОП «Маркетинг» повністю відповідає чинному законодавству. Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», цілям та об'єктам вивчення заявленої спеціальності і дає можливість для формування інтегральної компетентності майбутнього фахівця. Структура ОП є узгодженою, зміст ОК, методи викладання та навчання, що застосовані, у сукупності спрямовані на досягнення цілей та програмних результатів навчання, незважаючи на окремі недоліки у формуванні структурно-логічної схеми ОП, а також відповідності окремих ОК програмним результатам. Структура освітньо-професійної програми дає можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію здобувачів. Освітніми компонентами ОП передбачено формування у здобувачів вищої освіти навичок soft skills, а обсяг ОП та окремих освітніх компонент у кредитах ЄКТС дозволяє їм досягти цілей та програмних результатів навчання. Експертна група дійшла висновку, що ОП «Маркетинг» за критерієм 2 відповідає рівню В. Визначені слабкі сторони є незначними, не впливають на підсумковий рівень критерію, пропозиції по їх посиленню носять рекомендаційний характер.

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.

Експертна група ознайомила з правилами прийому до вступу на ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, що регулюються наступними документами: «Правилами прийому на навчання для здобуття вищої освіти в ЗУНУ в 2022 році» (<https://cutt.ly/RNcaQ51>), «Положення про приймальну комісію (2022 рік)» (<https://cutt.ly/7NcaTom>), «Положення про розгляд мотиваційних листів у 2022 році (2022 рік)» (<https://cutt.ly/xNcaGJE>), «Положення про апеляційну комісію (2022)» (<https://cutt.ly/zNcaO1T>). Згідно правил прийому, вступ здійснюється на основі здобутого рівня бакалавра або магістра, що підтверджено під час зустрічі із гарантом (зустріч 2, день 1). На сайті Приймальної комісії ЗУНУ є вся необхідна інформація, яка знаходиться у вільному доступі, є актуальною та зрозумілою (<https://pk.wunu.edu.ua/>). На зустрічі з гарантом (зустріч 2, день 1), було з'ясовано, що вся інформація знаходиться на сайті ЗУНУ, є доступною для всіх учасників освітнього процесу і вчасно оновлюється. Під час зустрічі зі здобувачами (день 1, зустріч 4), було підтверджено, що з інформацією стосовно вступу на освітню програму «Маркетинг», здобувачі ознайомлювалися на офіційному сайті університету. Для них ця інформація була зрозуміла та доступна і не виникало ніяких додаткових питань. ЕГ зробили висновок,

що правила прийому до вступу є чіткими та зрозумілими та не містять дискримінаційних положень. Вся необхідна інформація знаходиться у вільному доступі

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

Порядок вступу на ОПП «Маркетинг» для здобуття освітнього ступеня магістр зазначено у «Правилах прийому на навчання для здобуття вищої освіти в ЗУНУ» (<https://cutt.ly/RNcaQ51>), згідно якого, вступ здійснюється на конкурсній основі. Під час зустрічі з Гарантом (день 1, зустріч 2), була отримана інформація, що для вступу, який здійснюється на основі ОС «бакалавр», вступник складає магістерський тест навчальної компетентності та фахове вступне випробування. Якщо вступ здійснюється на основі магістра (спеціаліста): здобувач складає фаховий іспит та іспит з іноземної мови. Зі слів гаранта, було зазначено, що перед складанням фахового іспиту проводиться консультація, де роз'яснюється, яким чином буде здійснюватися оцінювання. З програмами, як з фахового іспиту, так і з іспиту з іноземної мови можна ознайомитися на сайті ЗВО (<https://cutt.ly/1NAc9To>). Для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра ОПП «Маркетинг», конкурсний бал розраховується за такою формулою: Конкурсний бал (КБ) = $0,5 \times П1 + 0,5 \times П2$, де $32 П1$ – оцінка магістерського тесту навчальної компетентності (або індивідуальної усної співбесіди з іноземною мовою) (за шкалою від 100 до 200 балів). Таблиця переведення тестових балів магістерського тесту навчальної компетентності до шкали 100-200; $П2$ – оцінка фахового іспиту (за шкалою від 100 до 200 балів). Програма фахового вступного випробування розміщена на сайті ЗВО у вільному доступі та переглядається щороку. Фахове вступне випробування проводиться з використанням трьох теоретичних та одного практичного завдання, кожне з яких оцінюється окремо. Максимальна сума балів - 100. Максимальне значення з трьох теоретичних завдань (1,2,3) складає 25, за практичне завдання також 25. Загальна оцінка визначається як сума оцінок за відповідь за кожне завдання (1+2+3+4). Фаховий іспит включає в себе питання з таких дисциплін: «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації» (<https://cutt.ly/7Ncx9mS>). Під час зустрічі ЕГ з фокус-групою (зустріч 4, день 1), здобувачі підтвердили, дану інформацію. ЕГ дійшла висновку, що правила прийому на ОП «Маркетинг» другого рівня є чіткими та зрозумілими та в цілком враховують особливості самої освітньої програми.

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.

Визнання результатів навчання, отриманих інших в закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності зазначені в наступних нормативних документах: «Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ» (<https://cutt.ly/6NcmbUm>), «Положенням про порядок перезарахування результатів навчання в ЗУНУ» (<https://cutt.ly/4NcmAL5>). Нормативні документи знаходяться у вільному доступі на сайті ЗУНУ (<https://cutt.ly/zNcQdpc>). Процедура визнання результатів навчання отриманих у інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності здійснюється у такому порядку: здобувач повинен представити підтверджуючі документи (каталоги курсів; договір про навчання; договір про практику/стажування; академічна довідка; сертифікат, де здобувач проходив практику/стажування для зарахування кредитів) та написати заяву на ім'я ректора, з проханням щодо перезарахування результатів навчання за погодженням гарантом ОП, завідувачем кафедри та деканом факультету. Декан факультету ініціює розгляд даного питання на засідання вченої ради факультету і приймається рішення. Під час зустрічі із проректором з науково-педагогічної роботи (міжнародна діяльність) (зустріч 1, день 1) та зустріч з НПП (зустріч 3, день 1) було підтверджено, що ЗВО співпрацює більше ніж з 120 ЗВО (<https://www.wunu.edu.ua/international-partners/>), зокрема в рамках програми ERASMUS +. Гарант ОП (зустріч 2, день 1) документально підтвердила (Наказ від 24 грудня 2021 року, №1229-ст про направлення на семестрове навчання до Університеті Норд (м.Буде, Норвегія); Наказ від 11 серпня 2022 року, №482-ст про продовження семестрового навчання в Університеті Норд), що здобувачка Паращук Анастасія, здійснює міжнародну академічну мобільність в рамках програми ERASMES+Global Mobility. Під час зустрічі ЕГ зі здобувачами вищої освіти (зустріч 4, день 1) та з представниками студентського самоврядування, було встановлено, що вони добре ознайомлені з можливістю здійснення академічної мобільності та процедурою визнання цих результатів. Здобувачка, Тиш Ірина, зазначили, що у неї був досвід міжнародної мобільності і визнання результатів на програмі першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП Маркетинг, за програмою ERASMUS+ та підтвердила, інформацію щодо здобувачки Паращук А., яка наразі продовжує семестрове навчання в Університеті Норд (м.Буде, Норвегія). З інформацією про академічну та міжнародну мобільність дізнаються через кураторів, науково-педагогічних працівників, через сторінки соціальних мереж університету та сайту. ЕГ встановила, що правила визнання результатів навчання під час академічної мобільності є чіткими та зрозумілими і нормативні документи знаходяться у вільному доступі на сайті ЗУНУ.

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.

Процедуру визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, в ЗУНУ регламентує Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://cutt.ly/CV9dRjD>), зокрема п.10. «Трансфер кредитів»; Положення про неформальну та інформальну освіту здобувачів вищої освіти в ЗУНУ (<https://cutt.ly/QNcQ9Aq>). Для визнання результатів отриманих під час неформальної освіти, здобувач вищої освіти звертається із заявою до ректора Університету з проханням про визнання цих результатів. До заяви додаються документи (сертифікати, свідоцтва, освітні програми тощо), які підтверджують ті результати навчання, які здобувач отримав. Створюється комісія у складі декана або заступника декана факультету, завідувача кафедри або гаранта ОП та викладачі, які викладають на відповідних ОК що пропонуються до перезарахування на основі визнання результатів навчання у неформальній освіті. ЕГ проаналізувала Положення та встановила, що правила визнання є чіткими та зрозумілими. Гарант ОП (зустріч 2, день 1), зазначила, що кафедра розпочала організацію та сертифікацію курсів «Інтернет-маркетингу», проте поки процедура не завершена. Під час зустрічі із здобувачами ЕГ (зустріч 4, день 1) констатувала, що здобувачі ознайомлені з можливістю проходженням та визнанням результатів під час здійснення неформальної освіти. Інформацією доводять до них куратори, науково-педагогічні працівники, але досвід визнання результатів навчання отриманих під час неформальної/інформальної освіти на даній ОП-відсутній. ЕГ встановила, що правила визнання результатів навчання під час неформальної освіти є чіткими та зрозумілими, регулюються нормативні документами і знаходяться у вільному доступі на сайті ЗУНУ.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Правила прийому до вступу в ЗУНУ ОП «Маркетинг» на другий (магістерський) рівень вищої освіти є чіткими та зрозумілими, інформація представлена у вільному доступу та не містить дискримінаційних положень. Університет тісно співпрацює з іноземними ЗВО, розвинута міжнародна мобільність, що підтверджується участю здобувачки ОП «Маркетинг» Паращук А., яка наразі продовжує семестрове навчання в Університеті Норд (м.Буде, Норвегія).

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

Слабких сторін за даним критерієм не виявлено. З метою з метою розширення можливостей освітнього процесу, рекомендовано залучати здобувачів до участі у неформальній освіті, враховуючи нинішню ситуацію в країні, популяризувати можливості (на кураторських годинах, під час проведення занять) про проходження он-лайн курсів, такі як Coursera, Prometheus, а також враховувати (визнавати) дані результати.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

ОП «Маркетинг» має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 3.1-3.4. Правила прийому на навчання в ЗУНУ за ОП є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, оприлюднені на офіційному веб-сайті та знаходяться у вільному доступі. Гарною практикою є досвід академічної міжнародної мобільності. Зазначені слабкі сторони є несуттєвими і мають рекомендаційний характер. Експертною групою прийнято наступне рішення: за критерієм 3 залишити рівень В.

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.

