

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Освітня програма	3160 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	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	3160
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	Хурдей Вікторія Дмитрівна, Скребкова Ксенія Станіславівна, Біловодська Олена Анатоліївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	23.10.2023 р. – 25.10.2023 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <http://surl.li/mspou>

Програма візиту експертної групи <http://surl.li/msppv>

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

Освітньо-професійна програма "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти є актуальною, логічно побудованою, відповідає попиту на регіональному ринку праці та запитам стейкхолдерів. При розробці та реалізації ОП враховано досвід авторитетних вітчизняних та іноземних ЗВО, зокрема, запозичено такі практики, як гармонізація цілей, компетентностей та ПРН. Фокус і унікальність ОП полягає в орієнтації на формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях. Особливістю є її побудова на тісній співпраці з підприємствами та організаціями різних форм власності, що дозволяє опанувати сучасні знання з маркетингу на реальних прикладах. Зміст ОПП відповідає предметній області спеціальності 075 "Маркетинг", навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з достатнім застосуванням досвіду вітчизняних та іноземних ЗВО. Освітній процес за ОПП забезпечений кадровим складом, що впроваджують необхідні методи та технології навчання, забезпечуючи фахове досягнення цілей та ПРН. Існує робота та співпраця з роботодавцями, академічною спільнотою, фахівцями-практиками та експертами. Проведена експертиза підтверджує відповідність організації освітніх процесів, зокрема, процесів проектування ОП та цілей освітньої програми, розробки структури та змісту ОП; формування доступу до ОП та визнання результатів навчання, організації навчання і викладання за ОП, контролю знань, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічної доброчесності, формування людських ресурсів, освітнього середовища та матеріальних ресурсів, системи внутрішнього забезпечення якості освітньої програми, створення прозорих та публічних процедур для якісного функціонування ОП. Таким чином, ОПП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають усім критеріям Додатку до Положення про акредитацію освітніх програм, з недоліками, які не є суттєвими.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

1. Проведення опитування здобувачів кожним викладачем після вивчення ОК для з'ясування задоволеності якістю та фактичного навчального навантаження здобувачів. 2. Врахування думки здобувачів щодо якості викладання ОК при переукладанні контрактів з НПП і встановленні залежно від отриманих результатів терміну контракту. 3. Залучення НПП до групи розробників ЄФВВ галузі знань 07 "Управління та адміністрування". 4. Облаштування укриття з оновленим ремонтом та необхідним забезпеченням відповідно до вимог ДСНС. 5. УДПУ має сформовану та діючу систему забезпечення якості освіти. Кафедрою здійснюється робота як щодо врахування пропозицій роботодавців, здобувачів, органів студентського самоврядування, науково-педагогічного та адміністративного персоналу та академічної спільноти. 6. В УДПУ створено центр професійного розвитку викладачів, який здійснює підбір оптимальних напрямків для підвищення кваліфікації НПП.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

1. Недостатнє залучення фахівців маркетингу різних суб'єктів господарювання до обговорення, розробки цілей та ПРН. 2. Нечіткість СЛХ ОП щодо пререквізитів, кореквізитів і постреквізитів, терміну вивчення ОК "Ділова іноземна мова", відображення вибіркового компонентів. 3. Недостатньо обґрунтовано досягнення окремих ЗК, ФК та ПРН з огляду на специфіку атестації та змісту ОК "Виробнича практика". 4. Обмежене застосування практичних (аналітичних, розрахункових та ін.) завдань при вивченні фахових ОК. 5. Недостатнє використання спеціалізованих програмних продуктів при викладанні ОК. 6. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання не достатньо конкретизовано у РП та силабусах, відсутнє чітке розподілення балів за кожне завдання, існує часткова обізнаність щодо розподілу балів. 7. Обмежена публікаційна активність за тематикою ОК у окремих НПП. 8. Опитування стейкхолдерів не містять питання можливих корупційних ситуацій та психологічної підтримки. 9. Термін дії ОП 2022 р. обмежений закінченням дії сертифіката про акредитацію, ОП 2023 р. - графіком навчального процесу. 10. У РП та силабусах види занять не співпадають із НП. 11. Відсутня інформація на сайті щодо кар'єрного шляху випускників, результатів опитування роботодавців. Рекомендації: 1. При наступному перегляді ОП до обговорення, розробки цілей та ПРН залучити фахівців відділів маркетингу підприємств, маркетингових агенцій тощо; у СЛХ відобразити правильне розміщення ОК "Ділова іноземна мова", коректні взаємозв'язки між ОК 1-го року та відобразити вибірково компоненти; переглянути матриці забезпечення ЗК, ФК і ПРН та програм виробничої практики і атестації щодо їх більш тісного зв'язку відповідно до специфіки і змісту. 2. Впроваджувати більшу кількість завдань практичного спрямування (розрахункових, аналітичних тощо) при вивченні ОК фахового спрямування. 3. Застосовувати спеціалізовані програми (SPSS, SurveyMonkey та ін.) при викладанні ОК. 3. Розробити чітку систему інформування та оцінювання кожного з видів завдань відповідно до тем ОК, додати цю інформацію до силабусів та РП, а також більш детально роз'яснювати ці критерії оцінювання здобувачам. 4. Підвищити публікаційну активність НПП з тематики ОК у фахових виданнях маркетингового спрямування, у т.ч. з індексцією МНБД "Scopus" і "Web of Science"; посилити інші здобутки професійної діяльності, зокрема, активізувати вивчення іноземної (англійської) мови з отриманням відповідних сертифікатів для участі у міжнародній академічній мобільності. 5. Розширити спектр опитувань щодо ситуацій пов'язаних з корупцією, психологічної підтримки. 6. Підвищити рівень контролю щодо: опису терміну дії ОП; забезпечення відповідності видів занять у РП та силабусах інформації у навчальному плані; відповідності тематики публікацій освітнім компонентам, які забезпечуються НПП. 7. Відобразити результати співпраці із роботодавцями у публічному доступі. 8. Розмістити інформацію на сайті про відділ обліку працевлаштування.

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.

Під час акредитаційної експертизи в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (УДПУ) встановлено, що ОПП "Маркетинг" має чітко встановлені цілі, що відповідають змісту ОП та корелюють зі спеціальністю. ОП 2022 р. (<http://surl.li/mmwsq>) та ОП 2023 р. (<http://surl.li/moiss>) має за мету підготовку висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, що володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом; здатні вирішувати складні задачі і проблеми в процесі професійної діяльності або навчання у сфері маркетингу. Ця мета відповідає основній меті, місії та пріоритетам УДПУ, викладеним у Стратегії розвитку УДПУ на 2021-2025 рр. (<http://surl.li/chtaz>): "підготовка висококваліфікованих та конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринках фахівців для освітніх та наукових установ, органів державної влади і управління, підприємств всіх форм власності за всіма рівнями вищої освіти у визначених галузях освіти, утвердження національних, культурних і загальнолюдських цінностей. Місія університету, що виступає граничною метою та інтегрує всі цілі життєдіяльності університету та відповідні функції, засновується на класичній тріаді: навчання-дослідження-громадське служіння". ЕГ відзначено, що можливості вдосконалення ОП враховані у Стратегії розвитку УДПУ, через принципи розвитку: "інноваційність та орієнтація на перспективний досвід; системність та безперервність освіти; відповідність міжнародним і національним фаховим стандартам якості", а також завданням, напрямкам розвитку конкурентних переваг у науково-дослідній і міжнародній діяльності, реалізації ефективної кадрової політики та ін., наприклад, "підвищення міжнародного авторитету університету, інтеграція у світовий простір ВО, участь у спільних проєктах з провідними світовими науковими центрами; впровадження у всі сфери діяльності університету новітніх інформаційних технологій" та ін. Під час зустрічі з гарантом та керівництвом ЗВО (зустрічі 1,2) було з'ясовано, що Стратегія розвитку УДПУ на 2021-2025 рр. (<http://surl.li/chtaz>), яку схвалено Вченою радою (прот.№9, 15.01.2021 р.), конкретизується в щорічних планах заходів, що створює підґрунтя для постійного динамічного розвитку освітніх програм УДПУ, в т. ч. ОПП Маркетинг магістерського рівня. Під час зустрічей з ЕГ гарант ОП і керівництво кафедри (зустрічі 1, 2) довели, що фокус та унікальність програми полягає в орієнтації на формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проєктну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях. Особливістю програми є побудова на тісній співпраці з підприємствами та організаціями різних форм власності, що дозволяє опанувати сучасні знання з маркетингу на реальних прикладах.

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

Під час зустрічі з роботодавцями і випускниками і та здобувачами (зустрічі 4, 5) встановлено, що під час розробки і перегляду ОП, зокрема, при визначенні цілей та результатів навчання, їх інтереси враховувались достатнім чином. До робочої групи з розробки ОП у 2023 р. було включено: директора "Благодійний фонд історико-культурний центр м.Умані" і здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти (прот.№9,24.02.2023 р.), а також отримано рецензії від представника академічної спільноти, роботодавців з відображенням урахування досвіду провідних ЗВО, проведених консультацій з фахівцями-практиками та роботодавцями. Було залучено ген.директора ПрАТ "Технолог", нач.фін. управління Уманської рай. держ. адм-ції Черкаської області та ін. Стейкхолдери (<http://surl.li/mpkig>) запрошувались для участі в засіданнях кафедри, де внесли пропозиції щодо модернізації ОП для більш ефективного досягнення цілей і ПРН. У витягах з прот.№3,13.10.2021 р., №6,28.01.2022 р., №7,22.02.2022 р., №4,28.10.2022 р., №9,24.02.2023 р. засідань кафедри (наданих гарантом ОП через систему НА на запит ЕГ) відображено пропозиції стейкхолдерів щодо удосконалення ОП та оновлення її змісту. Напр., у витягу з прот. №3,13.10.21 р. відображено пропозиції: нач.фін.-аналіт. відділу «Епіцентр К», засновника проєкту Level Invest, представника академічної спільноти - доц.каф. маркетингу Уманського національного університету садівництва щодо вилучення ОК "Соц.відповідальність", введення ОК "Ділова іноземна мова", "Психологія управління" тощо. У витягу з протоколу №6 від 28.01.2022 р. враховано пропозиції голови фермерського господарства ФГ "Гончар АГРО", нач.фін.-аналіт. від. "Епіцентр К", засн. проєкту Level Invest та ін. щодо введення ОК "Комплексний (міжпредметний) тренінг", додавання до випускної атестації комплексного екзамену за фахом тощо. У 2023 р. роботу з перегляду і оновлення ОП було продовжено, уточнено унікальність ОПП "Маркетинг"(прот.№ 9,24.02.2023 р.):внесено пропозиції доповнити програмні компетентності та результати навчання, що розширюють унікальність ОПП Маркетинг, запропоновано внести ОК "Рекламний менеджмент" (вільн.вибір), замінити ОК "Комплексний (міжпредметний) тренінг" на "Управління проєктами", внести ОК "Бенчмаркінг"(вільн.вибір) тощо. Пропозиції і результати обговорення (<http://surl.li/mpkjc>) враховано при оновленні ОП 2023 р. та підтверджено учасниками

зустрічей 4.5. Роботодавці, присутні на зустрічі з ЕГ, засвідчили свою участь в обговоренні ОП також у неформальних бесідах з гарантом і керівництвом кафедри. Здобувачі та випускники (зустрічі 4,5) наголосили, що вносять пропозиції щодо удосконалення ОП в ході щорічних опитувань, результати яких розміщені на сайті (<http://surl.li/mpklf>, <http://surl.li/mjunx>). Зацікавлені сторони також залишають пропозиції при щорічному обговоренні з 1.12 до 1.01, коли проєкт ОПП оприлюднюється (<http://surl.li/mnzag>). Однак, під час аналізу з'ясовано, що серед роботодавців є достатньо обмеженим коло саме фахівців-практиків маркетингу.

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.