Форми та методи навчання і викладання в ЗУНУ визначені у Положенні про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://cutt.ly/mNDd1vw>) та Положення про дистанційне навчання у ЗУНУ (<https://cutt.ly/6NDd8OR>). Під час акредитаційної експертизи було встановлено, що навчання на ОП «Маркетинг» здійснюється за денною та заочною формами навчання, в тому числі у змішані формі з використанням елементів дистанційного навчання. Освітній процес на ОП реалізується у формах, передбачених навчальним планом (лекції, практичні заняття, консультації, самостійна та індивідуальна робота, міждисциплінарна курсова робота, контрольні заходи), передбачені переддипломна практика та кваліфікаційна робота. ОК представлені у силабусах навчальних дисциплін (<https://cutt.ly/WNDd6wA>), програмі практики, робочих програмах, методичних вказівках, які розміщені на сайті

ЗНУ та платформі дистанційного навчання Moodle (<https://cutt.ly/xNDfdTK>) з вільним доступом для учасників освітнього процесу. В межах ОК використовуються традиційні форми навчання: лекції, семінарські і практичні заняття, консультації та інноваційні/креативні форми і методи: робота в групах, тренінги, ділові ігри, ситуативне моделювання, експерименти, кейс-методи, ворк-шопи, брейнштурмінг тощо. Для досягнення ПРН ЕГ встановлено наявність і достатність для всіх освітніх компонент ОП матеріально-технічного, а також інформаційного забезпечення ЗНУ; методи навчання і викладання для заявленого рівня вищої освіти є достатніми, обґрунтованими і сприяють досягненню мети та ПРН за ОП. Тимчасовий порядок проведення змішаного навчання та використання технологій дистанційного навчання (<https://cutt.ly/1NDfMmL>) дозволяють закріплювати отримані на лекціях знання із залученням онлайн-платформ Zoom, та Google Meet. Під час спілкування з ЕГ здобувачі підтвердили, що вони активно співпрацюють з НПП, відслідковують результати навчання, успішності, формують індивідуальний навчальний план, ознайомлюються з розкладами занять, користуються репозитарієм ЗНУ (<https://cutt.ly/hNDgzaU>) який надає вільний доступ до дисертацій, монографій, наукових видань та праць викладачів університету, навчально-методичних матеріалів та кваліфікаційних робіт студентів; мають безкоштовний доступ до баз Scopus, WoS, чим забезпечується їхня академічна свобода. Навчання та викладання здійснюється на основі студентоцентрованого підходу з урахуванням інтересів і потреб здобувачів як автономних та відповідальних учасників освітнього процесу, що також було підтверджено на зустрічах. Експертною групою підтверджено, що форми навчання і викладання в межах ОП загалом відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи, а декларовані форми та методи навчання і викладання можуть сприяти досягненню заявлених у ОП цілей та ПРН.

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

Під час зустрічей ЕГ зі здобувачами вищої освіти, представниками студентського самоврядування встановлено, що учасники освітнього процесу мають доступ до інформації про цілі, зміст, освітні компоненти, а також до критеріїв оцінювання у межах окремих ОК і достатньою мірою ознайомлені з такою інформацією. Інформація щодо цілей, змісту та ПРН на ОП, а також щодо усього освітнього процесу (графік організації освітнього процесу, розклад занять, сесій тощо) знаходиться на сайті ЗНУ у розділі «Студентське життя» (<https://cutt.ly/6NDgMjE>) та в електронному кабінеті студента (<https://cutt.ly/oNDg94Z>). Інформація щодо критеріїв оцінювання повідомляється здобувачам ОП на першому занятті з кожної дисципліни; анонсується заздалегідь до початку вивчення дисципліни на електронній платформі Moodle ЗНУ. Інформація щодо освітніх компонентів кожної дисципліни (матеріали до лекційних, семінарських та практичних занять, критерії оцінювання та накопичення балів, інформаційне забезпечення дисципліни, питання до поточного та семестрового контролю тощо) розміщується кожним викладачем у Moodle (<https://cutt.ly/5NDhrK9>). ОП та силабуси навчальних дисциплін та робочі програми розміщено на сайті ЗНУ у вільному доступі. У силабусах навчальних дисциплін вказується статус дисципліни (обов'язкова чи вибіркова ОК), обсяг годин та програмні результати навчання, також викладено зміст тем і критерії оцінювання. Під час зустрічей зі студентством ЕГ встановила, що в університеті постійно проводиться опитування щодо визначення ступеня відповідності методів навчання і викладання студентоцентрованому підходу та принципам академічної свободи, а також визначення ступеня задоволення методами навчання та викладання в тому числі дистанційною системою навчання (<https://cutt.ly/FNDhdS9>). ЕГ підтверджує, що всі учасники освітнього процесу за ОП «Маркетинг» своєчасно отримують інформацію щодо цілей, змісту, порядку та критеріїв оцінювання ПРН в межах ОК.

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

Під час проведених зустрічей з фокус-групами здобувачів та НПП ЕГ встановила, що здобувачі вищої освіти в освітньому процесі можуть самостійно обирати теми для написання наукових робіт, міждисциплінарної курсової роботи, комплексного практичного індивідуального завдання, кваліфікаційної роботи виходячи із власних потреб, наукових інтересів та перспектив. Програма практики також орієнтована на студента і передбачає врахування напрямків його роботи, дослідницькі інтереси. Здобувачі освіти приймають участь у щорічній всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та досвід їх вирішення» (<https://cutt.ly/ANDhCrM>) яка організовується кафедрою маркетингу. Здобувачі ОП беруть участь в роботі круглих столів за науковою проблематикою кафедри «Використання штучного інтелекту в маркетингу» (<https://cutt.ly/oNDh7ZB>); Всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» (Леонова Ірина - III місце у II турі); Всеукраїнських конкурсах студентських дипломних робіт з маркетингу (випускниця ОП Юлія Щербина - III місце (<https://cutt.ly/wNDjuea>); науково-практичних конференціях з публікацією тез-доповідей; пишуть у співавторстві наукові праці в розрізі власних наукових інтересів (підтверджуючі документи було надано на запит ЕГ). Також здобувачі І. Галайко, В. Перун, С. Чубата, О. Цимбалюк, О. Медило, Ю. Щербина, А. Крулевський, А. Ваврик залучалися до участі у виконанні держбюджетної НДР (молодіжного проекту) «Формування механізму сталого розвитку міського транспорту на засадах концепції «розумного» міста та муніципальної екологістики (держреєстр. Номер 0117U003871)». В університеті функціонує студентське наукове товариство (Положення про студентське наукове товариство <https://cutt.ly/BNDj4DW>) в рамках якого діє факультетський науковий гурток «Фокус» (<https://cutt.ly/4NDkqTz>). Процес поєднання навчання і досліджень здобувачами освіти реалізується в тому числі шляхом їхньої участі у роботі наукового гуртка. На зустрічах із викладачами, здобувачами, випускниками та представниками допоміжних і адміністративних служб ЕГ пересвідчилась, що кафедра організовує низку наукових

заходів, а здобувачі ОП Маркетинг згідно наданих на додатковий запит документів активно приймають в них участь. В цілому, ЕГ пересвідчилась, що ЗУНУ та кафедра маркетингу забезпечують поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП Маркетинг відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей ОП.

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

Під час акредитаційної експертизи підтверджено можливості щодо оновлення ОП у частині складових ОК та їхнього змісту, робочих програм, силабусів і програми практики. Перегляд ОК здійснюється на підставі нормативно-правових документів у сфері вищої освіти та Положення про порядок перегляду (оновлення) освітніх програм ЗУНУ (<https://cutt.ly/iNDvbyP>) Положенням передбачені процедури внесення змін у навчальне навантаження, а також у форми й методи навчання та викладання. Експертна група під час зустрічей з НПП встановила, що перегляд й оновлення змісту навчальних дисциплін, завдань, тем та інших складових здійснюється викладачами з урахуванням змін до законодавства, новітніх досягнень науки і галузі, результатів наукових досліджень, а також за результатами підвищення кваліфікації, участі у наукових конференціях та самоосвіті не рідше одного разу на рік. Зміст ОК періодично вдосконалювався протягом дії ОП, що частково пов'язано з підвищення кваліфікації НПП, їх науковою активністю, а також із пропозиціями стейкхолдерів та актуальними галузевими практиками. Кафедра проводить багато наукових заходів, конференцій, круглих столів, конкурси наукових робіт, за результатами яких викладачі оновлюють змістові частини ОК. Борисова Т.М., Хрупович С.Є., Процишин Ю.Т. пройшли сертифікований практичний курс «Жінки в ІТ». Борисова Т.М. підвищувала кваліфікацію під час навчання за курсами «Web marketing» в ІТ-академії «Logos» (Львів); «SEO-specialist» в ІТ-компанії «Wise solutions» (Тернопіль); «Digital Marketing» в Digital Marketing Institute (Ірландія, філія у м.Київ); «Журналістика» в «Свободная образовательная платформа», (м.Київ); «Маркетинг» в «Свободная образовательная платформа», (м.Київ). Іванечко Н.Р. пройшла сертифікований курс «Контекстно-медійна реклама» в ІТ-компанії «Wise solutions». Таким чином було оновлено складові ОК1, ОК2, ОК5 (у робочі програми та силабуси), введено до ОП нові ОК3, ОК7. Процишин Ю. Т. до ОК 5 додала актуальну змістову частину «Маркетингова стратегія для утримання «на плаву» під час пандемії та війни в країні». Проте, в інших ОК така практика відсутня. На думку ЕГ, РП та тематика ОК потребують доопрацювання та розширення змістових частин з врахуванням непередбачуваних викликів сучасності (пандемії/військові дії тощо), що дасть змогу адаптувати фахівців до умов невизначеності зовнішнього середовища. В цілому ЕГ підтверджує, що викладачі оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі.

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

Експертною групою встановлено, що міжнародна діяльність у ЗУНУ здійснюється у напрямках підвищення кваліфікації викладачів, їхньої участі у науково-практичних конференціях, круглих столах, обміні досвідом та співпраці у різних векторах діяльності університету, залучення міжнародних партнерів до реалізації спільних проєктів, залученні студентів та НПП до участі у міжнародних проєктах тощо. Для сприяння реалізації програми міжнародної академічної мобільності в ЗУНУ створено Відділ міжнародних зв'язків (<https://cutt.ly/SNDQAUz>; Положення про відділ міжнародних зв'язків: <https://cutt.ly/HNDQBLE>) пріоритетним завданням якого є реалізація стратегії міжнародної діяльності університету (Стратегія міжнародної діяльності ЗУНУ: <https://cutt.ly/hNDQWFv>). Так, на основі відомостей самооцінювання та інформації отриманої під час зустрічей ЕГ пересвідчилась, що для викладачів та здобувачів ОП щорічно проводяться міжнародний тиждень ЗУНУ (<https://cutt.ly/WNDE3Q3>) на які запрошуються іноземні гості які діляться досвідом та науковими здобутками; за програмами обміну організовується навчання здобувачів за кордоном (Паращук А. проходить семестрове навчання в Nord University (Норвегія). Наказ№ 1229-ст від 24.12.2021 р., №482-ст від 11.08.2022 р.; завершила навчання за програмою обміну у Вірменії завдяки можливостям, які надає ЗВО від Erasmus+; Волошин Х. навчався в University of Iodz (Польща) (<https://cutt.ly/hNDT9Yb>) тощо. Викладач програми Борисяк О.В. закінчила міжнародну навчальну програму з підготовки фасилітаторів від Британської ради; міжнародну навчальну програму «Sustainability Crash Course» (Нідерланди); міжнародну навчальну програму «Інструменти фасилітації для проведення ефективних навчальних практик в он лайн форматі» від Центральної Європейської Академії Навчання і Сертифікації (<https://cutt.ly/nNDYtoP>). Крім того, учасники освітнього процесу ЗУНУ мають вільний доступ до міжнародних наукових баз даних Scopus та Web of Science (<https://cutt.ly/WNLPEkS>); онлайн бібліотеки іноземної літератури (<https://cutt.ly/uNLIISa>); до світових освітніх онлайн-платформ Coursera та UdeMy (<https://cutt.ly/eNLICKw>). В цілому, ЕГ підтверджує, що навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності закладу вищої освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

Методи навчання і викладання на ОП обґрунтовані, інтерактивні, сприяють досягненню мети та ПРН, сформовані за принципом студентоцентризму; у закладі немає перешкод для наукового розвитку учасників освітнього процесу; платформа дистанційного навчання Moodle повною мірою дає змогу забезпечити якісне навчання в умовах дистанційної роботи, що особливо актуально в умовах часткових карантинних обмежень та військових загроз.

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

На думку ЕГ, ОК потребують доопрацювання та розширення змістових частин з врахуванням непередбачуваних викликів сучасності (пандемії/військові дії тощо). Рекомендовано: у 2023 р. під час наступного перегляду ОП розглянути можливість оновлення ОК та доповнення їх змістовими частинами які орієнтовані на формування вмінь та навичок роботи в критичних умовах пандемічних та військових викликів, що дасть змогу адаптувати фахівців-маркетологів до умов невизначеності зовнішнього середовища.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

За результатами експертної оцінки визначено, що ОП «Маркетинг» має достатній рівень відповідності та узгодженості з якісними характеристикам за Критерієм 4 (включаючи підкритерії 4.1 – 4.5). Здобувачі ознайомлені з цілями, змістом, очікуваними результатами навчання, порядком та критеріями оцінювання, що дає змогу отримати необхідну інформацію щодо змісту дисципліни, форм контролю та оцінювання кожного виду робіт. Методи навчання і викладання відповідають студентоцентрованому підходу та принципам академічної свободи. Експертна група дійшла висновку, що ОП «Маркетинг» за критерієм 4 відповідає рівню В.

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

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти в межах навчальних дисциплін ОП «Маркетинг» регламентується наступними документами: «Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ» (<https://cutt.ly/ANcWmB3z>), «Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу атестаційної комісії у ЗУНУ» (<https://cutt.ly/nNcYGur>), Положення про проведення практики студентів ЗУНУ (<https://cutt.ly/cNcYMZN>), а також прописуються у силабусах, робочих програмах і публікуються у вільному доступі на сайті університету (<https://cutt.ly/YN8QFEJ>). Формами контрольних заходів є поточний, модульний та підсумковий контроль і атестація здобувачів. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, семінарських занять з метою перевірки рівня засвоєння студентом навчального матеріалу. Форми контрольних заходів і критерії оцінювання розробляються для кожної ОК і відображені у РП та силабусах (<https://cutt.ly/GN8QKpW>). Здобувачі (зустріч 4, день 1) зазначили, що викладачі ознайомлюють їх на першому занятті з формами та критеріями оцінювання, інформація є чіткою та зрозумілою. ЕГ ознайомила з результатами анкетування, щодо критеріїв оцінювання, і встановила, що вони є повністю зрозумілими для 90% здобувачів та для 10 % - частково зрозумілими. Гарант ОП (зустріч 2, день 1) підтвердила, що оцінювання здобувачів складається із суми чотирьох модулів, вагові коефіцієнти кожного модуля прописані у РП та силабусах ОК. Максимальна кількість балів, яку здобувачі можуть отримати під час вивчення ОК- 100 балів. Контроль може відбуватися як і аудиторно, так і на сервері дистанційного навчання Moodle. ЕГ було надано гостьовий доступ до платформи Moodle, встановлено, що вона є зручною для користування здобувачів і містить всю необхідну інформацію стосовно ОК. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання, або на окремих його завершальних етапах. Оцінювання знань здійснюється паралельно за 4- бальною національною шкалою (позитивні оцінки – «відмінно», «добре», «задовільно», негативні оцінки – «незадовільно») і за 100-бальною накопичувальною шкалою ЄКТС. Атестація здобувачів відбувається у вигляді захисту кваліфікаційної роботи. Гарант ОП зазначила (зустріч 2, день 1), що здобувачі отримують перелік рекомендованих тем для написання роботи, а також мають право самостійно визначити тему кваліфікаційної роботи з врахуванням власних наукових інтересів. Всі кваліфікаційні роботи здобувачів обов'язково проходять перевірку на плагіат за допомогою програми Unicheck. В цілому, ЕГ може зробити висновок, що форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем результатів навчання за ОК, оприлюднюють заздалегідь.

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

В ЗУНУ атестація здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти здійснюється у формі захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає Стандарту вищої освіти України затвердженого з і введеного в дію наказом МОН України від 10.07.2019 р. № 960 (<https://cutt.ly/YNcVuRh>). Атестація здобувачів регулюється «Положенням про організацію освітнього процесу в Західноукраїнському національному університеті, п. 9.5 (<https://cutt.ly/gNcVcHw>), Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу екзаменаційної комісії у ЗУНУ (<https://cutt.ly/UNcVQXf>), Загальними рекомендаціями з підготовки, оформлення, захисту й оцінювання кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти першого бакалаврського і другого магістерського рівнів (<https://cutt.ly/pNcVNuH>). Захист кваліфікаційної роботи здійснюється на відкритому засіданні ЕК у терміни, які визначені навчальним планом та згідно графіком, який затверджується ректором університету. Для забезпечення високого рівня якості кваліфікаційних робіт і підготовки здобувачів до їх захисту випускові кафедри проводять попередній захист кваліфікаційних робіт та перевірку на плагіат за допомогою програми UNICHECK (Договір про співпрацю №10-05/2019 від 10 травня 2019 року між ТОВ «Антиплагіат» та ЗУНУ) та попередній захист кваліфікаційних робіт. Здобувачі вищої освіти повною мірою ознайомлені з процедурою перевірки кваліфікаційних робіт на плагіат, як було з'ясовано під час фокус-групи (зустріч 4, день 1). ЕГ встановила, що теми кваліфікаційних робіт корелюють з НДР кафедри (Додаток до наказу від 10 грудня 2020 р. №167). Гарант ОП зазначила (зустріч 2, день 1), що здобувачі отримують методичні рекомендації до написання кваліфікаційної роботи та перелік рекомендованих тем, але можуть самостійно обрати тему роботи відповідно до своїх наукових інтересів, узгоджуючи її з науковим керівником. ЕГ встановила, що форма атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти.

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.

Під час зустрічей ЕГ з фокус-групами здобувачів (зустріч 4, день 1) та НПП (зустріч 3, день 1), було відмічено, що на першому занятті, викладачі ознайомлюють здобувачів з цілями та результатами навчання, з формами контрольних заходів та критеріями оцінювання, що застосовуються під час вивчення ОК. Здобувачі підкреслили, що силабуси і РП знаходяться у вільному доступі на сайті університету та і у системі Moodle, у разі необхідності за додатковими роз'ясненнями можуть звернутися до викладача, а також зауважили, що силабус є для них інформативним та зрозумілим. Зі слів здобувачів (зустріч 4, день 1), та представників студентського самоврядування (зустріч 6, день 2), було встановлено, що випадків необ'єктивного оцінювання контрольних заходів не було, вони повною мірою проінформовані про механізм оскарження результатів навчання та процедурою повторного проходження контрольних заходів. Процедура оскарження результатів навчання регулюється «Порядком оскарження результатів підсумкового контролю студентів університету» (<https://cutt.ly/ANH7p1X>), відповідно до якого подання скарги здійснюється здобувачем особисто у письмовій формі у день оголошення результатів складання екзамену або заліку на ім'я декана факультету. Здобувачі ознайомлені з процедурою врегулювання конфліктів інтересів, що регулюється відповідно до «Положення про порядок врегулювання конфлікту інтересів у ЗУНУ» (<https://cutt.ly/xNJwAKK>), а також зазначили, що мають можливість анонімно подавати повідомлення користуючись «скринькою довіри», або звернутись безпосередньо до куратора. Випадків виникнення конфліктних ситуацій на ОП «Маркетинг» не було, що підтверджено під час зустрічей 2,3,4,6. Під час зустрічі з гарантом (зустріч 2, день 1), було з'ясовано, що об'єктивність оцінювання забезпечується переважно консультуванням перед іспитом. Викладачі нагадують про правила проведення контрольних заходів і критерії оцінювання. Науково-педагогічні працівники (зустріч 3, день 1), зазначили, що об'єктивність оцінювання також досягається завдяки чітко прописаній в силабусі шкалі оцінювання кожного змістовного модулю та контрольного заходу, а також шляхом незалежного тестування у системі Moodle (оцінка виставляється автоматично, що мінімізує людський фактор). ЕГ дійшла висновку, що правила проведення контрольних заходів є чіткими та зрозумілими, доступними всім учасникам освітнього процесу, забезпечують об'єктивність оцінювання і дотримуються під час реалізації ОП.

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.

В ЗУНУ дотримання правил академічної доброчесності регулюється у «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://cutt.ly/DNcMsil>), «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освіти» (<https://cutt.ly/7NcMkja>), «Кодексом академічної доброчесності ЗУНУ» (<https://cutt.ly/7NcM2oA>), «Етичним кодексом ЗУНУ» (<https://cutt.ly/VNcM5dA>), «Кодексом корпоративної культури ЗУНУ» (<https://cutt.ly/xNc1obB>), «Положенням про комісію з доброчесності та наукової етики ЗУНУ» (<https://cutt.ly/cNc1gKj>), «Положенням про групу сприяння академічної доброчесності ЗУНУ» (<https://cutt.ly/GNc1c4M>), «Порядком проведення перевірки на ознаки схожості за допомогою сервісу Unicheck» (<https://cutt.ly/ANc1FyZ>). Під час зустрічі з керівником та менеджментом ЗВО (зустріч 1, день 1) ЕГ було підтверджено, що ЗУНУ приймає участь у Проєкті сприяння академічній доброчесності в Україні (SAIUP), який здійснюється Американськими Радами з міжнародної освіти (діяльність останніх обумовлюється Угодою між Урядом України та Урядом США «Про гуманітарне та техніко-економічне співробітництво» від 07.05.1992 року. Шинкарик М. зазначив, що на першому курсі проводиться

ознайомлення здобувачів з принципами та правилами дотримання академічної доброчесності, підписується Кодекси доброчесності. В ЗУНУ заключений договір з товариством «Антиплагіат», за допомогою програми Unicheck, здійснюється виявлення текстових збігів та академічного плагіату (Договір про співпрацю №10-05/2019 від 10 травня 2019 року між ТОВ «Антиплагіат» та ЗУНУ). Голова комісії з питань етики та академічної доброчесності Брич В. (зустріч 5, день 2), зазначив, що перевірка робіт відбувається за регламентом, який встановлений «Положенням про систему запобігання плагіату» (<https://cutt.ly/qNJppX2>). Відповідальна особа з кафедри передає перед захистом до бібліотеки академічні тексти, що підлягають перевірці на плагіат, отримуючи після цього звіти про відсотки схожості. ЕГ ознайомила у відповідь на запит з (Протоколом результатів перевірок Магістерських робіт студентів 6 курсу ДНФ та ЗФН на оригінальність і наявність текстових запозичень від 17 грудня 2021 р.), що констатує факт про перевірку кваліфікаційних робіт на плагіат. Під час зустрічі ЕГ зі здобувачами та представниками студентського самоврядування (зустріч 4, день 1), студенти зазначили, що вони приймають активну участь у заходах з популяризації питання академічної доброчесності в ЗУНУ. У «Положенні про систему запобігання плагіату» (<https://cutt.ly/qNJppX2>) щодо відповідальності за виявлення плагіату у п.9. зазначено: «у разі виявлення плагіату у роботах працівників університету та здобувачів вищої освіти, вони несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства», проте не конкретизовано міру відповідальності. Випадків порушення академічної доброчесності на ОП зафіксовано не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання, є чіткими, зрозумілими та доступні для всіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність оцінювання, включають процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження. Нормативні документи знаходяться у вільному доступі.