Тенденції розвитку спеціальності, ринку праці та галузі відображені у рецензіях, наданих на ОП роботодавцями. Так, нач.фін.управління Уманської рай.держ.адм-ції підкреслено, що "В ОПП враховані потреби потенційних роботодавців, зокрема до переліку дисциплін вільного вибору включено вибіркові компоненти, які відповідають специфіці регіон. ринку праці". Директор ТОВ "Сервісно-технічний центр "УкрАвтоЗапчастина Умань" у рецензії, зустрічі 5 підтвердила "обов'язкові та вибіркові компоненти ОПП розкривають сутність актуальних проблем маркетингу". Нач.фін.-аналіт.відділу «Епіцентр К», засн. проєкту Level Invest у наданих рецензіях та при відповідях на питання (зустріч 5) зазначили, що перевагою ОП є врахування побажань стейкхолдерів при формуванні ОК, які за своїм змістом дозволяють сформувати необхідні загальні та професійні компетенції, ОП враховує динамічні зміни в освітній галузі та економіці регіону, а реалізація ОП відповідає сучасному рівню розвитку науки і практики. Були отримані схвальні відгуки від роботодавців про відповідність компетентностей випускників вимогам ринку праці (зустріч 5 з ЕГ). ЕГ підтверджує, що регіональний та галузевий контексти у ОП враховано через обов'язкові та вибіркові ОК, зокрема, "Марк.менеджмент", "Логіст.менеджмент", "Бізнес-етика в галузі", "Страт.маркетинг", "Управління проєктами" (<http://surl.li/rwfy>), для вступників 2022 р. - "Електр.комерція", "Маркетинг консалт.послуг", "Комерц.діяльність посередницьких підприємств", 2023 р. - "Інтернет реклама і маркетингові стратегії", "Маркетингове консультування", "Бренд-менеджмент", "Страховий маркетинг", "Реклам.менеджмент" (<http://surl.li/mplqb>); при виборі баз практик, написанні кваліфікаційних робіт. Під час розроблення ОП вивчався досвід програм вітчизняних та іноземних ЗВО, зокрема, КНУ імені Тараса Шевченка, НУ "Києво-Могилянська академія", КНЕУ ім. В.Гетьмана, Національного авіаційного університету, Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, The University of Manchester, Великобританія (<http://surl.li/laemq>), The University of Arizona, США (<http://surl.li/laenv>), Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Польща (<http://surl.li/laene>), Uniwersytet Pomorski w Słupsku, Польща (<http://surl.li/laeoh>). Під час зустрічі з гарантом ОП (зустріч 1) і керівництвом кафедри (зустріч 2) ЕГ з'ясувала, що результатом порівняння є висновок про наявність спільних рис ОП, а саме: обов'язковість підготовки магістерського проєкту (аналог випускної кваліфікаційної роботи) і стажування (аналог виробничої практики), що враховано при розробці даної ОП. Крім того, ФК і ПРН забезпечуються ОК: "Маркетинговий менеджмент", "Маркетинговий аналіз", "Маркетингове планування", "Стратегічний маркетинг", "Бізнес-етика", які є обов'язковими у даній ОП. Викладене свідчить: при складанні ОП були достатнім чином враховані сучасні тренди розвитку сфери маркетингу, міжнародний досвід, галузевий контекст та вимоги як вітчизняного, так і міжнародного ринків праці.

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.

До ОПП (2022 р., 2023 р.) включено всі програмні компетентності і програмні результати навчання відповідно до Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 "Маркетинг", затвердженому Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 р. Також до ОПП в редакції 2023 р. включено додаткову загальну компетентність ЗК 9 "Здатність до вдосконалення особистісних і професійних навичок та оволодіння сучасними знаннями" та фахову компетентність ФК 10 "Здатність застосовувати в практичній діяльності принципи стратегічного та інноваційного маркетингу", а також програмні результати навчання ПРН 16 "Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації" та ПРН 17 "Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання. ЕГ встановила, що ОП дозволяє досягти всіх результатів навчання, визначених у СВО, а також включених додатково, за рахунок обов'язкових ОК, про що свідчить Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми (розділ 8 даної ОП), а також результати озайомлення з робочими програмами обов'язкових ОК. ЕГ зазначає, що вибіркові ОК поряд з обов'язковими ОК, також забезпечують досягнення низки ФК та ПРН, включених до ОП, що підсилює професійну підготовку здобувачів у сфері маркетингу, завдяки опануванню актуальних і затребуваних роботодавцями компетентностей.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

не виявлено

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

1. Роботодавців фахівців маркетингу різних суб'єктів господарювання як учасників освітнього процесу залучено частково. Рекомендовано: для подальшого удосконалення ОП до обговорення, розробки цілей та ПРН при наступному перегляді ОПП "Маркетинг" залучити представників-практиків відділів маркетингу підприємств, маркетингових агенцій тощо.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

ОП та освітня діяльність за ОП відповідають вимогам підкритеріїв 1.1, 1.3, 1.4 повністю. Також встановлено, що ОП загалом відповідає вимогам підкритерію 1.2, визначена слабка сторона за цим підкритерієм не є суттєвою, оскільки не порушує законодавство і не впливає на реалізацію ОП. Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 1.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Освітньо-професійна програма "Маркетинг" для магістерського рівня вищої освіти (<http://surl.li/moiss>) затверджена Вченою радою УДПУ, протокол № 14 від 25.04.2023 р. і розроблена з урахуванням всіх вимог стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 "Маркетинг", затверджену Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року. ОПП щорічно переглядається. В системі Національного агентства та на сайті УДПУ (<http://surl.li/mmwsg>) представлений також варіант ОПП "Маркетинг" для магістерського рівня вищої освіти, затверджений Вченою радою Університету, протокол № 4 від 25.10.2022 р. і введений у дію 01.09.2022 р. ЄГ було з'ясовано, що дана ОП є оновленою версією ОП 2022 р. (<http://surl.li/mpsmx>), що була затверджена Вченою радою УДПУ, протокол № 13 від 26.04.2022 р. відповідно до наявних процедур УДПУ. Така необхідність появи нової версії ОП була викликана звільненням на початку 2022/2023 навчального року одного із членів проектної групи, що було з'ясовано за результатами бесіди із Гарантом ОП (зустріч 1). Структура і зміст ОПП визначаються "Положенням про освітні програми в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини" (<http://surl.li/dxcar>). До ОПП додані навчальні плани денної і заочної форм навчання, затверджені Вченою радою УДПУ, відповідно протокол № 18 від 27.06.2023 р. і протокол № 1 від 9.08.2022 р., які також розміщені на сайті УДПУ (<http://surl.li/mpcfn>). Обсяг ОПП "Маркетинг" становить 90 кредитів ЄКТС, що відповідає ст.5 Закону України "Про вищу освіту" та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" для другого (магістерського) рівня. Обсяг обов'язкових ОК, спрямованих на досягнення ПРН, становить 66 кредитів ЄКТС, а загальний обсяг ОК за вибором здобувачів 24 кредити ЄКТС, тобто 27%. Таке співвідношення відповідає вимогам Закону України "Про вищу освіту", відповідно до яких обсяг дисциплін за вільним вибором здобувачів має становити не менше 25%. ОПП Маркетинг 2022 і 2023 рр. оприлюднені на сайті УДПУ в розділі "Навчання. Освітні програми", за посиланням (<http://surl.li/mpcfn>). Експертами проаналізовано ОПП "Маркетинг" і встановлено відповідність Стандарту вищої освіти за обсягом, структурою, програмними компетентностями, програмними результатами навчання і формою атестації здобувачів.

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 чітко структурована, загальний час навчання в цілому пропорційно розподілений за семестрами і роками навчання. Обов'язкові ОК складають 66 кредитів (кр.), з них ОК циклу загальної підготовки 14 кр. ОК циклу професійної та практичної підготовки 52 кр. Практична підготовка передбачає виробничу практику (ВП, ОК12) в обсязі 9 кр. Атестація: підготовка випускної кваліфікаційної роботи (ВКР) 9 кр., комплексний екзамен за фахом

(КЕФ) 3 кр., всього 12 кредитів. Вибіркові ОК передбачають 24 кр. Навчальний план (НП) сформований відповідно до опису ОП та структурно-логічної схеми (СЛХ). ЕГ проаналізувала "Матрицю відповідності програмних компетентностей навчальним компонентам" (Розділ 7 ОП) і "Матрицю забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними ОК" (Розділ 7 ОП) і встановила, що ОП забезпечує формування всіх програмних компетентностей і досягнення всіх включених до неї ПРН відповідно до СВО, а також додаткових, що передбачено ОП у 2023р.: ЗК 9 "Здатність до вдосконалення особистісних і професійних навичок та оволодіння сучасними знаннями", ФК 10 "Здатність застосовувати в практичній діяльності принципи стратегічного та інноваційного маркетингу", ПРН 16 "Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації", ПРН 17 "Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання", що повною мірою забезпечуються обов'язковими ОК («Ділова іноземна мова», «Бізнес етика в галузі», «Психологія управління», "Управління проектами", "Стратегічний маркетинг", "Маркетинговий менеджмент", "Маркетинг інновацій", "Маркетинговий аналіз", "Логістичний менеджмент", "Маркетингове планування"). Матриця відповідності ПРН, ОК, методів навчання, форм та методів оцінювання (Табл. 3 відомостей про СО) також засвідчує повне забезпечення обов'язковими компонентами ОП ПРН, як визначених Стандартом ПРН 1-15, так і додатково включених ПРН 16, 17. ЕГ визначила, що ОП достатнім чином забезпечує формування ЗК і досягнення ПРН. ЗК формуються за рахунок обов'язкових ОК загальної підготовки "Ділова іноземна мова", "Бізнес етика в галузі", "Методологія та організація наукових досліджень", "Психологія управління", а також професійно орієнтованих та вибіркового ОК. Аналіз РП і силабусів ОК (<http://surl.li/rwfy>, <http://surl.li/mplqb>), програм ВП (<http://surl.li/mptcz>, <http://surl.li/mptdx>, <http://surl.li/mptel>), програми КЕФ (<http://surl.li/mptcc>), рекомендацій до виконання ВКР (<http://surl.li/mptfk>) в частині як змісту, так і результатів навчання показав, що ОК дозволяють досягти заявлених цілей та ПРН. Проте аналіз СЛХ ОПП та НП засвідчує, а також матриць забезпечення відповідності компетентностей та ПРН відповідними компонентами ОП, що вони не є достатньо коректними (див. слабкі сторони п. 1-4).

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

ОП визначена як освітньо-професійна програма. Аналіз змісту ОП свідчить про загальну відповідність предметній області, визначеній Стандартом спеціальності 075 "Маркетинг" другого рівня вищої освіти (Наказ МОН № 960 від 10.07.2019 року). На основі вивчення силабусів і робочих програм обов'язкових ОК (<http://surl.li/rwfy>) ЕГ встановила, що вони розкривають поняття, концепції, принципи маркетингу та уможливають їх використання в практичній сфері. Об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання відповідають тим, що визначені Стандартом. ОК, передусім обов'язкові, в цілому відповідають спеціальності 075. За пропозиціями роботодавців у 2023р. було замінено ОК "Комплексний (міжпредметний) тренінг" на "Управління проектами", вилучено ОК "Курсова робота за фахом", що відповідає цілям ОП, світовим трендам і євроінтеграційним прагненням України. Крім того, проектною групою розширено перелік ВК і введено "Маркетинг кроскультурного середовища", "Маркетинг у глобальному ринковому середовищі". Виробнича практика забезпечує опанування знань і вмінь у контексті освоєння методів і засобів практичної професійної діяльності в сфері маркетингу, сприяє зближенню теоретичної і практичної складових ОП. В ОП включені такі ОК гуманітарного та загально-економічного спрямування, як "Методологія та організація наукових досліджень", "Бізнес-етика в галузі", які надають знання, пов'язані з науковою та практичною професійною діяльністю в сфері економіки, а також практичних форм взаємовідносин людей у професійній сфері, їх ціннісний зміст і значимість; сучасні етичні норми, інструменти та технології в сфері бізнесу та ділових відносин. Також ОП включає ОК з удосконалення мовної компетентності "Ділова іноземна мова" (<http://surl.li/mputq>), що відповідає вимогам до фахівців у галузі маркетингу на ринку праці. Здобувачі вивчають також дисципліну "Психологія управління" (<http://surl.li/mpruvj>), що спрямована на формування знань і навичок щодо раціоналізації управлінської діяльності на основі використання психологічних механізмів, закономірностей, прийомів, а також формування і розвиток особистих та ділових якостей. Щодо циклу професійної підготовки в нього включені ОК, які формують загальні і фахові компетентності. Це такі ОК як «Стратегічний маркетинг» (<http://surl.li/mpruwu>), «Маркетинговий менеджмент» (<http://surl.li/mpruyc>), "Логістичний менеджмент" (<http://surl.li/mpruyt>) та ін. Слід відмітити, що у межах вивчення ОК, наприклад, "Стратегічний маркетинг" розглядаються особливості стратегій під час пандемії та війни в країні. Важливим ОК ОПП зі спеціальності 075 в умовах швидких змін та інноваційного розвитку підприємств є "Маркетинг інновацій" (<http://surl.li/mpruzr>). Проте його зміст, представлений у робочій програмі, недостатньо відображає особливості маркетингових інструментів на ринку інновацій (із 7 тем 6 відповідають інноваційному маркетингу, а не маркетинговому забезпеченню розвитку інновацій).

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ОП Маркетинг визначена та регулюється "Положенням про організацію освітнього процесу" (<http://surl.li/mpzhp>), затверджене Вченою Радою (прот. №11, 22.02.2022 р.), "Положенням про порядок вільного вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти" (<http://surl.li/mpzht>), затверджене Вченою Радою (прот. №8, 27.01.2020 р.), "Положенням про порядок реалізації прав на академічну мобільність учасниками освітнього процесу" (<http://surl.li/mpzhx>), затверджене Вченою Радою (прот. №9, 25.01.2022 р.). ОПП "Маркетинг" містить ОК вільного вибору обсягом 24 кр. ЄКТС, або 26,7% від загального

обсягу ОП, що повністю відповідає ЗУ "Про вищу освіту". Всі вибіркові ОК вивчаються в 2,3 семестрах. ЕГ з'ясувала, що здобувачі можуть реалізувати право на вибір ОК шляхом вибору: з варіативної складової НП ОП; ОК із Переліку, що пропонуються на семестр; ОК із обов'язкової або вибіркової частини НП іншої ОП того ж або іншого освітнього рівня; ОК в іншому закладі-партнері за умови реалізації права на академ мобільність або навчання за прогн. подвійного диплома. На сайті ННІ економіки та бізнес-освіти оприлюднено Перелік ОК вільного вибору (<http://surl.li/npurqr>), Інструкція (<http://surl.li/mpysz>), які щорічно оновлюються відповідно до вимог ринку праці, реалій сьогодення, пропозицій стейкхолдерів та ін. Перелік розробляється робочою групою, до складу якої входить: гарант ОП, члени групи забезпечення, члени наук.-метод. ради Інституту, студентство тощо. Так, наприклад, до складу варіативної компоненти ОП 2023 р. було введено ОК "Маркетинг кроскультурного середовища", "Маркетинг у глобальному ринковому середовищі" (витяг з прот.№7,22.02.2022 р.). Крім того, Гарантом ОП проводяться зустрічі (<http://surl.li/lfhg>, <http://surl.li/npuyui>), де інформують здобувачів про терміни та особливості здійснення вибору; куратори теж надають інформаційно-консультаційний супровід протягом всього процесу вибору. Здобувачі ознайомлюються зі змістом ОК вільного вибору шляхом опрацювання силабусів (<http://surl.li/implqb>) і до встановленої розпорядженням першого проректора дати подають заяви на кафедру відповідальній особі. Вибрані здобувачем ОК включаються до індивідуального навчального плану і є обов'язковими для вивчення. Також здобувачі можуть обирати бази практики, теми магістерських кваліфікаційних робіт, індивідуальних завдань у межах ОК. На зустрічі з ЕГ (зустріч 4) здобувачі засвідчили, що ознайомлені з правом вибору, порядком формування індивідуальної освітньої траєкторії та переліком вибіркових ОК; що вони обирали дисципліни за зрозумілою процедурою. За результатами ознайомлення з документами, що регулюють порядок вибору дисциплін, інформацією, отриманою під час візиту ЕГ дійшла висновку, що структура ОП "Маркетинг" передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, через індивідуальний вибір здобувачами ОК у необхідному обсязі. В УДПУ розроблена і використовується зрозуміла і прозора процедура вибору.