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

В положенні про систему запобігання плагіату, стосовно питання академічної відповідальності, інформація обмежується фразою «відповідальність здійснюється відповідно до чинного законодавства» - не конкретизовано міру відповідальності. Рекомендовано: до початку 2023/2024 н.р доопрацювати Положення про систему запобігання плагіату, а саме конкретизувати частину про відповідальність за порушення академічної доброчесності.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти загалом відповідають критерію 5, включаючи підкритерії 5.1-5.4, які мають значний рівень узгодженості з якісними характеристиками. Здобувачі обізнані з формами контрольних заходів, критеріями оцінювання, процедурою врегулювання конфліктів, оскарження результатів та принципами академічної доброчесності. Всі нормативні документи знаходяться у вільному доступі на сайті університету. Недоліки не є суттєвими, мають рекомендаційний характер.

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.

ЕГ констатує, що освітній процес за ОП забезпечується у відповідності до ліцензійних вимог науково-педагогічними працівниками. Аналіз кадрового складу (Табл. 2 Відомостей про самооцінювання) показав, що викладачі, які задіяні в підготовці студентів за ОП Маркетинг мають достатню академічну і професійну кваліфікацію відповідно цілям ОП. Підтвердженням цього є наявні дипломи про вищу освіту, дипломи про наукові ступені, а також атестати про вчені звання та дипломи підвищ. кваліфікації або сертифікати стажувань. Для реалізації ОП за обов'язковими компонентами задіяно 7 викладачів: ст.викл. Процишин Ю.Т., (ОК 5); доцент Дудар В.Т. (ОК 4); проф. Шандрук С.К (ОК 1); доцент Хрупович С.Є. (ОК 3), доцент Рибачок С.М. (ОК 2), проф. Борисова Т.М (ОК 7), доцент Іванечко Н. Р. (ОК 6). Інші викладачі (5 ос.) задіяні у викладанні ВК ОП. Викладачі, які працюють на ОП: мають сертифікати В2

про рівень володіння іноземною мовою, 1 НПП має диплом викладача англ. мови. Всі НПП мають достатній рівень професійної активності, в тому числі методичного та наукового характеру. Але слід підкреслити, що у деяким викладачам варто мати наукові публікації, що стосуються викладання відповідних ОК. Так, Процишин Ю.Т. має публікації, які більше стосуються дисципліни «Комплексний інтернет маркетинг», а не «Стратегічний маркетинг». Шандрук С.К. має окремі статті, які за своїм напрямом не відповідають зазначеній дисципліні (ОК 1), щодо викладання відповідного ОК. Згідно відомостей самооцінювання, з'ясовано, що не всі викладачі групи забезпечення мають публікації, що індексуються БД Scopus та/або Web of Science. Тому доцільно покращити роботу викладачів у напрямку збільшення публікацій у виданнях, включених до наукометричних баз даних SCOPUS та WoS. Академічна та професійна кваліфікація викладачів, яких залучено до реалізації ОП, здебільшого відповідає цілям та ПРН: наявність освіти або наукові результати у цій сфері дозволяють фахово викладати відповідну дисципліну; група забезпечення спеціальності Маркетинг, що затверджується наказом по університету, відповідає Ліц.умовам. Але за результатами аналізу кадрового забезпечення встановлено, що підвищення кваліфікації (міжнародні стажування) в сфері маркетингу має лише гарант ОП Хрупович С.Є. та завідувач кафедри Борисова Т.М. Всі НПП, що залучаються до наукового керівництва кваліфікаційних робіт мають науковий ступінь. Завідувач кафедри Борисова Т.М. є членом НМК (підкомісії) сектору вищої освіти НМР МОН 075 «Маркетинг» (№ 582 від 25.04.2019 р.) Під час зустрічі ЕГ зі здобувачами, було підтверджено інформацію про проведення опитувань серед студентів стосовно визначення професіоналізму викладачів ОП та врахування результатів відповідного оцінювання. Отже, результати аналізу та проведених зустрічей підтвердили, що акад. та проф. кваліфікація викладачів, які входять до групи забезпечення та викладають на ОП «Маркетинг», забезпечує досягнення цілей та програмних результатів навчання."

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

"Конкурсний відбір професорсько-викладацького складу здійснюється відповідно до Статуту ЗУНУ (<https://cutt.ly/WNBrlNK>), Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (контрактів) в ЗУНУ (<https://cutt.ly/fNBryQd>). На офіційному сайті висвітлюються оголошення щодо конкурсного відбору (<https://cutt.ly/NNBrYOF>). До конкурсу допускаються особи, які мають відповідну кваліфікацію; науковий ступінь, вчене звання; досвід науково-педагогічної діяльності; наукові публікації, що відповідають профілю освітнього компоненту. Обов'язковою умовою є наявність за останні п'ять років стажування в Україні або за кордоном. У Положенні для організації конкурсу на заміщення вакантних посад НПП, зазначено, наказом ректора створюється конкурсна комісія. Прозорість процедури конкурсного відбору викладачів підтверджено під час інтерв'ю з НПП, адміністрацією (зустріч 1, 2, 7). Процедура конкурсного відбору завершується підписанням контракту, який передбачає виконання регламентованих обов'язків. НПП на посади доцентів та професорів обираються за конкурсом таємним голосуванням строком до 5 років, але не менше 2 років. Кандидатури претендентів на обговорюються на засіданнях кафедр в їх присутності, де надаються висновки кафедри про професійні та особистісні якості претендентів. ЕГ встановила, що зазначена процедура конкурсного відбору дає можливість забезпечити достатньо високий рівень професіоналізму для успішної реалізації ОП «Маркетинг». Можна зробити висновок, що необхідний рівень професіоналізму викладачів ОП забезпечується ліцензійними умовами та умовами оголошеного конкурсу, які постійно підвищують професійний і науковий рівень.

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

Ознайомлення з ОП, протоколами РПГ, результати зустрічі з роботодавцями (зустріч 7) дає підстави стверджувати, що до її розробки постійно долучаються роботодавці, які приймають активну участь в обговореннях. Роботодавців залучають через участь у конференціях, семінарах, круглих столах, зустрічах із здобувачами освіти. Гарант ОП Хрупович С.Є. під час зустрічі 2 з ЕГ зазначила, що директор з розвитку РЦ «Подільня» залучалася в якості лектора до дисципліни «Маркетинг послуг» (вибіркова дисципліна) в 2021/2022 н.р. Екзаменаційну комісію для підсумкової атестації за ОП «Маркетинг» очолював: к.е.н., доцент, приватний підприємець В. Паляниця, який керує власним бізнесом під брендом «Центр оперативної поліграфії». Рекомендації роботодавців та стейкхолдерів були враховані при оновленні ОП, наповненні лекційних та практичних занять, формуванні тем дипломних робіт, бізнес-кейсів НПП. Стейкхолдери підтвердили в процесі інтерв'ю свою участь та зацікавленість у оновленні даної ОП та відмітили її структурованість. Під час зустрічі із роботодавцями їх участь у забезпеченні освітнього процесу підготовки здобувачів освіти за даною ОП була підтверджена. За їх словами вони мали змогу ознайомитися з основними положеннями ОП на етапі її планування, а також мають можливість обговорювати її з Гарантом ОП. Проекти ОП викладаються для обговорення на сайті ЗУНУ (<https://cutt.ly/ANBts2V>). Станом на момент роботи ЕГ за даною ОП в доступі є проект ОП 2021 року, а також результати його обговорення у вигляді аналітичного звіту (<https://cutt.ly/1NBtzY5>). В даній вкладці є можливість надати рекомендації в Скриньці для пропозицій. Роботодавці підтвердили наявність договорів співпраці про проходження переддипломної практики з ЗУНУ. Світлана Озімко також відзначила, що ще під час проходження переддипломної практики студент ОП Маркетинг Кичак В. був працевлаштований і зараз працює на підприємстві. Лукіян Л. (ГО "Атом") відзначила, що разом зі студентами ОП був реалізований проект "Будь на своєму місці".

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

Після зустрічі зі здобувачами ОП та роботодавцями (Зустріч 7), ЕГ виявлено, що ЗУНУ мали практику залучення професіоналів-практиків та роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу до аудиторних занять. Для здобувачів даної освітньої програми були проведені наступні лекції та майстер-класи: О. Широков, засновник мережі «Карма Кава» та бренду «Хліб»; О. Нагайовська, власник салонів сфери краси; О.Бокало, засновник рекламної агенції Irlase, Португалія; К.Масляк, розробник популярної гри для дорослих «Знайомці»; Орест Мурій, Тетяна Ніколаєнко, блогери, інфлюенс маркетологи; А. Сафарова, проджект менеджер та медіатор блогерів; О.Сиротюк, проект «Дитячий табір Spase Camp» та інші. Наведену інформацію було підтверджено під час зустрічей зі здобувачами вищої освіти ОП «Маркетинг» та роботодавцями. На зустрічі різних фокус груп підтверджено залучення професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців до реалізації ОП, а саме для проведення аудиторних занять, майстер-класів/тренінгів.

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

Сприяння професійного розвитку викладачів у ЗВО регулюється Статутом ЗУНУ (<https://cutt.ly/REMHwrs>), Постановою Кабінету Міністрів України «Деякі питання підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників» від 21 серпня 2019 р. № 800. Система заходів зі стимулювання підвищення фаховості та викладацької майстерності науково-педагогічних працівників ЗУНУ передбачає матеріальні й моральні заохочення. Зокрема, здійснюється матеріальне стимулювання науково-педагогічних працівників у таких випадках: високі рейтингові показники за системою внутрішнього оцінювання (<http://rating.wunu.edu.ua/rating2021.html>), видання монографій і підручників, опублікування статей у періодичних виданнях Scopus та Web of Science, наявність відомчої відзнаки «За наукові та освітні досягнення», звання «Почесний професор ЗУНУ» тощо. Як зазначив на Зустрічі 1 директор ННЦМЯО та МР Шандрюк С.К, що одним з інструментів моніторингу рівня професіоналізму НПП є рейтингове оцінювання на основі розроблених критеріїв і показників діяльності. Рейтингування викладачів відбувається у квітні місяці за попередній рік. Під час роботи з фокус-групами ЕГ встановила (Зустріч 3), що на основі угод та договорів відбувається стажування науково-педагогічних працівників в рамках співпраці ЗУНУ із іншими ЗВО, підприємствами (ТОВ «Микулинецький Бровар», 2019 рік. Довідка №28-1 від 18.04.2019; ТРЦ «Подолляни », 2020 рік. Дов. № 72/ к від 04.11.2020 р; ТОВ «Маркетингові технології ПБС», 2019 рік. Довідка №2/24 від 24.04.2019 р.); так і закордонні навчальні заклади, а саме: міжнародне стажування (90 годин – 3 кредити ECTS) «Education, science, business in high quality training of economic specialists» Suceava, Romania, 2020 (№57-37/06) ст. викл. Процишин Ю.Т.; міжнародне науково- педагогічне стажування на базі Католицького університету в Руженбероку (Словацька Республіка, 22.11.2021 - 21.01.22 , сертиф. від 15.02.2022 року, за проектом: «Інноваційні технології навчання та викладання фахових дисциплін психолого-педагогічного профілю» проф. Шандрюк К.С.; міжнародне науково- педагогічне стажування на базі Сучавського університету ім.Штефана чел Ма е (м. Сучава, Румунія), 2018 р. Сертифікат № 5141/20 від 05.05.2018 р та ін. Як зазначила на Зустрічі 1 проректор з міжнародної діяльності Десятнюк О.М., що керівництво ЗУНУ сприяє професійному розвитку НПП, викладачі беруть активну участь в міжнародних проєктах у сфері вищої освіти (зокрема, Програмі Європейського Союзу – ERASMUS+, ДААД і ін.), в тому числі і без відриву від основної роботи.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

В ЗУНУ побудована система матеріального та морального заохочення викладачів до вдосконалення професійної майстерності. ЗУНУ стимулює розвиток викладацької майстерності шляхом стимулювання підвищення фаховості та розвитку викладацької НПП, що регламентується Статутом Університету, Колективним договором між адміністрацією та комітетом первинної профспілкової організації, Положенням про преміювання наукових та науково-педагогічних працівників ЗУНУ. Зокрема, здійснюється матеріальне стимулювання науково-педагогічних працівників у таких випадках: високі рейтингові показники за системою внутрішнього оцінювання (<http://rating.wunu.edu.ua/rating2020.html>), видання монографій і підручників, опублікування статей у періодичних виданнях Scopus та Web of Science, наявність відомчої відзнаки «За наукові та освітні досягнення», звання «Почесний професор ЗУНУ» тощо. На зустрічі з керівництвом та академічним персоналом підтверджено, що моральні заохочення застосовуються за вагомі успіхи у науково-педагогічній діяльності і передбачають нагородження такими видами: оголошення подяки ректора, грамота ректора, а також за поданням адміністрації ЗУНУ на відзначення регіональними та відомчими відзнаками.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Академічна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації ОП "Маркетинг" забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання. Викладачі проходять курси підвищення кваліфікації та стажування у закордонних ЗВО та вітчизняних підприємствах. НПП є активними в науковій

діяльності, приймають участь в міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях. Позитивною стороною є система матеріального та морального заохочення НПП, що стимулює їх постійно до підвищення власної викладацької майстерності. Процедура конкурсного добору є відкритою, прозорою і дозволяє забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми, що було підтверджено під час зустрічі з НПП. ЗУНУ активно залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу та удосконалення ОП Маркетинг на засадах проведення спільних науково-практичних заходів. Університет залучає до аудиторних (практичних занять) професіоналів-практиків, що сприяє набуттю практичного досвіду здобувачів вищої освіти в напрямках освітніх компетенцій та підвищенню якості навчання за ОП Маркетинг в цілому. В подальшому керівники роботодавців працевлаштовують випускників у структурні підрозділи підприємств.

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

Академічна та професійна кваліфікація окремих викладачів, що забезпечують ОП "Маркетинг" не повною мірою відповідають профілю дисциплін, що закріплені за ними. Рекомендовано групі забезпечення протягом 2023-2025 років скорелювати професійну та/або академічну кваліфікацію викладачів ОП до ОК відповідними публікаціями для вичерпного підтвердження таких кваліфікацій. Зокрема, ст. викл. Процишин Ю.Т. має публікації, які більше стосуються дисципліни «Комплексний інтернет маркетинг», а не «Стратегічний маркетинг». Проф. Шандрук С.К. має статті, які за своїм напрямом не повністю відповідають ОК 1 "Методологія наукових досліджень", що викладається на ОП "Маркетинг". Рекомендовано в термін до вересня 2025 року пройти міжнародне стажування з фаху або підвищення кваліфікації науково-педагогічним працівникам за профілем дисциплін, що викладаються. Протягом 2023/2024 н.р. та 2024/2025 н.р. сприяти залученню роботодавців, професіоналів-практиків, експертів галузі до проведення аудиторних занять за ОП на постійній основі.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Рівень узгодженості ОП за якісними характеристиками підкритеріїв є достатнім для забезпечення досягнення програмних цілей і результатів навчання. НПП приймають активну участь в програмах міжнародного стажування та підвищення кваліфікації. Конкурсний добір НПП є прозорим та відкритим, що здатний сформувати якісний склад НПП для ОП. Випускова кафедра має системні та налагоджені стосунки з роботодавцями та стейкхолдерами ОП. Зазначені недоліки та слабкі сторони не перешкоджають досягненню результатів навчання та цілей ОП «Маркетинг» і є не суттєвими недоліком, що дозволяє зробити висновок про відповідність ОП за критерієм 6 рівню В.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Під час зустрічей ЕГ в онлайн режимі було продемонстровано матеріальні ресурси, сучасну матеріально-технічну базу ЗУНУ, яка дозволяє в повною мірою забезпечувати освітній процес здобувачів ОП. За результатами опрацювання представлених ЕГ документів та відео огляду матеріально-технічної бази, встановлено, що фінансові, матеріально-технічні ресурси, навчально-методичне забезпечення, а також бібліотечний фонд є достатніми для досягнення здобувачами визначених ОП цілей та ПП навчання. У закладі наявні добре облаштовані приміщення для проведення усіх видів навчальних занять: комп'ютерні лабораторії з достатньою кількістю робочих місць; навчальна мультимедійна лабораторія, яка оснащена сучасними комп'ютерами, ліцензійним програмним забезпеченням; навчальні аудиторії обладнані мультимедійними проекторами та фліп-чартами; бібліотека (розміщена на 4 поверхах, має оснащені сучасною комп'ютерною технікою читальні зали обладнані. Всі комп'ютери з підключені до мережі Internet та внутрішньої корпоративної мережі. Загальний фонд бібліотеки налічує більше 600 тис документів. Бібліотека також надає можливість вільного доступу до електронного каталогу книг та НМКД, електронного репозитарію (<https://cutt.ly/LNLGBgT>), який містить 42147 документів. Для забезпечення академічної доброчесності працює система перевірки на плагіат UNICHECK (<https://unicheck.com/>). На території університету діє безкоштовний доступ до Wi-Fi. Здобувачі мають можливість поселення в 5 гуртожитках, які знаходяться на території студентського Містечка (<https://cutt.ly/vNLHmUK>). В університеті функціонують їдальня, медичний кабінет, тренажерний зал та спортивний зали, які обладнані туалетними і душовими кімнатами, роздягальнями; відкриті спортивні майданчики. Під час зустрічі ЕГ зі здобувачами та випускниками ОП підтверджено їх задоволеність рівнем МТБ та навчально-методичним забезпеченням. В ЗВО функціонує система дистанційного навчання на платформі Moodle, в чому ЕГ мала змогу пересвідчитись, отримавши гостьовий доступ від гаранта ОП. Навчально-

методичне забезпечення ОП в цілому відповідає сучасним трендам маркетингу, практичні заняття здобувачі даної ОП проходять у спеціалізованій лабораторії нейромаркетингу і реклами, де студенти для досліджень використовують нейрообладнання (<https://cutt.ly/xNLK08z>) (EyeTracker) Eye Tracking Kit, (електроенцефалограф, EEG) Brainwave Starter Kit, Пульсоксиметр BM1000B та спеціалізоване програмне забезпечення: відеоредактор Inshot, STATISTICA Demo, платформу для опрацювання результатів нейродосліджень від фірми Біхайвеор. Проте, більшість програми для роботи з обладнанням представлена лише в демо-версіях, що значно звужує їх функціонал. ЕГ пересвідчилася, що фінансові та матеріально-технічні ресурси, а також навчально-методичне забезпечення ОП забезпечують досягнення визначених ОП цілей та ПРН повною мірою.

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 було підтверджено, що доступ учасників освітнього процесу до всіх елементів інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької або наукової діяльності є безоплатним. У ЗУНУ є безоплатний доступ до наукової та навчальної літератури, навчально-методичних матеріалів для підготовки до лекційних, практичних, семінарських занять, здобувачі мають безкоштовний доступ до наукометричних баз Web of Science та Scopus. Всі приміщення ЗУНУ обладнані зонами вільного доступу до мережі WiFi. Перевірка на плагіат курсових, наукових, кваліфікаційних робіт здійснюється безкоштовно.

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.