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

ОПП "Маркетинг" передбачено різні види практичної підготовки. Передусім це виробнича практика обсягом 9 кредитів у 2 семестрі. Крім того, на зустрічах ЕГ із НПП та здобувачами (зустрічі 3, 4) з'ясовано, що на практичних заняттях проводиться розгляд ситуаційних вправ (кейсів). Проведення практики здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про організацію практики в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (денної та заочної форм навчання) (<http://surl.li/dxaav>). Завантажена до системи НА робоча програма ОК12 "Виробнича практика", затверджена належним чином у 2023 р., вона також оприлюднена на сайті ННІ економіки та бізнес-освіти (<http://surl.li/mqavv>). Крім того, у загальному доступі є графік проходження практики, регламент організації практики здобувачів вищої освіти ННІЕБО у дистанційному режимі, завдання програм практик до умов реалізації дистанційного навчання, бази практик, зразки документів (<http://surl.li/mqatf>). Аналіз документів та результати зустрічей ЕГ з НПП, здобувачами, роботодавцями і випускниками, керівниками структурних підрозділів (зустрічі 3-5, 8) дозволяють стверджувати, що зміст практичної підготовки відповідає цілям ОП, і під час практики здобувачі набувають компетентності щодо здійснення маркетингової, управлінської, аналітичної діяльності. Проводяться опитування щодо якості організації практичної підготовки, результати якого є позитивними (<http://surl.li/mqnbj>). Згідно з матрицею відповідності програмних компетентностей компонентам ОП (Розд. 7 ОП) і матрицею забезпечення ПРН відповідними компонентами ОП (Розд. 8 ОП) виробнича практика має на меті формування всіх ЗК, ФК, ПРН. Під час зустрічі з ЕГ (зустріч 5) роботодавці підтвердили проходження практики на їх підприємствах. ЕГ відмітила, що до освітнього процесу залучаються періодично професіонали практики, експерти та представники роботодавців, що зазначено у результатах опитування здобувачів (<http://surl.li/moltx>). Також на відкритій зустрічі, до якої доєднався бізнес-тренер і незалежний консультант (www.rlemeshchuk.com), було підтверджено участь у спільних наукових заходах і проєктах, наприклад, науково-практичний семінар "Бізнес та інвестиції", на якому також були представлені доповіді автора цифрового контенту на тему "Ефективний маркетинговий контент та як його генерувати у різних нішах бізнесу", директора з маркетингу Банк Кредит Дніпро на тему "Команда СМО. Моделі організації маркетингу компанії", маркетолог ППСвіт Вікон на тему "Інтернет-маркетинг: особливості та інструменти". На резервній зустрічі 7 ЕГ долучилася до проведення практичного заняття з ОК "Логістичний менеджмент", де у змішаному форматі здобувачі обговорювали тему "Логістичний менеджмент закупівельної діяльності". При цьому було з'ясовано, що заняття не передбачає практичних кейсів та завдань, що підтвердило встановлене ЕГ (за матеріалами опрацювання робочих програм) обмеження застосування практичних завдань за освітніми компонентами ОП.

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

Набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям ОП, здійснюється шляхом опанування як загальними, так і фаховими компетентностями, включеними до ОП. Як свідчить матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОП (Розділ 7 ОП), загальні компетентності формують переважна більшість обов'язкових ОК, серед яких пріоритетними є "Бізнес етика в галузі", "Психологія управління", "Маркетинг інновацій", "Стратегічний маркетинг", "Маркетингове планування", "Управління проєктами", виробнича практика, виконання магістерської кваліфікаційної роботи та складання комплексного екзамену за фахом. Процес формування соціальних навичок через опанування загальними компетентностями відображений у робочих програмах обов'язкових навчальних дисциплін, викладених до системи НА і силабусах, розміщених на сайті (<http://surl.li/rwfy>), а також в середовищі Moodle (гостьовий доступ до якого було надано на запит ЕГ).

Здобувачі та представники студентського самоврядування під час зустрічей з експертами (зустрічі 4, 7) навели приклади соціальних навичок (лідерство, комунікабельність, креативність, здатність працювати в команді, шукати і узагальнювати інформацію), здобутих у процесі навчання за ОП "Маркетинг" шляхом написання і захисту кваліфікаційних магістерських робіт і звітів з практик, участі в наукових конференціях, науково-практичних семінарах, тренінгах, благодійних акціях та інших заходах, які проводяться в УДПУ, та висловили задоволення можливістю застосування цих навичок у практичній діяльності. Під час практичної підготовки здобувачі набувають навичок організаторської та управлінської діяльності, міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач у сфері маркетингу. Практичний психолог УДПУ (<http://surl.li/girwz>) у роботі зі студентами застосовує тренінгові програми з розвитку навичок soft skills, що було підтверджено на зустрічі з керівниками структурних підрозділів (зустріч 8).

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

Відповідно до наданої ОПП, професійна кваліфікація випускникам не присвоюється і при цьому у відомостях СО наведено, що "Професійний стандарт відсутній". Однак, ЕГ наголошує, що Наказом Міністерства економіки України від 18 жовтня 2021 року №751-21 затверджено професійний стандарт «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» та Наказом Міністерства економіки України від 11 січня 2022 року № 81-22 затверджено «Професійний стандарт «Рекламист»».

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 змісту компонентів ОП показав достатність обсягу аудиторної та самостійної роботи для досягнення ПРН. Відповідно до "Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини" (<http://surl.li/mpazl>) навантаження здобувача з ОК складається з навчальних занять (лекцій, практичних занять, консультацій), самостійної роботи та проходження контрольних заходів, на які розподілено кредити, встановлені для навчальних дисциплін, а обсяг аудиторних годин на один кредит становить для здобувачів магістерського рівня 8-10 годин. Сумарний обсяг ауд. навчальних занять для денної форми навчання за ОС Магістр даної ОП не перевищує 18 год. на тиждень, що відповідає встановленим вимогам. Самостійна робота регламентується "Положення про самостійну роботу здобувачів..." (<http://surl.li/coznr>), відповідно до якого обсяг самостійної роботи з кожної ОК регламентується нормативними документами МОНУ, НП (робочим НП) і знаходиться в межах від 1/3 до 2/3 загального обсягу навчального часу, відведеного для вивчення конкретної навчальної дисципліни. Співвідношення обсягу аудиторних занять і самостійної роботи здобувача визначається з урахуванням специфіки та змісту конкретної навчальної дисципліни, її місця, значення в реалізації ОП, а також питомої ваги в освітньому процесі. На зустрічі з ЕГ (зустріч 4) здобувачі повідомили, що під час навчального процесу і виконання самостійної роботи не відчують перевантаження або недовантаження. Звідси можна припустити, що фактичне навантаження здобувачів, як правило, відповідає обсягу окремих ОК. Опитування здобувачів щодо навантаження проводиться на рівні Інституту економіки та бізнес-освіти. За результатами опитування здобувачів щодо задоволеності методами і формами навчання та викладання, проведеного у 2023 році (<http://surl.li/moltx>) 88% студентів вважають, що розподіл часу на на аудиторну та самостійну роботу за ОП є оптимальним, 8% частково погоджуються. Крім того, за результатами відповіді гаранта (зустріч 1) ЕГ з'ясувала, що моніторинг фактичного навчального навантаження здобувачів ОП "Маркетинг" проводиться за рахунок опитування здобувачів, що проводить кожен викладач після вивчення ОК, що знайшло підтвердження під час зустрічей з НПП і здобувачами (зустрічі 3, 4). Також здобувачі, випускники та роботодавці повністю поділяють необхідність проведення комплексного екзамену за фахом як складову атестації додатково до передбаченої СВО кваліфікаційної роботи магістра і не вважають перевантаженням (зустрічі 4, 5).

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.

На сьогоднішній день підготовка здобувачів вищої освіти ОПП Маркетинг за дуальною формою освіти не здійснюється.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Позитивною практикою ЕГ вважає проведення опитування здобувачів кожним викладачем після вивчення ОК для з'ясування задоволеності якістю та фактичного навчального навантаження здобувачів.

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

1. Відповідно до структурно-логічної схеми (Розділ 6 ОП) ОК "Ділова іноземна мова" вивчається у 1 семестрі, що не відповідає НП, де зазначено 2 семестр, а в робочій програмі - 1-2 семестри. 2. Відповідно до структурно-логічної схеми і навчального плану ОК "Бізнес-етика в галузі", "Психологія управління", "Страт.маркетинг", "Марк.менеджмент", "Логіст.менеджмент" вивчаються у 1 семестрі паралельно, тому не можуть бути основою для вивчення одна одної. 3. У структурно-логічній схемі не відображені вибіркові компоненти (ВК 01-06), зазначені в табл.переліку компонент ОП у розд.3 "Логічна послідовність освітніх компонент освітньої програми Маркетинг". 4. У деяких ОК відповідно до матриць забезпечення відповідності компетентностей та ПРН відповідними компонентами ОП є не достатньо обґрунтоване коло досягнення окремих компетентностей та ПРН (ОК12 і атестація). Зокрема, випускна атестація та зміст ОК12 "Виробнича практика" відображають взаємозв'язок з усіма ЗК, ФК і ПРН. Проте, підготовка кваліфікаційної роботи і складання комплексного екзамену за фахом, а також опанування ОК 12 – це самостійна робота, тому слабо корелюється із ЗК 5 "Навички міжособистісної взаємодії" та ПРН 8 "Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу". Крім того, ПРН 13 "Керувати марк. діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання" та ПРН 14 "Формувати марк. систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку" більше пов'язані з практичною діяльністю, ніж з атестаційними складовими ОП. 5. Зміст, представлений у робочій програмі ОК "Маркетинг інновацій", недостатньо відображає особливості маркетингових інструментів на ринку інновацій. 6. Застосування практичних завдань за освітніми компонентами ОП відбувається обмежено. Рекомендовано: 1. При наступному перегляді ОПП у структурно-логічній схемі відобразити правильне розміщення ОК "Ділова іноземна мова", коректні логічні взаємозв'язки між освітніми компонентами 1-го року та визначити вибіркові компоненти з назвами, за якими вони включені в таблицю розділу 3 "Логічна послідовність освітніх компонент освітньої програми Маркетинг". 2. При наступному перегляді ОПП переглянути матриці забезпечення програмних компетентностей і результатів навчання та програм виробничої практики і атестації на предмет визначення їх більш тісного зв'язку. 3.3 наступного 2024/2025 навчального року відкоригувати зміст робочої програми і передбачити відповідні теми щодо особливостей маркетингових інструментів на ринку інновацій. 4. Для покращення практичної підготовки здобувачів залучати не менше, ніж раз на семестр з кожної ОК фахівців-практиків у сфері маркетингу, а також при захисті кваліфікаційних робіт. 5. Впроваджувати у навчальний процес більшу кількість завдань практичного спрямування (розрахункові, аналітичні тощо) за освітніми компонентами ОП.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

ОП та освітня діяльність за ОП відповідають вимогам підкритеріїв 2.1, 2.4, 2.6-2.9 повністю. Також встановлено, що ОП загалом відповідає вимогам підкритеріїв 2.2, 2.3, 2.5, визначені слабкі сторони за цими підкритеріями не є суттєвими, оскільки не порушують законодавство і не викривляють зміст та структуру ОП. Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 2.