На підставі наданих Гарантом ОП відеоматеріалів з оглядом матеріально-технічної бази та зустрічей зі студентами, представниками студентського самоврядування ЕГ переконалась, що освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів, дозволяє задовольнити потреби та інтереси щодо комфортних умов для навчання. Санітарно технічний стан приміщень відповідає вимогам чинних норм і правил експлуатації, існуючим нормам охорони праці. Для організації безпечного навчання та роботи у приміщеннях ЗУНУ спеціальні укриття та сховища обладнані згідно вимог. Територія закладу має всі умови для підтримання здорового способу життя. У чергового кожного студентського гуртожитку знаходиться аптечка, в кожному гуртожитку розміщені ізолятори призначені для ізоляції мешканців з симптомами гострих респіраторних захворювань (<https://cutt.ly/ANLCfFZ>). Приміщення оснащені дезінфекторами, засобами індивідуального захисту, інформаційними стендами на яких розміщена інформація щодо запобігання розповсюдження коронавірусної інфекції. В навчальних корпусах та гуртожитках встановлені камери відеоспостереження, про що проінформовані всі учасники освітнього процесу, а також системою пожежної сигналізації. В ЗУНУ працює медичний пункт, а також кабінети лікувальної фізкультури, емоційного розвантаження, для психологічної допомоги учасникам освітнього процесу створена психологічна служба (<https://cutt.ly/YNLBkWI>). У ЗВО регулярно проводяться круглі столи, відкриті лекції та роз'яснювальна робота про булінг, форми захисту від психологічного насильства, протидію нарко-, алкозалежності та тютюнопаління. Для здобувачів вищої освіти функціонує Школа професійного розвитку «АКМЕ» (<http://psr.wunu.edu.ua/fotogalereya/>), діяльність якої є однією із форм колективної, групової та індивідуальної роботи із студентами ЗУНУ, і створена як додаткова база для інтерактивного практичного навчання студентів. Діяльність Школи базується на принципах науковості, наступності, системності у підготовці фахівців. Метою Школи є підвищення рівня готовності студентів до майбутньої професії. В закладі вищої освіти діють 7 колективів художньої творчості, в яких студенти розвивають свої здібності. У ЗУНУ успішно функціонують спортивні секції з найрізноманітніших видів спорту: волейбол, баскетбол, футбол, гандбол, регбі, легка та важка атлетика, дзюдо, вільна і греко-римська боротьба та інші. До уваги молоді також представлені студентські медіа: телебачення (<https://cutt.ly/tNLitYc>). За результатами анкетування 100% здобувачів відповіли, що навчання в ЗУНУ є комфортним; 80% - викладачі забезпечують комфортний мікроклімат та створюють сприятливу психологічну атмосферу у спілкуванні (20% - більшою мірою). В цілому ЕГ підтверджує достатній рівень задоволеності здобувачів, умовами, які створює та забезпечує університет, які мають всі умови для якісного навчання, проведення наукових досліджень, соціально активного життя та особистого розвитку.

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, що ЗУНУ забезпечує достатній рівень освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів. Освітня підтримка студентів університету забезпечена, з одного боку, формальними аспектами організації навчального процесу (чіткий та зручний розклад занять, графіки консультацій викладачів, зручні режими роботи бібліотек, спортивних залів) та з іншого, створенням середовища, в якому менеджмент, НПП та адміністративний персонал свідомо орієнтуються на потреби студентів, зокрема в умовах карантину та військового стану. Освітня підтримка здобувачів вищої освіти реалізується в основному через кураторів спільно з адміністрацією ЗВО та факультету, НПП які здійснюють комунікують зі здобувачами з організаційно-виховних питань навчання в університеті, проводять консультації та інформують про особливості освітнього процесу. Організаційна та інформаційна - переважно через органи студентського самоврядування і представників структурних підрозділів. Комунікація викладачів із здобувачами здійснюється

безпосередньо під час лекційних та практичних занять, консультацій, в умовах карантину - через платформу дист. навч. Moodle, за допомогою Google Meet, Zoom, через ел. пошту, месенджери тощо. Інформаційна підтримка закладу відбувається через сайт ЗУНУ (<https://www.wunu.edu.ua/>), сервер дистанційного навчання та електронний кабінет студента (<https://smart.wunu.edu.ua/>). Соціальна підтримка здобувачів забезпечується розвинутою соціальною інфраструктурою університету. За участю первинної профспілкової організації студентів ЗУНУ формується політика соціально-економічного захисту прав та інтересів студентів, виносяться на розгляд адміністрації університету пропозиції щодо поліпшення умов побуту, відпочинку, медичного обслуговування, оздоровлення, розвитку студентського самоврядування, контролює правильність нарахування стипендій та інших виплат студентам. Психологічна підтримка реалізується через функціонування психологічної служби ЗУНУ (<https://cutt.ly/TNXgMRb>) метою якої є забезпечення та підтримки освітнього середовища, безпечного для життя і здоров'я усіх учасників освітнього процесу, що дає можливість задовольнити їх інтереси та потреби. Керівник служби Надвичинна Т. зазначила, що здобувачі ОП добре поінформовані про діяльність служби та за потреби звертаються за допомогою (в період карантину онлайн). Здобувачі ОПП також мають можливість залишити анонімне звернення декану на сайті, яке буде негайно розглянуте адміністрацією факультету. Під час зустрічей ЕГ з фокус-групами скарг на якість надання освітніх послуг виявлено не було. У цілому ЗУНУ забезпечує багатовекторну (освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну) підтримку здобувачів вищої освіти ОП "Маркетинг".

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

Під час зустрічі з огляду матеріально-технічної бази, ЕГ було виявлено, що в закладі є пандуси, на вході у приміщення університету є кнопки виклику супроводжувачого персоналу доповнені шрифтом Брайля, облаштовані туалетні кімнати, тактильні таблички з інформацією шрифтом Брайля, у гуртожитках працюють ліфти, наявний безперешкодний доступ до навчальних аудиторій та іншої інфраструктури відповідно до державних правил і стандартів, що також підтверджується технічним звітом про обстеження щодо забезпечення безперешкодного доступу до будівель, приміщень ЗУНУ осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення (<https://cutt.ly/CNXjdyh>). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення регулюється відповідним внутрішнім нормативним документом (<https://cutt.ly/rNXjcs5>). Для зручності сайт університету адаптований під вимоги людей з порушенням зору. Під час зустрічей ЕГ з'ясувала, що на ОП «Маркетинг» здобувачі з особливими освітніми потребами не навчаються, хоча керівництво засвідчило готовність до організації такого навчання шляхом формування індивідуальних графіків, або очного навчання на 1 поверсі навчального корпусу. ЕГ підтверджує, що ЗУНУ створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами, що навчаються за ОП Маркетинг.

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.

ЗУНУ здійснює освітню діяльність відповідно до чинного законодавства України. При здійсненні освітнього процесу університет керується документами які розміщені на сайті ЗУНУ у вільному доступі, а саме: Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти (<https://cutt.ly/fNXzujZ>); Положенням про порядок врегулювання конфлікту інтересів у ЗУНУ (<https://cutt.ly/yNXzED5>); Положенням про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (<https://cutt.ly/jNXzOyE>); Положення про академічну доброчесність (<https://cutt.ly/BNXzKo8>); Етичний кодекс ЗУНУ (<https://cutt.ly/oNXzM15>), Кодекс корпоративної культури ЗУНУ (<https://cutt.ly/cNXz2VX>); Колективний договір ЗУНУ (<https://cutt.ly/kNXxuch>); Порядком оскарження результатів підсумкового контролю студентів (<https://cutt.ly/VNXxsen>) та іншими документами. На зустрічі з ЕГ студенти підтвердили, що у випадку булінгу (цькування/дискримінації) чи іншої ситуацію конфліктного характеру вони можуть скористатися електронною скринькою довіри (presa@wunu.edu.ua) для письмового звернення щодо вирішення конфліктної ситуації (у тому числі пов'язані із сексуальними домаганнями, корупцією). У приміщеннях корпусів також встановлені скриньки довіри. На умовах конфіденційності учасники освітнього процесу можуть звернутись до лабораторії психологічної служби ЗУНУ, в разі потреби отримати консультації. За період реалізації ОП випадків звернень щодо вирішення конфліктної ситуації (у тому числі пов'язані із сексуальними домаганнями, корупцією, дискримінацією) зафіксовано не було. Здобувачі ОП зазначили, що будь-які непорозуміння легко з'ясовуються в робочому порядку та не набувають ознак конфліктів, а також підтвердили поінформованість щодо дій у разі виникнення подібних ситуацій. ЕГ пересвідчилась, що в ЗУНУ існує чітка і зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій, яка є доступною для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації ОП Маркетинг.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Сильними сторонами можна вважати: розвинену інфраструктуру закладу, що забезпечує комфортне середовище для життя, навчання та саморозвитку здобувачів вищої освіти, в тому числі на ОП «Маркетинг»; вільний безперешкодний онлайн доступ до навчальної, та наукової літератури, навчально-методичного забезпечення для здобувачів вищої освіти поза межами закладу (що актуально в умовах карантинних обмежень та військового стану); багатовекторна (освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна) підтримка здобувачів.

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

До слабких сторін можна віднести наявність спеціалізованого навчального програмного забезпечення для спеціальності 075 «Маркетинг» лише в демо-версіях, що значно звужує їх функціонал. Рекомендовано протягом 2022-2023 н.р. розглянути можливість встановлення спеціалізованого, ліцензованого програмного забезпечення саме для спеціальності 075 «Маркетинг» (наприклад: віртуальні лабораторії/віртуальні підприємства/розрахункові програми/проектні програми/інформаційно-комунікаційні технології (Googledocs, Googleanalytics, GoogleTrends, HohliBuilder, Creately, Piktochart, GoogleCharts, Vizualize, Microsoft Power BI; Asana, Wonderlist, MindMap, Mindomo, Stormboard, Realtime Board, Mural, WordPress) тощо.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Експертна група дійшла висновку, що освітнє середовище, матеріальні ресурси, навчально-методичне забезпечення освітнього процесу забезпечують досягнення цілей та програмних результатів навчання за ОП «Маркетинг» Критерій 7 має достатній рівень обґрунтування і відповідності за підкритеріями 7.1 - 7.6, що відповідає рівню В. Зазначені слабкі сторони не перешкоджають досягненню результатів навчання та цілей ОП «Маркетинг», проте їх усунення підвищить якість освітнього процесу за даною ОП.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

ЕГ визначає, що згідно із визначеною загальноуніверситетською політикою та процедурами внутрішн. забезп-ня якості вищої освіти, що діють в ЗУНУ розроблено ряд положень: Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти в ЗУНУ (<https://bit.ly/ze8rtj9>) і регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://bit.ly/3Sx4EVg>), Положення про розробку освітніх програм у Західноукраїнському національному університеті (<https://bit.ly/3Ca8w7N>) та Положенням про порядок перегляду (оновлення) освітніх програм, розробленим навчально-науковим центром моніторингу якості освіти та методичної роботи та затвердженим рішенням Вченої ради ЗУНУ 30 вересня 2020 року, протокол №2 (<https://bit.ly/3C52nK1>). ОП переглядають щонайменше 1 раз у терміни її дії не пізніше ніж за 1 семестр до її завершення. При необхідності – перегляд ОП Маркетинг відбувається і частіше за участі викладачів, роботодавців та студентів. Як підтвердив на Зустрічі 1 директор ННЦМЯО та МР Шандрук С.К, проєкт освітньої програми оприлюднюється на офіційному веб-сайті ЗУНУ для громадського обговорення із залученням стейкгольдерів (<https://cutt.ly/LNByna6>). За результатами моніторингу групою забезпечення складається аналітичний звіт (<https://cutt.ly/1NBtzY5>) та оновлена освітня програма подається на розгляд до Науково-методичної ради з питань якості вищої освіти ЗУНУ за погодженням із директором навчально-наукового центру моніторингу якості освіти та методичної роботи і першого проректора. Після чого виноситься на розгляд та затвердження вченої ради ЗУНУ. При позитивному рішенні вченої ради ЗУНУ освітня програма вводиться в дію наказом ректора ЗУНУ. Вивчення думок зацікавлених сторін щодо процедур удосконалення ОП реалізовано у ЗВО у вигляді опитувань та спільних заходів. До здійснення моніторингу долучаються стейкхолдери: НПП, професіонали-практики, здобувачі вищої освіти, випускники. Суттєвим елементом для перевірки та перегляду ОП є зворотний зв'язок із зацікавленими сторонами. Група забезпечення спеціальності при проведенні моніторингу має інформувати опитуваних про мету моніторингу та спосіб його здійснення для забезпечення достовірності та повноти наданих відповідей. ЕГ було з'ясовано, що регулярно проводяться опитування здобувачів ВО через он-лайн платформу Google та результати опитування опубліковано на офіційному сайті ЗВО (<https://cutt.ly/ANByJtc>). На фокус-зустрічах в цілому підтверджено як наявність, так прозорість та зрозумілість відповідних процедур.