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

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

Правила прийому на навчання до УДПУ в 2023 р. (зі змінами) затверджені ректором 10.07.2023 р. Документ розміщений на сайті УДПУ в розділі "Структура"- "Приймальна комісія"- "Вступникам"- "Правила прийому та нормативні документи"- "Правила прийому" (<http://surl.li/mgxo>), інформація про вступ є чіткою та доступною для потенційних вступників. Крім цього, посилання на Правила прийому на навчання до УДПУ в 2023 р. розміщено на сайті Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти УДПУ (далі ННІЕБО УДПУ) (<http://surl.li/mnuej>) не оновлені, у першій редакції затверджені ректором 25.04.2023 р. Крім цього у вкладці "Вступникам" на сайті ННІЕБО УДПУ розміщена наступна інформація: програми вступних випробувань, розклади вступних випробувань і консультацій, вартість навчання, результати вступних випробувань, списки рекомендованих до зарахування (<http://surl.li/mnugq>). Варто відзначити, що розміщені: програма вступного випробування "Основи маркетингу" (вступ за іншою спеціальністю) (<http://surl.li/mnulum>), програма (ЄФВВ) предметних тестів (<http://surl.li/fiwox>) та зразок мотиваційного листа (<http://surl.li/mnumi>), що, відповідно до слів гаранта ОП під час зустрічі з ЕГ, дає змогу вступникам підготуватися до вступу на ОП «Маркетинг», навіть якщо вони раніше навчалися за іншими спеціальностями. Проте, на сайті ННІЕБО УДПУ у вкладці "Вступникам" розміщено програму (ЄФВВ) з Управління

та адміністрування лише 2022 р. В результаті інтерв'ювання здобувачів ЕГ зробила висновок, що правила прийому на навчання за ОП є чіткими та зрозумілими. Здобувачі підтвердили, що під час вступу до магістратури в них не виникали питання про процедуру та вимоги для вступу, ознайомилися вони з відповідною інформацією та правилами прийому до УДПУ на сайті та в соціальних мережах ННІЕБО УДПУ (<https://www.facebook.com/nnietbo/>), під час зустрічей з представниками кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, директором ННІЕБО, а також за телефоном приймальної комісії. Дискримінаційних положень правила прийому не містять.

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

Відповідно до Правил прийому (зі змінами) на навчання до УДПУ 2023 р. (<http://surl.li/mgxvo>) прийом здобувачів освітнього ступеня магістр на ОП Маркетинг здійснюється у формах: на основі ОС Бакалавр – результати ЄВІ та ЄФВВ; на основі ОС Магістр з іншої спеціальності – результати співбесіди з іноземної мови та фахового вступного випробування з урахуванням розгляду мотиваційних листів передбачених Правилами прийому: "Мотиваційний лист - викладена вступником письмово (відповідно до визначених закладом вищої освіти вимог до структури та змісту мотиваційного листа) інформація про його особисту зацікавленість у вступі на певну конкурсну пропозицію (заклад освіти) та відповідні очікування, досягнення у навчанні та інших видах діяльності, власні сильні та слабкі сторони, до якого у разі необхідності вступником може бути додано копії (фотокопії) матеріалів, що підтверджують викладену в листі інформацію" (ст.7 Правил прийому). "Програма вступного випробування "Основи маркетингу" розміщена на сайті (<http://surl.li/mnulum>) та базується на змісті дисциплін "Маркетинг", "Маркетингова товарна політика", "Маркетингова цінова політика", "Маркетингові комунікації". Правила прийому на навчання за ОП "Маркетинг" враховують її особливості та є ефективним способом формування контингенту здобувачів, які вмотивовані та здатні до навчання. Під час зустрічі зі структурними підрозділами, ЕГ дізналася від представниці відділу Приймальної комісії, що протягом звітного періоду правила прийому змінювалися три рази відповідно до змін в умовах вступу, визначеними МОН України, які були пов'язані з військовим положенням та військовими діями в Україні.

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.

В УДПУ 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.). Вказані правила регламентується Р.6 Положення про організацію освітнього процесу УДПУ (<http://surl.li/coznt>), Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу УДПУ (<http://surl.li/dwxjr>), Положення про порядок перезарахування результатів навчання та визнання академічної різниці в УДПУ (<http://surl.li/ebcfv>), Положенням про порядок відрухування, поновлення, переведення здобувачів вищої освіти УДПУ (<http://surl.li/dkvla>) та Правилами прийому УДПУ. Положення розміщені на сайті УДПУ у вкладках "Нормативні документи УДПУ", "Документи з організації освітнього процесу". Під час зустрічі 4, здобувачами ВО підтверджено, що визнання результатів навчання в рамках академічної мобільності визнаються на основі системи ЄКТС директором ННІЕБО за заявою здобувача ВО на підставі висновку експертної комісії або завідувача кафедри. Практики застосування вказаних правил на ОПП Маркетинг не було. Проте, під час зустрічі 4, здобувачі ВО підтвердили, що вони знають де шукати відповідну інформацію про академічну мобільність на сайті УДПУ. Окрім цього, є здобувачі, які висловили не зацікавлення до даних можливостей, адже своє майбутнє пов'язують лише з Україною. Органи студентського самоврядування інформують здобувачів з приводу можливостей академічної мобільності у месенджері телеграм (<https://t.me/udrpnietbo>). Також, щодо можливостей академічної мобільності, здобувачів інформує на офіційному сайті Відділ міжнародних зв'язків (<http://surl.li/shbs>).

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.

Визнання результатів неформальної освіти регламентується Положенням про порядок перезарахування результатів навчання та визнання академічної різниці в УДПУ (<http://surl.li/ebcfv>). Визнання результатів неформальної освіти в УДПУ дозволяється для дисциплін, які починають викладатися з другого семестру та розповсюджується як на обов'язкові дисципліни, так і на вибіркові ОК. Загальний обсяг ОК, що зараховуються, не може перевищувати 25% відповідної ОПП. П.4.6. даного положення передбачає створення Експертної комісії у складі: завідувача кафедри, гаранта ОП (за якою навчається здобувач), викладачів (які забезпечують реалізацію даної ОП). Здобувач ВО подає заяву із долученням інших документів, які можуть прямо чи опосередковано засвідчувати наведену в ній інформацію. Експертна комісія визначає можливість визнання результатів навчання. На ОП були випадки визнання результатів неформальної освіти: за рішенням Експертної комісії визнані результати навчання, отримані шляхом неформальної освіти під час проходження онлайн-курсів на платформі Prometheus. Трьом здобувачам ВО було

зараховано 20 балів за ІНДЗ (в обсязі 0,5 кредита) з ОК. Комплексний (міжпредметний) тренінг (<http://surl.li/mnvnqf>). Під час зустрічей 3 та 4, виявлено, що здобувачі ВО ознайомлені із можливостями неформальної освіти. Під час інтерв'ювання викладачів, було з'ясовано, що НПП мають алгоритм часткового зарахування результатів неформального навчання форматів онлайн чи офлайн тренінгів відповідно до планів навчання, з яким здобувачів ознайомлюють на першому занятті.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

не виявлено

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

1. Правила прийому на навчання до УДПУ в 2023 р. розміщено на сайті ННІЕБО УДПУ (<http://surl.li/mnuej>) не оновлені, у першій редакції затверджені ректором 25.04.2023 р. Рекомендовано: враховуючи відсутність актуальної інформації (2023 р.) щодо вступу на ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня ВО, ЕГ рекомендує відслідковувати наявність на сайті актуальної інформації для вступників і вносити вчасні корективи

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

ОП має чіткий рівень узгодженості за підкритеріями 3.1, 3.2, 3.3 та достатньо високою мірою узгоджена за підкритерієм 3.4 (зважаючи на відсутність актуальної інформації щодо вступу у 2023 р.). Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП «Маркетинг» загалом відповідає Критерію 3.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Здобуття ВО у УДПУ на ОП "Маркетинг" здійснюється за денною та заочною формами. Форми та методи викладання регламентуються "Положенням про організацію освітнього процесу" (<http://surl.li/mpzhp>), затверджене Вченою Радою (прот. №11, 22.02.2022 р.). На ОП Маркетинг згідно з навчальним планом (<http://surl.li/mpswv>, <http://surl.li/mpswm>) освітній процес здійснюється за формами навчальних занять (лекції, практичні заняття), самостійна робота, практична підготовка і контрольні заходи (екзамени і заліки за ОК, атестація). Організацію освітнього процесу здійснюють з використанням можливостей сучасних інформаційних технологій навчання на засадах студентоцентрованого навчання, компетентнісного підходу, забезпечення незалежної та об'єктивної оцінки результатів навчання та набуті кваліфікації. В УДПУ створено Інформаційне освітнє середовище (ІОС), що працює на платформі Moodle, де міститься інформація по кожній ОК: новини, робоча програма, розподіл балів, анкета щодо вражень від навчальної дисципліни, конспект лекцій, індивідуальні завдання, рекомендована література, глосарій, питання для самостійної роботи, тести, завдання підсумкового контролю, практичний блок (на запит ЕГ було надано гостьовий доступ). Кожен з курсів проходить сертифікацію, що регулюється "Положенням про сертифікацію електронних навчальних курсів, розміщених у системі дистанційного навчання (платформа Moodle)", затверджене Вченою радою (прот. №9,25.02.2020 р.). НПП разом із традиційними методами викладання використовують інтерактивні та методи активного навчання: мозковий штурм, проблемне навчання, дебати, перехресна дискусія, проєктний метод, кейси, ситуаційні вправи, ділові ігри тощо. Для досягнення ПРН пріоритетним є використання викладачами саме таких методів, спрямованих на формування та закріплення професійних знань, умінь та навичок, розвиток професійних якостей майбутнього фахівця. В умовах воєнного стану освітній процес може забезпечуватися з використанням технологій дистанційного навчання у асинхронному (Moodle, Google Classroom, месенджери) та у синхронному режимі (Google Meet, Zoom тощо). Для визначення задоволеності формами і методами навчання відбуваються опитування здобувачів (<http://surl.li/moltxl>), що має на меті усунення недоліків та підвищення якості викладання та навчання за ОП. Студентоцентрованість ОП та академічна свобода забезпечується комплексом заходів на основі "Положення про організацію освітнього процесу" (розділ 6, 7), де передбачена можливість вибору

студентами ОК та індивідуальної освітньої траєкторії, академічна мобільність, вибір теми дослідження. Здобувачі можуть обирати також і керівника кваліфікаційної роботи, що було підтверджено в ході проведення фокус-груп зі здобувачами (зустріч 4). Загалом навчання та викладання в межах ОПП Маркетинг відповідає вимогам Стандарту ВО зі спеціальності 075 Маркетинг магістерського рівня, що підтверджено в ході ознайомлення з документами, зустрічами з адміністрацією, викладачами та здобувачами.

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).

Інформація щодо змісту, цілей, програмних результатів, оцінювання в межах окремих освітніх компонент ОП міститься у відкритому доступі на сайті (<http://surl.li/mpcfn>). Також є можливість ознайомитись із робочими програмами і силабусами обов'язкових ОК (<http://surl.li/rwfy>) та силабусами вибіркових ОК (<http://surl.li/mplqb>) ОП "Маркетинг", які містять інформацію про завдання, результати навчання, зміст дисципліни, критерії оцінювання та ін. Так, у робочих програмах відповідно до вимог "Положення про роботу програму навчальної дисципліни..." (<http://surl.li/ebcgt>), що затверджене Вченою Радою (протокол № 8 від 27.01.2020 р.), представлена інформація за такими розділами: опис навчальної дисципліни, мета та завдання (об'єкт, предмет, місце, мета, компетентності і програмні результати навчання), програма (перелік тем і питань відповідно до змістовних модулів), структура, теми практичних занять, самостійна робота, індивідуальні завдання, методи навчання, методи контролю, критерії оцінювання результатів навчання, розподіл балів, які отримують здобувачі, рекомендована література, інформаційні джерела. Цей документ дає здобувачу представлення щодо певного освітнього компонента, необхідності його вивчення та форм проведення контролю. Водночас, ЕГ зазначає, що форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів не достатньо конкретизовано у РП дисциплін та силабусах. Аналіз документів, зустріч із здобувачами ВО та резервна зустріч 7, показав, що у робочій програмі відсутнє чітке розподілення балів за кожне виконане завдання. Під час зустрічі із здобувачами (зустріч 4) ЕГ відзначила часткову обізнаність щодо розподілу балів. На сторінці ННІ економіки та бізнес-освіти розміщено графіки навчального процесу, розклади занять та заліково-екзаменаційної сесії для здобувачів (<http://surl.li/mqtwr>). Під час Зустрічі 3 з науково-педагогічним персоналом було надано роз'яснення щодо інформування здобувачів вищої освіти про порядок та критерії оцінювання в межах ОК. Так, за словами НПП, це відбувається під час першого заняття, а також через Інформаційне освітнє середовище. Здобувачі на Зустрічі 4 підтвердили процедуру та інформування і комунікації з НПП, у т.ч. і з використанням месенджерів: Viber, Telegram тощо. Таким чином, здобувачам вищої освіти надається інформація щодо специфіки ОП та її наповнення, порядку і критеріїв оцінювання.

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

Здобувачі ОПП залучаються до науково-дослідницької роботи. Так, вони беруть участь у наукових заходах (семінарах, конференціях), вивчають дисципліну "Методологія та організація наукових досліджень", виконують індивідуальні науково-дослідницькі завдання та кваліфікаційні роботи. На кафедрі маркетингу, менеджменту та управління бізнесом функціонують Науково-дослідна лабораторія маркетингу та управління бізнесом (<http://surl.li/mnzbw>), студентські наукові гуртки та проблемні групи "Маркетинг в системі управління сучасним підприємством", "Актуальні проблеми маркетингової політики ціноутворення" та "Новітній маркетинг" (<http://surl.li/mqvgt>). У ННІ економіки та бізнес-освіти щороку проводяться конференції (<http://surl.li/mqvjf>). Так, у 2022-2023 н.р. відбулися: Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція здобувачів вищої освіти та молодих учених "Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки" (<http://surl.li/fxser>, <http://surl.li/mrahx>), Міжнародна науково-практична конференція "Актуальні питання розвитку економіки: світові та національні аспекти" (<http://surl.li/llffi>), де здобувачами опубліковано результати своїх досліджень. Крім того, здобувачі мають опубліковані тези на таких науково-практичних конференціях "Економіка, фінанси, облік та право: актуальні проблеми теорії та практики" (Полтава, 2021), "Наука. Освіта. Молодь" (<http://surl.li/jrxxn>, Умань, 2022, 2023). Також на базі УДПУ функціонує Студентське наукове товариство, діяльність якого регулюється «"Положенням про студентське наукове товариство"» (<http://surl.li/mqvlz>). Дослідження проводяться також при написанні кваліфікаційних магістерських робіт, яка передбачає завдання інноваційного і дослідницького характеру і здебільшого виконується на базі конкретних підприємств (<http://surl.li/mqwyr>). Проте не всі кваліфікаційні роботи містять інформацію про публікації. Відповідно до Інформації про наукову та науково-технічну діяльність кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, надану на запит ЕГ, у 2021-2022 рр. виконувалися НДР "Організаційно-економічні засади управління інноваційним розвитком національного господарства: маркетинговий та інтеграційний аспекти" (номер держ. реєстр. 0116U000118), "Теоретичні та методичні основи інтелектуалізації як інноваційної складової економічного розвитку регіонів" (номер держ. реєстр. 0115U002178), однак на сьогодні така робота не виконується.

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

Під час експертизи встановлено, що зміст ОК оновлюється з періодичністю, що не перевищує одного року, відповідно до п. 1.8 "Положення про робочу програму навчальної дисципліни..." (<http://surl.li/ebcgt>). Обговорення та затвердження оновленого змісту освітніх компонентів відбувається на засіданнях кафедри, погоджується з гарантом ОП та затверджуються на науково-методичній комісії ННІ економіки та бізнес-освіти. У ЗВО функціонує навчально-методичний відділ (НМВ), що здійснює керівництво, координацію і контроль за навчальною і навчально-методичною роботою інституту/факультетів і кафедр університету; організацію навчально-методичної роботи в напрямку удосконалення ступеневої системи навчання; надання консультативної допомоги інституту/факультетам, кафедрам та викладачам з питань впровадження в навчальний процес нових технологій, планування та організації методичної роботи (<http://surl.li/mquun>). На НМВ покладено обов'язки щодо здійснення контролю за: виконанням навчальних планів спеціальностей, складанням робочих планів, робочих програм дисциплін, оформленням навчальної та навчально-методичної документації на кафедрах, інституті/факультетах, готовністю аудиторного фонду до нового навчального року та ефективністю його використання тощо. Моніторинг ступеня задоволеності здобувачів вищої освіти рівнем викладання ОК відображено на сайті ННІ економіки та бізнес-освіти (<http://surl.li/mpklf>). Так, при визначенні сучасних технологій навчання, що використовують викладачі, здобувачі відзначили інтерактивні технології навчання (50%); онлайн технології навчання (20%); застосовують методи практико-орієнтованого навчання (12%); проводять методичне скерування студентів на самостійну роботу, дистанційний курс (8%). НПП переглядають та оновлюють перелік рекомендованої літератури та інших інформаційних джерел, залучаючи власні напрацювання та результати досліджень іноземних колег. Для впровадження результатів досліджень на основі сучасних досягнень науки в сфері маркетингу у зміст навчальних дисциплін викладачі підвищують свою кваліфікацію, беруть участь у роботі науково-практичних конференціях, семінарах та вебінарах, проходять міжнародні стажування. Так, наприклад, за результатами підвищення кваліфікації викладачі включили до змісту лекцій власні наукові публікації в ОК "Маркетинговий аналіз", "Стратегічний маркетинг", "Маркетинговий менеджмент".

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

Інтернаціоналізація освіти та науки в УДПУ є одним із пріоритетів розвитку, що викладена в Концепції інтернаціоналізації УДПУ на 2020-2025 рр. (<http://surl.li/mranh>). У межах реалізації даного напрямку УДПУ став членом міжнародної організації Magna Charta Universitatum Observatory (<http://surl.li/mraon>), укладає угоди з міжнародними закладами (<http://surl.li/anvhu>), ННІ економіки та бізнес-освіти бере участь у грантовому проєкті "Academies4Ukraine – Strengthen Higher Education resilience in Ukraine and European Union" (стартап компанія «I-STRATEGIES» (Італія) (<http://surl.li/lltrz>), надається доступ до електронних ресурсів на платформі Research&Life, наукометричних баз Scopus та Web of Science тощо. НПП, які забезпечують реалізацію ОПП, беруть активну участь у різних міжнародних заходах: наукове стажування "Академічна доброчесність", Польща (<http://surl.li/mratm>); курси підвищення кваліфікації "Весняна школа Вернадського–2023 "Сталий, інклюзивний та розумний розвиток в контексті децентралізації: досвід ЄС" у межах проєкту Jean Monnet Chair SISDDP Erasmus+ (<http://surl.li/llfdr>). Вони мають публікації у виданнях, що індексуються у наукометричних базах даних Scopus та Web of Science. Навчання, викладання та наукові дослідження щодо інтернаціоналізації ЗВО регулюється "Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу..." (<http://surl.li/jgnij>), затверджене Вченою радою (протокол №9 від 25.01.2022 р.), що сприяє інтеграції ЗВО в міжнародне наукове та освітнє середовище, підвищує рівень викладання та ініціює динамічний розвиток досліджень та інновацій. На сайті УДПУ розміщено інформацію щодо міжнародного партнерства (<http://surl.li/anvhu>). В УДПУ функціонує відділ міжнародних зв'язків, Польський культурно-освітній центру, Міжнародний центр культурно-освітньої інтеграції (<http://surl.li/mrbic>). Для здобувачів проводяться інформативні зустрічі про діючі програми академічної мобільності та умови участі в них (<http://surl.li/mrbly>). Здобувачі даної ОП є учасниками Міжнародної літньої школи "Start-ups, transfer and digital studies", Польща, Німеччина, 2023 р. (<http://surl.li/mrboh>), Міжнародного проєкту обміну "Від Уманя до Познаня: кордон не перешкода, спільне єднає...", Польща, 2023 р. (<http://surl.li/mrbps>).

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

не виявлено

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

1. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів не достатньо конкретизовано у РП дисциплін та силабусах, відсутнє чітке розподілення балів за кожне виконане завдання, існує часткова обізнаність щодо розподілу балів. Рекомендовано: 1. Розробити чітку систему інформування та оцінювання кожного з видів завдань відповідно до тем освітніх компонентів.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

ОП та освітня діяльність за ОП відповідають вимогам підкритеріїв 4.4, 4.5 повністю. Також встановлено, що ОП загалом відповідає вимогам підкритерію 4.1-4.3 визначені слабкі сторони за цими підкритеріями не є суттєвими, оскільки не порушують законодавство і не впливають на погіршення навчання і викладання за освітньою програмою. Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 4.

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

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

Питання організації та проведення контрольних заходів визначаються у "Положенні про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини" (<http://surl.li/flqvy>). Аналіз засвідчив, що в освітньому процесі використовуються переважно наступні методи оцінювання: поточний контроль (основними формами проведення такого виду контролю є: усне або письмове опитування на практичних, семінарських та лекційних заняттях, оцінювання результатів розв'язання задач та практичних ситуацій (кейсів), виконання та захист лабораторних робіт, комп'ютерне тестування; Модульний контроль (залікове модульне тестування та опитування); Рубіжний контроль (заліки, іспити). Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів не достатньо конкретизовано у РП дисциплін та силабусах, які оприлюднені на освітній платформі Moodle (<http://surl.li/mraoa>). Аналіз документів та зустрічі із здобувачами ВО та резервної зустрічі 7 (з гарантом) показав, що у робочій програмі відсутнє чітке розподілення балів за кожне виконане завдання. Під час зустрічі із здобувачами ЕГ відзначила часткову обізнаність з боку здобувачів відносно розподілу балів. Під час зустрічей із здобувачами ВО та НПП було засвідчено, що в освітньому процесі використовуються переважно наступні методи оцінювання: поточний контроль, модульний контроль та підсумковий контроль, які є системою накопичення балів здобувачів вищої освіти у процесі навчання. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання дозволяють встановити досягнення результатів навчання за конкретними ОК. Графік проведення семестрового контролю оприлюднено на офіційній сторінці Інституту (<http://surl.li/fwggw>). Інформацію про контрольні заходи та критерії оцінювання здобувачі отримують від викладачів на першому занятті, а також, заздалегідь, із силабусів та РП. Результати опитування щодо методів і форм навчання, а також зрозумілості критеріїв оцінювання показали задоволеність здобувачів ВО, а саме: задоволеність методами і формами - 87%, зрозумілості критеріїв - 97 % (<http://surl.li/mnygr>). Під час зустрічі з НПП Гарант повідомила, що по завершенню курсу за допомогою освітньої платформи Moodle серед здобувачів ВО проводиться опитування щодо їх задоволенням проведеного курсу та зрозумілості форм контрольних заходів.

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

ОП 2022 року затверджена Вченою Радою університету (протокол № 13 від 26.04.2022 р.) та введена в дію Наказом ректора № 606 о/д від 9.05.2022 р. (<http://surl.li/mmwsq>) та ОП 2023 (протокол № 14 від 25.04.2023 р.) введена в дію Наказом ректора університету № 620 о/д від 10.05.2023 р. (<http://surl.li/moiss>) розроблені відповідно до стратегії та місії ЗВО, її зміст спрямований на підготовку конкурентоспроможних фахівців і формування в них професійних компетентностей зі сфери маркетингу. Аналіз оновленої після прийняття стандарту ОП "Маркетинг" свідчить про те, що форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України № 960 від 10.07.2019 р. Формою атестації здобувачів ВО є кваліфікаційна робота, що відповідає Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня спеціальності 075 Маркетинг. Оскільки Стандарт ВО передбачає можливість ЗВО на власний розсуд встановлювати додаткові форми випускної атестації, крім передбачених стандартом, за рекомендаціями роботодавців при обговоренні ОП було введено до випускної атестації Комплексний екзамен за фахом (протокол № 6 від 28 січня 2022 р. (<http://surl.li/mpayx>)). Також форми атестації здобувачів врегульовані: "Положенням про організацію освітнього процесу в УДПУ" (<http://surl.li/mpazl>), "Положенням про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії" (<http://surl.li/mpazp>), "Положенням про випускні кваліфікаційні роботи в УДПУ" (<http://surl.li/mpazr>).

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.

ЗВО (<http://surl.li/rwfy>) оприлюднено РП та силабуси дисциплін, де наведено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів. Відповідна інформація представлена на платформі Moodle, що було продемонстровано ЕГ на резервній зустрічі. Процедури проведення контрольних заходів належним чином унормовані, доступні для всіх учасників освітнього процесу, чітко й зрозуміло викладені в "Положеннях про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів..." (<http://surl.li/mpbbl>); "Положення про організацію освітнього процесу..." (<http://surl.li/mpazl>). Відповідно до Положення (розділ 7, с.28) (<http://surl.li/coznt>) здобувачі, які під час сесії не склали екзамену та заліки, повинні ліквідувати академічну заборгованість до початку наступної сесії. Повторне складання екзамену допускається не більше двох разів: перший раз - викладачеві, другий - комісії, яку створює декан факультету. Перескладання екзаменів з метою підвищення оцінки не допускається, але у виняткових випадках дозволяється за наказом ректора. Академічна заборгованість з певної навчальної дисципліни виникає в разі одержання студентом незадовільного балу за результатами підсумкового контролю. Здобувачів, що не ліквідують академічну заборгованість у встановлені терміни, відраховують. Відповідно до «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії в УДПУ» (<http://surl.li/ebcgl>), здобувачі ВО, які не склали кваліфікаційні іспити та/або не захистили випускний квал. роботу у зв'язку з неявкою без поважних причин або отриманням незадовільної оцінки, мають право на повторну (з наступного навчального року) атестацію впродовж трьох років після відрахування із ЗВО. Крім силабусів дисциплін також є робочі програми (оприлюднені) в яких прописані чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів. На зустрічі здобувачі ВО підтвердили, що на першому занятті викладачі викладачі доводять до здобувачів необхідну інформацію щодо дисципліни та передбачених форм контрольних заходів. Відповідно до п.4 Положення (<http://surl.li/flqvy>) визначено чітку процедуру оскарження результатів контрольних заходів. Під час зустрічі зі здобувачами інформацію щодо можливості оскарження контрольних заходів було підтверджено і зазначено, що випадків таких не було. В ході зустрічі здобувачі ВО зазначили, що у разі конфліктних ситуацій вони можуть звернутись до гаранта, наукового керівника або ж на електронну адресу скриньки довіри (<http://surl.li/mpbhb>). Здобувачі й представники студентського самоврядування під час зустрічі засвідчили відсутність випадків конфліктних ситуацій, пов'язаних з порушенням процедури реалізації контрольних заходів і фактами необ'єктивного оцінювання. Процедури запобігання та врегулювання конфліктів інтересів належним чином унормовані. Відповідно до опитування відносно зрозумілості процедури проходження повторних контрольних заходів, оскарження результатів оцінювання, результати опитування показують обізнаність здобувачів ВО (97-98%) (<http://surl.li/mpkflf>).

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.