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

Під час проведення акредитації було виявлено, що здобувачі ЗВО залучені до моніторингових процедур та перегляду ОП «Маркетинг» у вигляді їх участі в опитуваннях (анкетуваннях), які проведені анонімно за допомогою платформи Moodle та оприлюднені на сайті ЗУНУ. Під час перегляду результатів опитування та спілкування зі здобувачами було виявлено, що пропозиції здобувачів беруться до уваги під час перегляду ОП. ЕГ під час зустрічей з гарантом ОП (зустріч 2), здобувачами вищої освіти (зустріч 4), роботодавцями та стейкхолдерами (зустріч 7) було визначено, що перегляд ОП «Маркетинг» проводиться щорічно. Під час зустрічі зі студентами, Ірина Тиш (студ. 2 курсу) зазначила, що приймала участь в розширеному засіданні кафедри, де обговорювалася ОП. Так, здобувачка І.Тиш внесла пропозицію на практичних заняттях виконувати групові цікаві проекти, які розвиватимуть у здобувачів програми здатність до генерування нових цікавих ідей. Як результат – підсилено ПРН2, зроблено акцент на розвитку ЗК2 через врахування відповідного аспекту при змістовому наповненні ОК6 «Управління рекламною діяльністю» (популяризація бренду України на світовому ринку). Однак, пропозиція вивчення дисципліни «Управління маркетингом в умовах кризи» не була врахована. Здобувачі ЗВО підтвердили, що налагодження зворотного зв'язку із здобувачами ОП використовується електронна скринька (<https://bit.ly/3CuWP1s>), скринька довіри. У ЗУНУ запроваджено анонімне електронне анкетування з різних аспектів організації навчального процесу за ОП «Маркетинг» (<https://bit.ly/3e39Tx8>). Результати опитування за напрямом «Освітній процес» здобувачів вищої освіти освітнього рівня «магістр» щодо удосконалення ОП наведено на сайті ЗУНУ: <https://bit.ly/3ufzJEJ>. Крім того, здобувачі вищої освіти у складі представників органів студентського самоврядування беруть активну участь у житті університету та факультету, на засіданнях вченої ради, круглих столах та відкритих зустрічах студентства з адміністрацією ЗНУ, де мають змогу висловити свої побажання і пропозиції по різних питаннях, а також стосовно змісту ОП. Згідно з Положенням про студентське самоврядування ЗУНУ (<https://bit.ly/2XPElCp>), ОСС можуть безпосередньо впливати на якість ОП. Також здобувачі мають змогу висловити думку щодо якості викладання дисциплін за допомогою платформи Moodle. Здобувачі запевнили, що не мають проблем з комунікацією з ЗВО стосовно процесу надання освітніх послуг та реалізації ОП. Отже, на зустрічі ЕГ з органами студентського самоврядування та менеджменту університету підтверджено активну позицію студентства у процедурі моніторингу ОП.

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

Аналіз показав, що з метою забезпечення якомога повнішої орієнтації підготовки фахівців на вимоги роботодавців, останні залучаються до періодичного перегляду ОП, змістового оновлення та інших процедур забезпечення її якості. Так, роботодавці беруть участь у розширених засіданнях кафедри щодо обговорення ОП та долучаються до громадського обговорення проектів ОП, про що свідчать результати зустрічі із роботодавцями. Відповідно до отриманих пропозицій, Т. Чубак - директора з розвитку ТРЦ «Подолани», яка запропонувала включити до тематики професійно-орієнтованих дисциплін такі питання для вивчення, які допомогли би магістрам управляти стресостійкістю, емоціями. В межах вивчення ОК 5 «Стратегічний маркетинг» розроблено тематичні питання, які враховують рекомендації з управління емоційним інтелектом та стресостійкістю, це дало змогу підсилити формування ПРН4, розвинути ЗК4, ЗК5. Також в ОП 2022 року отримала відображення пропозиція директора маркетингової агенції «Далі» С.Озімко щодо корегування мети освітньої програми з урахуванням сучасних викликів цифровізації суспільства, використання інструментів штучного інтелекту та нейромаркетингу в практичній діяльності сучасного маркетолога. Фецула Р. (випускник 2021 року) відмітив, що його пропозиції щодо удосконалення ОП були враховані, зокрема, була запропонована вибіркова дисципліна «Розробка сайтів і Веб аналітика». Було з'ясовано, що роботодавці залучаються до освітнього процесу шляхом проведення спільних конференцій та круглих столів. Грижак В. зазначив, що в цьому році була зустріч зі студентами, де проведена лекція "Інтернет-маркетинг". Сливак А. (Компанія "Віртідо") підтвердив участь у засіданні Клубу маркетолога, де ділилися досвідом роботи практикуючого маркетолога. Робота щодо залучення роботодавців до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнерів є систематичною, про що свідчать надані рецензії на ОП, відгуки здобувачів вищої освіти та самих роботодавців. Роботодавці та випускники на зустрічі підтвердили, що у ЗВО запроваджено анонімне електронне анкетування роботодавців з питань організації та якості освітнього процесу та перегляду ОП (<https://bit.ly/3SU7nYD>), зокрема стосовно складових ОП. Обговорення змісту ОП за участі роботодавців проходить в процесі роботи круглих столів, конференцій, що проводяться кафедрою регулярно (<https://bit.ly/3CxMhdg>), (<https://bit.ly/3Cx4x6z>). ЕГ відзначила, що позитивною стороною ОП, є наявність скриньки для пропозицій (<https://bit.ly/39yT9rn>), тобто підтверджено зворотній зв'язок зі стейкхолдерами.

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

У ЗУНУ наявна практика моніторингу кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування, вона орієнтована на зв'язки із випускниками (<https://cutt.ly/7NBuQEs>), включає в себе збір та аналіз інформації про професійну діяльність випускників. У ЗУНУ створено Центр працевлаштування та зв'язків з випускниками (<https://cutt.ly/gRqsxLe>) одним із напрямків діяльності якого є постійна підтримка зв'язків із випускниками та збір та аналіз інформації про професійну діяльність випускників. Випускники за Зустрічі 7 підтвердили, що є зв'язок

реалізується шляхом особистого спілкування, а також залучення їх до удосконалення та перегляду ОП. Зокрема, проводиться опитування випускників. В звіті самоаналізу представлена інформація, що випускник ОП С. Онишук брав участь в обговоренні ОП і вніс пропозицію розширити каталог вибіркових дисциплін, зокрема, запропонувати здобувачам програми дисципліну, пов'язану з прикладними навичками створення складних сайтів на конструкторі для продажу товарів і послуг. Ці пропозиції були враховані, що дозволило до каталогу вибіркових дисциплін ввести вибіркову компоненту «Розробка сайтів і WEB аналітика». Випускники ОП Маркетинг підтримують зв'язки та діляться своїм практичним досвідом, успіхами та кар'єрними здобутками з НПП кафедри. Начальник відділу моніторингу якості освіти та методичної роботи Шандрук С.К. запевнив ЕГ, що зібрана інформація про випускників аналізується та враховується при оновленні ОП. Проте, сама система збирання та відслідковування кар'єрного шляху випускників в ЗУНУ недостатньо відпрацьована, збирання інформації відбувається частково. ЕГ запропонувала посилити моніторинг інформації щодо кар'єрного шляху випускників.

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

ЕГ визначає, що система забезпечення якості ЗУНУ забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі. Так, при здійсненні процедур моніторингу забезпечення якості ОП «Маркетинг» були переглянуто та модернізовано ОП, враховано та внесено на рівні: випускової кафедри - кафедри маркетингу, в процесі обговорення питань та прийняття рішень щодо удосконалення освітньої діяльності за ОП на засіданнях кафедри, методичних (<https://bit.ly/зебоSWQ>), та наукових семінарах кафедри; на рівні групи забезпечення спеціальності; на рівні факультету економіки та управління – під час обговорення питань забезпечення якості освітньої діяльності на вченій раді факультету та заходах, ініційованих кафедрою та керівництвом факультету. В результаті було розширено перелік вибіркових дисциплін, зроблено акцент на розвитку ЗК2 через врахування відповідного аспекту при змістовому наповненні ОК6 «Управління рекламною діяльністю», а включити до тематики професійно-орієнтованих дисциплін такі питання для вивчення, які допомогли би магістрам управляти стресостійкістю, емоціями, в межах вивчення ОК 5 «Стратегічний маркетинг» розроблено тематичні питання, які враховують рекомендації з управління емоційним інтелектом та стресостійкістю. За словами начальника відділу моніторингу якості освіти та методичної роботи Шандрука С.К. у практиці ЗВО перегляд ОП здійснюється 1 раз на рік. За період функціонування ОП враховувались пропозиції стейкхолдерів та усіх учасників освітнього процесу. Так, 18 травня 2022 року з ініціативи кафедри маркетингу Західноукраїнського національного університету у партнерстві з стейкхолдерами програми кафедрою маркетингу Полтавського університету економіки і торгівлі та кафедрою реклами і зв'язків з громадськістю Національного авіаційного університету було заслухано доповідь гаранта ОП С. Хрупович на тему «Штучний інтелект: системне розуміння студентами в освітній програмі Маркетинг» (<https://cutt.ly/kNBu49Q>). ЕГ рекомендовано (як практика в інших ЗВО) залучати здобувачів вищої освіти до формування питань анкетування щодо моніторингу процедур внутрішнього забезпечення якості ОП. Свідченням продуктивної роботи системи забезпечення якості закладу вищої освіти є складений за результатами обговорення проєкту ОП в (<https://cutt.ly/RNBiidU>) та аналітичний звіт (<https://cutt.ly/rNBid8y>).

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

Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти регламентуються Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та Порядку перегляду (оновлення) освітніх програм їх удосконалення (модернізація) (<https://bit.ly/3rxR5cs>). За даною ОП Маркетинг акредитація проводиться вперше. Акредитація спеціальності Маркетинг проводилася у 2018 р., де було висловлено зауваження і побажання. Всі зауваження і рекомендації були враховані та виправлені, а саме: 1) всі лекційні заняття під час дистанційного навчання проводилися в режимі on-line згідно розкладу і посилять на ZOOM конференції ЗУНУ протягом 2020-2022 років; 2) оновлено і удосконалено електронні навчально-методичні комплекси дисциплін навчального плану, а також розроблені нові ОК, і повністю навчально-методичні комплекси до них, завантажені у систему дистанційного навчання ЗУНУ (<https://moodle.wunu.edu.ua/>).