Політику, стандарти й процедури дотримання академічної доброчесності належним чином окреслено у документах: "Кодекс академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини" (<http://surl.li/egxlb>), "Етичний кодекс науково-педагогічних та педагогічних працівників Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини" (<http://surl.li/egxlg>). Відповідно до кодексу п. 2.5 передбачено відповідальність за порушення академічної доброчесності. Перевірка робіт здобувачів та викладачів є безкоштовною за допомогою програмного забезпечення "Anti-Plagiarism". Під час зустрічі із здобувачами ВО (Зустріч 4) було зазначено, що інформацію щодо академічної доброчесності студенти отримують на початку освітнього процесу від гаранта, під час круглих столів на які їх запрошують. Здобувачем ВО 1 курсу за даною ОП, було зазначено, що на початку семестру проходив семінар із популяризації академічної доброчесності [<http://surl.li/mpbqm>]. 27 вересня 2023 року за ініціативи кафедри економіки та соціально-поведінкових наук проведено науково-практичний семінар "Академічна доброчесність – основа забезпечення якісного освітнього процесу2 для здобувачів вищої освіти ННІ економіки та бізнес-освіти" (<http://surl.li/mpbrf>).

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

не виявлено

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

1. Нечіткий розподіл балів на виконанні завдання щодо практичної та самостійної роботи. Рекомендовано: Розробити більш чіткий розподіл балів за кожне виконане завдання протягом семестру у межах накопичувальної системи,

додати цю інформацію до силабусів та робочих програм, а також більш детально роз'яснювати ці критерії оцінювання здобувачам ВО.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ОП відповідає вимогам підкритеріїв 5.2, 5.3, 5.4 повністю. Також встановлено, що ОП загалом відповідає вимогам підкритерію 5.1, проте визначений недолік за цим підкритерієм не є суттєвим, оскільки не порушує законодавство і не впливає на реалізацію ОП. Виявлені недоліки можуть бути усунені в процесі оновлення робочих програм та силабусів. Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 5.

Критерій 6. Людські ресурси:

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

ОП "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти забезпечують 11 НПП, які відповідають закріпленям за ними ОК, із них 5 - НПП кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом – усі мають науковий ступінь з економіки. Гарант ОП має науковий ступінь кандидата економічних наук та вчене звання доцент. За результатами аналізу інформації про викладачів ОП (табл. 2 відомостей про СО), спілкування з Гарантом, НПП (зустрічі 1, 3), а також відкритої інформації про їх академічну та професійну кваліфікацію, розміщеної на сайті кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом (<http://surl.li/frcep>). ЕГ мала можливість оцінити відповідність НПП цілям та ПРН. Гарант ОП і НПП, що залучені до проектування та реалізації ОП мають наукові ступені та звання, які відповідають профілю маркетингу, постійно підвищують науково-професійний рівень і кваліфікацію та мають наукові публікації відповідно до закріплених за ними ОК. Хоча у НПП є публікації англійською мовою і вони проходили міжнародні стажування, жоден з них не має сертифікату B2 з іноземної (англійської) мови. На зустрічі 3 та 4, зі слів здобувачів та НПП в Університеті здійснюється опитування здобувачів - Анкетування ЗДВО щодо якості викладання дисциплін (<http://surl.li/mnygr>). Під час зустрічі 9, доєднався бізнес-тренер (www.rlemeshchuk.com) та зазначив, що співпрацює із науковцями кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, використовує у своїй роботі їх наукові праці, також він підкреслив їх рівень наукової активності у сфері маркетингу, та підтвердив участь у спільних наукових заходах і проєктах.

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

Процедура конкурсного добору викладачів регламентується "Положенням про порядок проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад НПП УДПУ" (<http://surl.li/dfwvn>) є прозорою і дозволяє обрати фахових викладачів у предметних галузях, про що свідчать відомості про самооцінювання, спілкування з НПП, зустрічі 2,8 (з адміністративним персоналом і відповідними структурними підрозділами). Оголошення про проведення конкурсу на заміщення вакантних посад розміщується на сайті УДПУ у розділі "Відділ кадрів", "документи", "оголошення конкурсів на заміщення вакантних посад" (<http://surl.li/mnxge>), що підтвердив начальник відділу кадрів на зустрічі 8. Зокрема, в "Положенні про порядок проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад НПП УДПУ" визначено умови проведення конкурсу та чіткі процедури, що дозволяють оцінити необхідний рівень професіоналізму викладачів. Відповідно до цього положення здійснюються процедури організації конкурсу, що підтверджено на зустрічах 8 та 3: начальник відділу кадрів і НПП зазначили, що конкурсний добір враховує повною мірою професіоналізм претендентів на посаду та спроможність на високому якісному рівні реалізовувати ОП. Враховується: 1) кваліфікація (освіта, науковий ступінь, вчене звання), компетентність НПП відповідно до вимог ЗУ "Про освіту", "Про вищу освіту"; 2) відповідність профілю кафедри; 3) рівень наукової та професійної активності за критеріями п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності; 4) результати проведення відкритих навчальних занять. У п.5.7. "Положення про порядок проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад НПП УДПУ" (<http://surl.li/dfwvn>) зазначено перелік документів для осіб, які бажають взяти участь у конкурсному відборі на заміщення вакантної посади науково-педагогічних працівників. До складу вченої ради УДПУ входить постійно діюча конкурсна комісія, яка контролює відповідність викладача ліцензійним умовам, його наукову активність та відповідність ОК, яку він викладатиме. "Положення про систему рейтингової оцінки діяльності НПП УДПУ" (<http://surl.li/flrlv>) передбачає врахування при проведенні конкурсу вказаного рейтингу (<http://surl.li/jsmof>), проте рейтинг викладачів, які забезпечують викладання за ОП – найвищий 21,37 балів/30 місце із 76,84 балів/1 місце. Особливу увагу приділено врахуванню думки здобувачів щодо якості викладання ОК,

закріплених за кандидатом на вакантну посаду (якщо за підсумками опитувань здобувачів, викладач має певні зауваження, однак повністю відповідає вимогам конкурсу, термін його потенційного контракту буде лише на один рік – для “виправлення” отриманих від здобувачів зауважень).

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

УДПУ залучає до організації та реалізації освітнього процесу представників бізнесу і авторитетних роботодавців у різні способи: через опитування (<http://surl.li/mnzag>), рецензування ОП (начальник фінансово-аналітичного відділу "Епіцентр К", директор ТОВ "Сервісно-технічний центр "УкрАвтоЗапчастина Умань"); обговорення тематики кваліфікаційних робіт; залучення роботодавців для проведення гостьових лекцій. За участю стейкхолдерів, фахівців в галузі маркетингу були проведені: семінар (тренінг) "Діджитал-маркетинг для малого бізнесу"; вебінар "Ринок технологічних продуктів: від ініціаторів до лідерів ніші"; гостьова лекція "Бенчмаркінг в системі управління підприємством"; відкрита гостьова лекція "Діджитал – маркетинг" (<http://surl.li/mnysf>). З провідними підприємствами різних форм власності укладені угоди про співпрацю: ТОВ ПК "Зоря Поділля", ПрАТ "Технолог", Уманська філія ТОВ "УкрАвтоЗапчастина". Укладено договір про партнерство з Діджитал агентством "Parasol Island GmbH", Німеччина, що було підтверджено на зустрічах 4 та 5. Роботодавці на зустрічі 5, також зазначили, що кваліфікаційні роботи виконуються на замовлення підприємств та після їх успішного захисту впроваджуються в практику (зокрема, ТОВ "Сервісно-технічний центр "УкрАвтоЗапчастина Умань"). Спільно з проектом "Level Invest", як зазначив присутній на зустрічі засновник проекту, розробляються практичні кейси з маркетингу для здобувачів. Проте зведені пропозиції роботодавців не розміщені на сайті ННІЕБО УДПУ, що носить формальний характер отримання відгуків від роботодавців на зміст опису ОП.

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

У відомостях про самооцінювання зазначено і на онлайн-зустрічі з роботодавцями (зустріч 5) підтверджено, що в межах ОП залучаються до аудиторних занять професіонали-практики та експерти-маркетологи, які у співпраці з УДПУ в рамках дисциплін професійного спрямування презентують перевірені досвідом знання та креативні напрацювання через гостьові лекції. Так, здобувачі під час зустрічі 3, зазначили, що найбільш цікавими (з їх точки зору) була зустріч з директором ТОВ "Сервісно-технічний центр "УкрАвтоЗапчастина" (<http://surl.li/mnyxh>), гостьова лекція на тему "Бенчмаркінг в системі управління підприємством" (<http://surl.li/mnyxu>). Вебінар "Адаптація персоналу від міжнародної бізнес-школи Laba" (<http://surl.li/mnyy1>), відкрита гостьова лекція «Діджитал – маркетинг» (<http://surl.li/mnyzd>). З метою забезпечення якісного навчання на ОП відбувається процес залучення професіоналів-практиків для: формування індивідуальних завдань за освітніми компонентами для вирішення проблем маркетингового управління підприємствами, функціоналу маркетингового підрозділу; надають консультативну допомогу щодо практичних аспектів підготовки кваліфікаційних робіт. У відомостях про СО зазначено, що в рамках роботи гуртка «Новітній маркетинг» запрошувалися випускники ОПП Маркетинг та провідний фахівець відділу постачання та збуту "Епіцентр К". Учасники діляться власним досвідом формування кар'єрного шляху. Проте на сайті ННІЕБО УДПУ у вкладниці "Наукові гуртки та проблемні гуртки" - "Новітній маркетинг" (<http://surl.li/lwped>) такі зустрічі не відображені.

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

На основі "Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу УДПУ" (<http://surl.li/dwxjr>) та "Положення про відкриті навчальні заняття в УДПУ" (<http://surl.li/dfxbw>) на системній основі здійснюються заходи щодо професійного розвитку викладачів. На зустрічі 8, керівник науково-методичного центру професійного розвитку викладачів, зазначив, що центр сприяє розвитку наукової творчості, професіоналізму та професійної компетентності НПП. З 11 викладачів, які забезпечують викладання за ОП пройшли закордонне стажування в Польщі, ОАЕ та Чехії: Warszawa, Polska, 2022 р.; Dubai – New York – Rome – Jerusalem – Beijing, 2022 р.; м. Прага, Чехія, 2018 р. У профілях більшості викладачів (<http://surl.li/frcep>) на сторінці кафедри інформація щодо стажування та підвищення кваліфікації НПП не оприлюднена. В УДПУ на основі "Положення про встановлення надбавок, доплат, премій працівникам" (<http://surl.li/flrsm>) передбачено стимулювання викладачів за кращий підручник, монографію, публікацій у виданнях Scopus та WoS, але в умовах війни премій НПП, які забезпечують викладання за ОП не отримували, що було підтверджено на зустрічах 3 та 8.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

В УДПУ передбачено стимулювання розвитку професійної діяльності відповідно до "Положення про встановлення надбавок, доплат, преміювання працівникам УДПУ" (<http://surl.li/flrsm>). У відомостях про СО зазначено, що ключовими критеріями оцінки праці НПП при відзначенні є: високі показники у навчальній, науковій, виховній

роботі; публікації статей у виданнях, що входять до наукометричних баз Scopus, Web of Science та ін. Грошові премії отримують переможці конкурсу в номінаціях "Краща монографія", "Кращий підручник", "Кращий навчальний посібник". Здійснюються виплати одноразових нагород працівникам-ювілярам, які працюють в Університеті не менше 5 років, у розмірі до одного посадового окладу. УДПУ стимулює НПП до вдосконалення викладацької майстерності проведення відкритих занять, які обговорюються на засіданні кафедри і є обов'язковою вимогою при проведенні конкурсного відбору НПП. Також за результатами рейтингу (<http://surl.li/jsmof>) визначається рівень професійної діяльності викладача, результати рейтингу враховуються при укладанні контракту та наданні рекомендації щодо покращення професійної діяльності, що було підтверджено на зустрічах з та 8.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Позитивними практиками можна вважати врахування думки здобувачів щодо якості викладання ОК при переукладанні контрактів з НПП і встановленні залежно від отриманих результатів терміну контракту, а також залучення НПП до групи розробників ЄФВВ галузі знань 07 "Управління та адміністрування".

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

1. Обмежена публікаційна активність за тематикою навчальних дисциплін у окремих викладачів, що задіяні на ОП. Рекомендовано: підвищити публікаційну активність викладачів з тематики навчальних дисциплін у професійних, фахових виданнях маркетингового спрямування, а також у виданнях, що індексуються МНБД "Scopus" і "Web of Science" та посилити інші здобутки професійної діяльності, зокрема, активізувати вивчення іноземної (англійської) мови з отриманням відповідних сертифікатів для участі у міжнародній академічній мобільності викладачів.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

ОП має чіткий рівень узгодженості за підкритеріями 6.1 (зважаючи на відсутність володіння НПП іноземною мовою); 6.2, 6.3 (зважаючи на формальний характер отримання відгуків від роботодавців), 6.4 (зважаючи на відсутність актуальної інформації щодо роботи наукового гуртка), 6.5, 6.6. Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 6.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Фінансові й матеріально-технічні ресурси (аудиторії, бібліотека, інфраструктура, комп'ютерне, інформаційно-комунікаційне обладнання), а також навчально-методичне забезпечення гарантують досягнення визначених цілей і результатів навчання, що підтверджено наданими ЗВО матеріалами (Зустріч 6, огляд МТБ). Матеріально-технічні ресурси університету складаються із 13 навчально-наукових корпусів, 8 гуртожитків, бібліотечно-інформаційного комплексу, безкоштовних зон wi-fi, спортивних комплексів, облаштоване укриття. На базі Інституту відкриті 5 спеціалізованих лабораторій. Під час огляду матеріально-технічної бази корпусу в якому навчаються за даною ОП було продемонстровано облаштовані усіма необхідними технічними засобами навчання аудиторії (комп'ютери, мультимедійні дошки, тощо). Всі корпуси Університету мають доступ до мережі Інтернет через Wi-Fi. Викладачі та здобувачі ВО мають можливість безоплатно користуватися фондами бібліотеки [<http://surl.li/mpbvjh>], репозитарієм [<http://surl.li/mpbvjl>]. Бібліотечний ресурс на 01.01.2023 р. становить 425 522 примірники. Електронний каталог нараховує 130 294 бібліографічних записів та 225 156 примірників документів. Ресурси бібліотечного фонду з навчальної та наукової літератури забезпечують досягнення визначених в ОП "Маркетинг" цілей та результатів навчання. Постійно оновлюються періодичні видання, які відповідають фаховому спрямуванню ОП «Маркетинг». Всі користувачі мають вільний доступ до літератури, для зручності запроваджено електронний каталог бібліотеки. Читальна зала оснащена комп'ютерами та безкоштовним WI-FI. Відповідно до огляду матеріально-технічної бази кафедри, яка здійснює підготовку за даною ОП, наявний аудиторний фонд у повній мірі забезпечує створення

комфортних умов як для навчання, так і викладання, проведення науково-дослідницької роботи. В ЗВО діє електронна система документообігу (<http://surl.li/msgbf>). За даною ОП діє аудиторне навчання, тому організоване в ЗВО дистанційне навчання свідчить про достатність апаратно-програмного забезпечення, доведену демонструванням його працездатності на резервній зустрічі.

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.

Відповідно до Статуту УДПУ (<http://surl.li/cyswf>) в розділі 7 п. 7.4 зазначено, що користування інфраструктурою ЗВО та інформаційними ресурсами є безкоштовним. В ході зустрічі із здобувачами ВО, НПП та студентським самоврядуванням ЕГ отримала інформацію, що усі учасники освітнього процесу мають безперешкодний і безоплатний доступ до всіх необхідних для його реалізації навчальної інфраструктури, інформаційних і бібліотечних ресурсів. Наукова бібліотека надає безкоштовний доступ до наукометричних баз Scopus і Web of Science, електронного репозитарію [<http://surl.li/aste>]. НПП та здобувачі можуть безоплатно перевірити рукописи своїх наукових праць на дотримання відповідних вимог за допомогою програми "Anti-Plagiarism". В освітньому процесі використовується платформа Moodle функціонал роботи на платформі було продемонстровано на резервній зустрічі.

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

Під час огляду матеріально-технічної бази ЗВО ЕГ переконалася, що освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти за даною ОП, спеціально обладнані бомбосховища (<http://surl.li/msfxq>), на вході до корпусу є охоронник. На сайті ЗВО розміщено нормативно-правові документи (рекомендації) з якими ознайомлюють здобувачів ВО відносно безпеки їх життєдіяльності (<http://surl.li/bgwmy>) ЗВО також піклується і про психологічне здоров'я на кафедрі філософії і психології функціонує Студентська соціально-психологічна служба (<http://surl.li/girwz>). Основною діяльністю служби є: створення сприятливих умов для реалізації соціальних прав студентів; сприяння успішній адаптації студентів першого курсу; здійснення профілактичних заходів щодо попередження негативних явищ у студентському середовищі; підтримка та розвиток волонтерського руху в студентському середовищі; реалізація програм соціального становлення та соціальної підтримки студентів у межах національних та державних цільових програм. Відповідно до відеоогляду матеріально-технічного забезпечення ЗВО продемонстровані умови проживання в гуртожитках є задовільними, кімнати облаштовані усім необхідним як для навчання так і для відпочинку, оновлений ремонт. Для осіб з порушенням зору встановлено таблички та вказівники зі шрифтом Брайля. Для здобувачів освіти проводяться первинні, цільові та позапланові інструктажі з ОП та БЖД із визначеною періодичністю. Задоволеність потреб та інтересів здобувачів визначають шляхом регулярних опитувань, результати проведених опитувань публікують на сайті кафедри (<http://surl.li/mpbxh>).

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

ЗВО забезпечує комплексну освітню, організаційну, інформаційну, консультативну й соціальну підтримку здобувачів через працівників кафедр, гаранта ОП, органи студентського самоврядування. Під час зустрічі із студентським самоврядуванням та здобувачами вищої освіти було визначено достатньо високий рівень задоволеності освітньою, організаційною, консультативною та соціальною підтримкою. Здобувачі ВО та НПП зауважили щодо можливостей різних засобів комунікацій: телеграм-канал (<http://surl.li/mpbxbp>), корпоративна пошта викладачів тощо, а також через соціальні мережі (<http://surl.li/mpbxt>), з метою вирішення будь-яких проблем. На сайті у вільному доступі розміщено підрозділ «Розклад занять» (<http://surl.li/mpbxw>). Здобувачі ВО мають можливість в онлайн режимі через Moodle систему проходити тестування, працювати із конспектами та методичними матеріалами. На резервній зустрічі експертній групі було продемонстровано роботу на даному порталі. На сайті кафедри наявна уся необхідна інформація відносно навчальних дисциплін та методичного забезпечення. Результати проведеного опитування щодо задоволеності здобувачами освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною, та соціальною підтримкою показали, що в середньому від 91 - 100 % рівень задоволеності, проте соціальною підтримкою задоволені на 85% (<http://surl.li/mpbxh>).

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

В університеті створені достатні умови для реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами, що було продемонстровано під час онлайн зустрічі (зустріч 6, огляд МТБ). Вхід до навчального корпусу оснащений пандусом, є широкі двері, шрифтом Брайля підписані всі підрозділи, клавіатура з накладками для незрячих людей,

продемонстровано спеціальний туалет. На базі ЗВО функціонує Центр соціально-освітньої інтеграції та інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму «Без бар'єрів» (<http://surl.li/mpbzr>). Мета діяльності Центру – інтеграція в освітнє та соціальне середовище, створення умов для саморозвитку та самореалізації, розвиток соціальної активності, автономності, відповідальності та мобільності ООП. Відповідно «Положення про команду психолого-педагогічного супроводу студента з особливими освітніми потребами» (<http://surl.li/mpbzu>) команда супроводу надає підтримку та корекційні послуги студентам з ООП. За даною ОП осіб з особливими освітніми потребами не навчаються.

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.

Політику й процедури вирішення конфліктних ситуацій визначено наявними нормативними документами у відкритому доступі: "Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини" (<http://surl.li/flsrg>), Етичного кодексу науково-педагогічних і педагогічних працівників УДПУ (<http://surl.li/egxlg>), Кодексу академічної доброчесності (<http://surl.li/egxlb>). Також на сайті ЗВО є сторінка з інформацією щодо антикорупційної діяльності ЗВО (<http://surl.li/masy>). У разі виявлення корупції функціонує онлайн-форма на сайті ЗВО (<http://surl.li/mpcbf>), інформацію щодо порушення опрацьовує уповноважена особа. З метою запобігання дискримінації в ЗВО працює Центр психологічного діагностування та тренінгових технологій "Інсайт" (<http://surl.li/mpcbm>). В ході зустрічі із здобувачами ВО було зазначено щодо можливості відвідувати сеанси психолога, з метою вирішення проблем. Здобувачі ВО та НПП зазначили щодо знання нормативних документів, проте у разі виникнення конфліктних ситуацій в першу чергу звертатимуться до гаранта ОП. Також в корпусах ЗВО розміщено скриньки довіри куди також можна звернутися у разі виникнення конфліктних ситуацій. Утім дієвість положень зазначених актів і механізмів їхнього застосування перевірити не вдалося, оскільки за весь час провадження освітньої діяльності за програмою конфліктних ситуацій зафіксовано не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Відповідно до вимог ДСНС облаштовано укріття з оновленим ремонтом та необхідним забезпеченням.

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

1. Недостатнє використання спеціалізованих програмних продуктів, що використовуються у маркетинговій діяльності сучасних компаній, при викладанні ОК. 2. Опитування учасників освітнього процесу не містять питання можливих корупційних ситуацій та психологічної підтримки. Рекомендовано: 1. При викладанні дисциплін застосовувати спеціалізовані програми (наприклад, SPSS для проведення маркетингових досліджень, SurveyMonkey для здійснення опитувань та ін.). 2. Розширити спектр опитувань, а саме включити питання щодо ситуацій пов'язаних з корупцією та необхідності психологічної підтримки. Експертна група зазначає щодо необхідності створення коворкінг простору, а також на базі Інституту дати приміщення студентському самоврядуванню.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

ОП "Маркетинг" та освітня діяльність відповідають Критерію 7 та мають недоліки, що не є суттєвими. Такий висновок ґрунтується на достатньо високому ступені відповідності ОП якісним характеристикам підкритеріїв 7.1-7.6. Виявлені недоліки можуть бути усунені в процесі удосконалення освітньої діяльності.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Регулювання процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в УДПУ здійснюється на основі "Положення про освітні програми в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини" (<http://surl.li/dxcar>); "Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини" (<http://surl.li/coznt>); "Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини" (<http://surl.li/lppvy>); документи УДПУ (<http://surl.li/qveh>). У Положенні про освітні програми зазначено, що зміни до ОП або ухвалення ОП та її затвердження здійснюється Вченою радою УДПУ; до розроблення ОП обов'язково залучаються стейкхолдери (роботодавці, випускники, здобувачі вищої освіти та інші) (<http://surl.li/dxcar> - п. 3.1.2.). Проте ЕГ виявлено, що в описі ОП 2022 р. термін її дії обмежується закінченням дії сертифікату (до 1 липня 2023 р.), а в описі ОП 2023 р. - графіком освітнього процесу (термін дії до 31 грудня 2024 р.). В УДПУ, з метою сприяння реалізації стратегічних цілей ЗВО щодо "внутрішнього забезпечення якості освітнього процесу та якості освітніх послуг, безперервного моніторингу якості освітньої діяльності в закладі, розробці звітів і рекомендацій щодо покращення якості освіти функціонує "Відділ якості освіти, ліцензування та акредитації" (<http://surl.li/gxfif>). На зустрічі 8, керівник відділу якості освіти, ліцензування та акредитації відмітила, що даний відділ в УДПУ створено у 2019 р. та основними напрями його роботи є: здійснення аналізу складових системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти на основі результатів опитувань студентів, працівників, випускників та роботодавців, рейтингу викладачів та рейтингу структурних підрозділів; координація підготовки звітів самооцінювання чи інших процедур пов'язаних з акредитацією ОП, іншими процедурами зовнішнього забезпечення якості; проведення щорічних моніторингових досліджень (опитувань, анкетувань) здобувачів. На зустрічах 2,3,8 та під час ознайомлення з документацією кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом ЕГ отримала підтвердження того, що перегляд та оновлення ОП здійснюють проєктні групи відповідно до вимог стандартів вищої освіти, професійних стандартів, висновків та пропозицій стейкхолдерів, стратегії розвитку УДПУ. У Положенні зазначено календарний план-графік розробки, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм (<http://surl.li/dxcar> - п. 4.7). Проте, на сайті УДПУ не оприлюднені результати опитування стейкхолдерів.

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.

На зустрічах 4,7 ЕГ отримала підтвердження того, що позиція здобувачів та студентського самоврядування береться до уваги під час перегляду ОП. На залученні здобувачів та студентського самоврядування до процесів перегляду ОП акцентували увагу ЕГ також гарант і декан факультету під час зустрічі 1,2. Аналіз результатів опитування та відповідей здобувачів при спілкуванні з ЕГ дозволили отримати підтвердження того, що студенти подають свої пропозиції щодо удосконалення ОП гаранту, кураторам груп, викладачам. В результаті врахування думок здобувачів в ОП «Маркетинг» було збільшено кількість кредитів ОК.09 Логістичний менеджмент; збільшено кредити для ОК.05 Стратегічний маркетинг. ЕГ також встановила, що до робочої групи із розробки освітньої програми «Маркетинг» було долучено здобувачку 2 курсу другого (магістерського) рівня ВО ОП "Маркетинг" (<http://surl.li/moiss> - с.3). На зустрічі 7, ЕГ переконала, що представники органів студентського самоврядування на інституційному рівні через Вчену раду інституту та університету також залучені до процесу розробки та перегляду ОП. В цілому, ЕГ вважає, що під час процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості між адміністрацією ННІЕВО, кафедри та здобувачами ВО і студентським самоврядуванням встановлені партнерські відносини.