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

ЕГ визначає, що в академічній спільноті ЗУНУ сформована культура якості освіти, яка сприяє постійному розвитку ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності. Це з'ясувалося ЕГ при зустрічах з фокус-групами та за відповідними поданими доказами ЗУНУ як на сайті університету, так і на вимогу ЕГ. Крім того, у ЗВО функціонує ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи, серед основних завдань якого перевірка ефективності та якості освітнього процесу та системи внутрішнього забезпечення якості освіти. У ЗВО діє цілісна система внутрішнього та зовнішнього підвищення кваліфікації. Керівний та адміністративний персонал ЗВО, Гарант ОП, академічний персонал та здобувачі під час фокус-зустрічей продемонстрували бажання до подальшого розвитку якості освітнього процесу за ОП «Маркетинг».

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

До сильних сторін можна віднести: наявність зрозумілої та чіткої процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП; залучення стейкхолдерів до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості; в академічній спільноті ЗУНУ сформульовано культуру якості; зацікавленість роботодавців, вмотивованих до співпраці в сфері удосконалення ОП та підготовці висококваліфікованих майбутніх працівників. Існування нормативних роз'яснень правил і процедур формування та оцінювання системи внутрішнього забезпечення якості ОП. Сильною стороною ОП з точки зору врахування експертної оцінки і удосконалення освітньої діяльності є тісна співпраця з потенційними та нинішніми роботодавцями, випускниками ОП. В подальшому керівники роботодавців працевлаштовують випускників у структурні підрозділи підприємств.

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

Не достатньо зрозумілі функції «Клубу маркетингологів» та умови його функціонування. Рекомендовано розширити функції «Клубу маркетингологів» та в 2022/2023 році розробити Положення про його функціонування. В 2022/2023 році залучити до роботи гуртка здобувачів для проведення семінарів, підготовки матеріалів на конкурси студентських наукових робіт, підготовка до участі в конференціях, обговорення наукових напрямів кафедри. Протягом 2022/2023 року розглянути можливість здійснювати перевірку кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти щодо матеріалів, розміщених в мережі Інтернет, а не лише щодо робіт у Репозитарії (7.4.4. перевірка роботи на ознаки плагіату здійснюється щодо праць у Репозитарії (розділ Бібліотека Юнічек) ЗУНУ - із Положення про систему запобігання плагіату в академічних текстах працівників та здобувачів ЗУНУ).

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Існуюча система забезпечення якості освіти базується на регламентованій процедурі розроблення, затвердження, перегляду та моніторингу ОП Маркетинг, дана процедура здатна забезпечувати якісну освіту. Наведені рекомендації сприятимуть покращенню культури якості в академічній спільноті ЗВО. Зауваження та пропозиції, сформульовані під час попередніх акредитацій ОП ЗУНУ враховано під час перегляду ОП Недоліки не є суттєвими і внутрішнє забезпечення якості освітньої програми відповідає вимогам Критерію 8 за рівнем В.

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.

Під час акредитаційної експертизи, здобувачі підтвердили, що в ЗУНУ визначенні чіткі, зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу зазначені у нормативних документах і знаходяться у вільному доступі на сайті ЗУНУ. ЕГ відмітила, зручність пошуку необхідного документа завдяки, тому що вони розподілені по категоріям. У вкладці «Публічне обговорення» <https://cutt.ly/aNVi8GC>, розміщені такі підрозділи, в яких містяться всі нормативні документи, які регулюють освітній процес: Організація освітнього процесу (<https://cutt.ly/gNJvOMV>); Матеріально-технічне забезпечення (<https://cutt.ly/gNJvOMV>); Цивільний захист (<https://cutt.ly/5NVi63V>); Забезпечення якості освіти (<https://cutt.ly/ZNJb1Py>); Публічне обговорення (<https://cutt.ly/NNVotaU>); Фінансово-господарська діяльність (<https://cutt.ly/gNJbDDV>); Освітні програми (<https://cutt.ly/ONJbXYU>); Ліцензування та акредитація (<https://cutt.ly/dNJb2hS>). ЕГ встановила, що всі учасники освітнього процесу ознайомлені з правами та обов'язками, дотримуються правил та процедур під час реалізації ОП «Маркетинг». Всі нормативні документи знаходяться у вільному доступі на сайті ЗУНУ.

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 пропозиції заінтересованих сторін.

Проект з ОП «Маркетинг» другого рівня вищої освіти опублікований за наступним посиланням (<https://cutt.ly/wNVodMc>). Для отримання зауважень чи пропозицій учасникам освітнього процесу можна користуватися функцією «Скринька для пропозицій», яка розташована біля проекту ОП «Маркетинг» з можливістю надіслати своє повідомлення. На сайті ЗВО, у вкладці «Проекти освітніх програм», оприлюднений аналітичний звіт за результатами громадського обговорення ОП «Маркетинг» другого рівня вищої освіти. У звіті міститься інформація про складові освітньої програми, пропозиції стейкхолдерів, результати врахування пропозицій та обґрунтування. На сайті кафедри, оприлюднені відгуки від здобувачів та випускників кафедри маркетингу (<https://cutt.ly/yNVoMoP>), що дає змогу отримати певні уявлення про роботу кафедри маркетингу. Під час зустрічі ЕГ з менеджментом ЗВО (зустріч 1, день 1), директор ННЦ МЯОМР, Шандрук С. засвідчив, що проект ОП розміщується на сайті університету, де протягом місячного терміну очікуються від стейкхолдерів пропозиції та зауваження. За результатами моніторингу групою забезпечення складається аналітичний звіт (<https://cutt.ly/iNVpB7G>). Під час зустрічі із роботодавцями та здобувачами було підтверджено, що вони надають свої пропозиції та рекомендації також під час розширених засідань, де внесені пропозиції обговорюються між присутніми (Витяг з протоколу №7 розширеного засідання кафедри від 16.05.2022; Протокол засідання Науково-методичної ради з питань якості вищої освіти ЗУНУ № 5 від 15.06.2022 р.; Витяг з протоколу № 9 засідання вченої ради Західноукраїнського національного університету від 15 червня 2022 року). Т. Борисова д.е.н, проф., завідувач кафедри маркетингу, Голова ГЗС, член наукометодичної комісії (підкомісії) сектору вищої освіти науково-методичної ради МОН 075 «Маркетинг» запропонувала у навчальному плані перенести із другого семестру у перший ОК1, що було цілком враховано. Т.Чубак, директорка з розвитку ТРЦ «Подoliaни», запропонувала включити до тематики професійно-орієнтованих дисциплін такі питання для вивчення, які допомогли би магістрам управляти стресостійкістю, емоціями, було враховано та відображено у ОК 5 «Стратегічний маркетинг», де були розроблені тематичні питання, які би враховували рекомендації із управління емоційним інтелектом та стресостійкістю та здатністю адаптуватися майбутньому спеціалісту-маркетологу до різноманітних ринкових диспропорцій. До вибіркового ОК було додана ВК «Розробка сайтів і WEB аналітика», яка була запропонована випускником кафедри маркетингу та маркетологом ТОВ ZAZA PRINT С.Оніщуком. Здобувачі вищої освіти, роботодавці, науково-педагогічні працівники підтвердили, що вони повною мірою проінформовані про особливості ОП і мають вільний доступ до цієї інформації на сайті ЗУНУ.

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

На офіційному веб-сайті ЗУНУ представлена інформація про ОП «Маркетинг» (<https://cutt.ly/UNVas9h>), яка включає в себе загальну інформацію: рівень вищої освіти, ступінь, що присуджують, галузь знань, спеціальність, форми навчання, термін навчання, обсяг кредитів, форму атестації випускників, академічні права випускників, працевлаштування випускників; характеристику освітньо-професійної програми: результати навчання, мету програми, фокус ОП, особливості програми; перелік обов'язкових ОК та вибіркового ОК (перелік не представлений). Інформація представлена в достатньому обсязі для інформування всіх заінтересованих сторін. На сайті університету також представлені РП та силабуси до нормативних, та силабуси до вибіркового ОК (окремні вибіркові ОК доповнені РП). В силабусах не відображені результати навчання, тому за відсутності РП більшості вибіркового ОК важко їх оцінити, що є не зручним при виборі здобувачем дисципліни. Здобувачі підтвердили, що також ознайомлюються з інформацією про ОП, через платформу Moodle, та соц.мережі. ЕГ встановила, що вся інформація стосовно ОП «Маркетинг» є точною та достовірною, в повному обсязі та своєчасно оприлюднена на сайті університету.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Всі нормативні документи є у вільному доступі на сайті ЗУНУ, інформація чітка та зрозуміла. На сайті розміщено інформацію про ОП «Маркетинг» в обсязі достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін. Залученість стейкхолдерів до перегляду ОП та врахування їх пропозицій. Наявність відгуків про діяльність кафедри маркетингу, що дає змогу отримати уявлення про практичну цінність роботи кафедри маркетингу.

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

Слабкою стороною з даним критерієм можна вважати відсутність у силабусах ОК визначених результатів навчання, що унеможливує оцінку даних результатів при виборі дисципліни у випадку якщо силабус не доповнений РП. Рекомендовано: до початку 2023/2024 н.р. розмістити на сайті не тільки силабуси вибіркового ОК, але й РП, або доопрацювати силабуси вибіркового ОК, зазначивши в них очікувані результати навчання.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

За результатами експертної оцінки визначено, що ОП «Маркетинг» має достатній рівень відповідності та узгодженості з якісними характеристиками за Критерієм 9 (включаючи підкритерії 9.1-9.3). На офіційному сайті ЗУНУ у вільному доступі розміщені необхідні нормативні документи які регулюють освітній процес. Учасники освітнього процесу переважно обізнані про свої права та обов'язки та частково дотримуються їх під час реалізації освітньої програми. Залученість стейкхолдерів до процесу періодичного перегляду освітньої програми, а також врахування пропозицій, які від них надходять.

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.

Експертна комісія відмічає, що під час дистанційної акредитаційної експертизи у ЗУНУ за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти гарантом ОП на запит ЕГ вчасно надавалися всі необхідні документи та матеріали, як підтверджують, доповнюють або уточнюють задекларовані у відомостях про самооцінювання ОП положення. За повного сприяння гаранта ОП, керівництва закладу, адміністративного та сервісного персоналу, стейкхолдерів експертами було проведено всі заплановані зустрічі відповідно до програми дистанційної роботи експертної групи. В цілому ОП справляє позитивне враження з урахуванням перспективи її реалізації та актуальності.

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

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

Вдовічена Ольга Геннадіївна

Члени експертної групи

Лищенко Маргарита Олександрівна

Чернишова Тая Валеріївна