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

На зустрічах 1,2,5,8, при спілкуванні з Гарантом ОП, роботодавцями та керівниками структурних підрозділів ЕГ переконала, що між кафедрою маркетингу, менеджменту та управління бізнесом та роботодавцями встановлені партнерські відносини щодо процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості. Кафедра тісно співпрацює з генеральним директором ПрАТ "Технолог"; начальником фінансового управління Уманської РДА; директором ТОВ "СТЦ "УкрАвтоЗапчастина Умань"; начальником фінансово-аналітичного відділу "Епіцентр К"; засновником проєкту Level Invest; НПП кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва, які і є залученими до складу робочої групи (<http://surl.li/moiss> - с.3). На зустрічі 5, роботодавці підтвердили ЕГ свою залученість до процесів перегляду ОП "Маркетинг" та інших процедур забезпечення якості, зокрема, роботодавці зауважили на тому, що за їх рекомендаціями змінено ОК.11 Комплексний (міжпредметний) тренінг на Управління проєктами, що розширить можливість набуття ЗДО загальних і фахових компетентностей та програмних результатів спеціальності; до переліку варіативних компонентів ОПП введено ОК "Рекламний менеджмент"; вилучена ОК.12 "Курсова робота за фахом". А також на запит ЕГ було надано витяг із протоколу № 6 від 28.01.2022 р., що підтверджує ці рекомендації. Роботодавці підтвердили свою участь в процесі теоретичної та практичної підготовки здобувачів, зокрема, проведення спільних занять із НПП (новини інституту - <http://surl.li/mnysf>). Роботодавці беруть на практику здобувачів ВО, а також висловили готовність і у подальшому брати здобувачів ОП на проходження практики. Зустріч ЕГ із роботодавцями також підтвердила їх залученість до опитувань Відділом якості освіти, ліцензування та акредитації (<http://surl.li/mojau>), проте на сайті УДПУ розміщена

лише гуглформа, а відгуки та результати опитування роботодавців не оприлюднені, тому ЕГ робить висновки, що результатів зовнішнього забезпечення якості освіти за цією ОП не має. Аналіз відгуків роботодавців завантажених у систему НАЗЯВО засвідчив їх позитивне ставлення до змісту ОП, але у відгуках відсутні конструктивні пропозиції щодо забезпечення якості ОП в майбутньому.

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

Під час зустрічей 2,5,8 ЕГ встановлено, що у УДПУ приділяється увага питанням допомоги здобувачам та випускникам у пошуку роботи: діє Асоціація випускників (<http://surl.li/mojoq>), що організовує зустрічі випускників та студентів. На зустрічі 2, проректор з гуманітарних питань акцентувала увагу ЕГ на тому, що в УДПУ є відділ обліку працевлаштування студентів, який організовує зустрічі випускників, під час яких вони діляться інформацією щодо власного кар'єрного шляху, та розповідають, які знання і навички виявилися для них найбільш цінними при працевлаштуванні; що в УДПУ організовуються заходи присвячені формуванню якостей молодого фахівця та адаптації його до сучасних вимог на ринку праці. Проте на сайті УДПУ інформація про такий відділ відсутня, що не дає можливості отримувати повну інформацію щодо роботи цього підрозділу ЗВО. У ході зустрічі 5, роботодавці висловлювали готовність до підтримки здобувачів ОП щодо працевлаштування, а випускниками було зазначено, що гарантом ОП спільно з представниками кафедри (кураторами) здійснюється збір інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторії їхнього працевлаштування. Також на сайті ННІЕБО УДПУ у вкладниці «Випускники» (<http://surl.li/mojmk>) немає інформації про здійснення співпраці з роботодавцями, комунікацію зі здобувачами і викладачами.

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

Система внутрішнього забезпечення якості у УДПУ (далі СВЗЯ) регламентується Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (<http://surl.li/lppvy>). СВЗЯ забезпечує реагування на виявлені недоліки в ОП та освітній діяльності. Окрім цього, здійснюється опитування студентів та роботодавців, щодо удосконалення ОП (Р.2 даного Положення - п. 2.1.; п.2.3.4; п.2.4.4). На зустрічах 4,5 встановлено, що пропозиції отримані в результаті опитування враховуються кафедрою в роботі та оновленні ОП. Під час зустрічі 8, начальник навчально-методичного відділу зауважила, що відділом здійснюється контроль за формуванням навчально-методичних матеріалів та дотриманням розкладу проведення занять, проводиться робота з розширення можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачами, збільшено кількість та різноманітність ОК за вибором, прийнято рішення зробити усі ВК обсягом 4 кредити, що полегшить здобувачам ВО процедуру вибору дисциплін із інших ОП. Також зауважила на тому, що за результатами опитувань здобувачів та роботодавців вносяться корективи в ОП. Координатор з питань акредитації, ліцензування та якості освіти зауважила на тому, що на кафедрі систематично проводиться робота із підвищення кваліфікації НПП, які забезпечують навчання за ОП. У ході зустрічі 5, ЕГ отримала підтвердження того що кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом співпрацює з іншими ЗВО в контексті підвищення якості реалізації ОП, зокрема з кафедрою маркетингу Уманського національного університету садівництва. Проте, навчально-методичний відділ не здійснюється повний контроль за якісним наповненням навчально-методичних матеріалів за окремою ОП, адже, за їх визначенням, це зона відповідальності кафедри.

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

Акредитація ОП Маркетинг була у 2018 році. За висновками ЕГ, під час попередньої акредитації, для забезпечення якості підготовки фахівців було рекомендовано: 1. Активізувати роботу НПП з публікування результатів наукових досліджень у виданнях, які входять до баз даних Scopus, Web of Science. Дана рекомендація ЕГ була врахована, проте доцільно підсилити професійну складову НПП за рахунок відповідних наукових праць, що відповідають саме тематичі освітніх компонент, які вони викладають на даній ОП. 2. Активізувати викладачів до проходження стажувань, підвищення кваліфікації за кордоном. Дана рекомендація ЕГ була врахована з НПП, які забезпечують викладання за ОП пройшли закордонне стажування в Польщі, ОАЕ та Чехії: Warszawa, Polska, 2022 p.; Dubai – New York – Rome – Jerusalem – Beijing, 2022 p.; м. Прага, Чехія, 2018 p. 3. Включити до переліку дисциплін вільного вибору, дисципліни, що відповідають запитам економіки регіону. Дана рекомендація ЕГ була врахована, введено дисципліни до переліку вільного вибору студента, а саме: Бенчмаркінг, Рекламний менеджмент. Під час розробки ОПП Маркетинг враховані пропозиції роботодавців і удосконалено перелік обов'язкових ОК. Також у ході зустрічей 1,2,3,8 учасниками зазначалось, що при розробці ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти були враховані пропозиції і зауваження, отримані під час акредитації ОП інших спеціальностей, які забезпечуються кафедрою маркетингу, менеджменту та управління бізнесом УДПУ.

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

На основі аналізу нормативної бази, відомостей СО та всіх проведених зустрічей, ЕГ встановила, що якість освітньої діяльності в УДПУ не є питанням окремої посадової особи або окремого структурного підрозділу. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті діє на п'яти рівнях: 1. здобувачі ВО; 2. Гарант ОП, члени проєктних (робочих) груп, завідувачі кафедр, НПП (група забезпечення ОП); 3. Директор, заступники директора, науково-методична комісія/вчена рада інституту, студентська рада інституту; 4. структурні підрозділи Університету, які відповідають за реалізацію процедур і заходів для забезпечення якості вищої освіти; 5. вищий рівень керівництва університету. Розробкою заходів щодо підвищення якості освітньої діяльності в УДПУ займається "Відділ якості освіти, ліцензування та акредитації" (<http://surl.li/gxfif>), до впровадження і реалізації розроблених заходів залучені як навчальні, так і допоміжні структурні підрозділи університету, а контролем за реалізацією даних заходів в освітньому процесі УДПУ займаються відділи: навчально-методичний та наукового та науково-технічного розвитку, деканати/дирекція, завідувачі кафедр та гарант ОП. Процеси підвищення якості освітньої діяльності в УДПУ знаходяться під безпосереднім контролем наглядової ради Університету, ректорату, вченої ради Університету (п.2.3.5. "Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини" (<http://surl.li/lppvy>)). Під час ознайомлення з матеріально-технічною базою в УДПУ та кафедрою маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, гарантом ОП було продемонстроване практичне заняття (у змішаній формі) із ОК "Логістичний менеджмент", надано гостьовий доступ до платформи "Moodle", у якій створені навчальні курси для здобувачів ОП "Маркетинг" та у якій здобувачі ВО та НПП бачать поточну успішність за ОК, підсумкові результати успішності, проходять опитування тощо. Під час зустрічі 4, здобувачів ВО зазначили, що їм подобається змішана форма навчання: вони можуть відвідувати заняття офлайн і онлайн, використовувати дистанційні курси при вивченні дисциплін. Опитування здобувачів (<http://surl.li/moltx>) підтверджує задоволеність здобувачів ВО методами і формами навчання, які застосовуються в ННІЕБО УДПУ.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

УДПУ має сформовану та діючу систему забезпечення якості освіти. Кафедрою здійснюється робота як щодо врахування пропозицій роботодавців, здобувачів, органів студентського самоврядування, науково-педагогічного та адміністративного персоналу та академічної спільноти. В УДПУ створено центр професійного розвитку викладачів, який здійснює підбір оптимальних напрямків для підвищення кваліфікації НПП.

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

1. Термін дії ОП 2022 р. обмежений закінченням дії сертифіката про акредитацію, а ОП 2023 р. - графіком навчального процесу. 2. У робочих програмах та силабусах види занять не співпадають із навчальним планом. Рекомендовано: 1. Навчально-методичному відділу та Відділу якості освіти, ліцензування та акредитації підвищити рівень контролю щодо: опису терміну дії ОП (розділ 1, п.1. Загальна інформація); забезпечення відповідностей видів занять у робочих програмах та силабусах інформації у навчальному плані. 2. Кафедрі маркетингу, менеджменту та управління бізнесом УДПУ відобразити результати співпраці із роботодавцями (відгуки, результати опитування). 3. ННІЕБО УДПУ посилити контроль відповідно до тематики публікацій освітнім компонентам, які забезпечуються НПП.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Встановлено, що ОП загалом відповідає вимогам критерію 8: до впровадження і реалізації заходів щодо підвищення якості освітньої діяльності залучені як навчальні, так і допоміжні структурні підрозділи УДПУ, а контроль за їх реалізацією здійснює навчально-методичний відділ та відділ якості освіти, ліцензування та акредитації, деканат/директорат, завідувач кафедри, гарант ОП. Визначені слабкі сторони за підкритеріями 8.1, 8.3, 8.4, 8.5, 8.6, 8.7 не є критичними та їх можливо усунути до кінця навчального року. Отже, можна констатувати, що ОП в контексті критерію 8 відповідає рівню 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.

Основні внутрішні нормативно-правові акти, що визначають правила та процедури регулювання прав і обов'язків усіх учасників освітнього процесу, знаходяться у відкритому доступі на офіційному сайті ЗВО (<http://surl.li/qveh>). Вони є доступними, переважно чіткими і зрозумілими. Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу визначено у: Положенні про організацію освітнього процесу в УДПУ (<http://surl.li/mpazl>), Положенні про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії (<http://surl.li/mpazp>), Положенні про випускні кваліфікаційні роботи в УДПУ» (<http://surl.li/mpazr>), Положенні про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» (<http://surl.li/mpbbl>), Положенні про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (<http://surl.li/flsrg>), Положенні з оцінки корупційних ризиків (<http://surl.li/ekpvm>), Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу (<http://surl.li/dwxjr>). Учасники освітнього процесу засвідчили наявність усієї необхідної інформації у вільному доступі, можливість її пошуку на сайті, а також відсутність фактів порушення їхніх прав і чітке дотримання встановлених процедур. Також, ЗВО активно висвітлює інформацію в соціальних мережах на сторінках Інституту (<http://surl.li/mpbxt>), (<http://surl.li/mpcfcg>). Експертна група рекомендує зважаючи на специфіку ОП "Маркетинг" розвивати соціальні мережі саме за даною ОП.

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

Проект ОП до її затвердження було розміщено на офіційному веб-сайті ЗВО з метою отримання зауважень та пропозицій стейкхолдерів (<http://surl.li/mpcfn>). На сайті подано інформацію щодо освітньої програми, а також вказана електронна пошта, з метою надання пропозицій та рекомендацій ОП розміщено спеціальну електронну форму (<http://surl.li/mnzag>). Під час зустрічі із роботодавцями вони підтвердили щодо можливості використання даної електронної форми, а також зауважили щодо можливості надати зауваження та рекомендації надіславши лист на електронну адресу. Результати обговорення проекту ОП "Маркетинг" розміщено на сайті (<http://surl.li/mpkjc>) всі рекомендації враховані під час розробки освітньої програми.

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.

Акредитаційною експертизою підтверджується наявність на офіційному веб-сайті достовірної інформації про діючу освітню програму. На сайті ЗВО оприлюднена затверджена вченою радою університету ОП (<http://surl.li/mpcfn>). У документі відображено загальну інформацію про ОП, компетентності та програмні результати навчання, перелік освітніх компонентів, форми підсумкового контролю за компонентами, структурно-логічну схему освітньої програми тощо. Обсяг інформації щодо ОП, яку оприлюднено на сайті, є в цілому достатнім для стейкхолдерів. Зокрема, це стосується її цілей, освітніх компонентів, логічної послідовності їх вивчення,

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

не виявлено

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

1. Освітня програма та форма для опитування щодо скарг та пропозицій знаходяться в різних розділах на сайті. Рекомендовано: 1. У розділі, де розміщена ОП, додати посилання на електронну форму подачі скарг і пропозицій відносно ОП.

Рівень відповідності Критерію 9.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Одержані факти і докази свідчать про повну відповідність програми всім вимогам за критерієм 9. Прозорість і публічність закладу освіти підтверджено. Обсяг інформації, що оприлюднений, є достатній, щоб забезпечити можливість потенційних вступників зробити поінформований вибір щодо вступу на програму, а роботодавців – щодо цілей та змісту підготовки здобувачів за нею. Ознак недостовірності, неповноти, суперечливості наведеної інформації не виявлено. Правила й процедури, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу, є чіткими й зрозумілими

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

*Додатки до звіту:
Відсутні*

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Біловодська Олена Анатоліївна

Члени експертної групи

Хурдей Вікторія Дмитрівна

Скребкова Ксенія Станіславівна