

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Освітня програма	1815 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	1815
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Зрибнєва Ірина Павлівна, Лойко Єлизавета Миколаївна, Страпчук Світлана Іванівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	20.04.2023 р. – 22.04.2023 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/accreditation/075/2022-2023/1815-marketing.pdf
Програма візиту експертної групи	https://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/accreditation/075/2022-2023/1815-Program-of-expert-visits.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

Освітньо-професійна програма Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти є актуальною, логічно побудованою, відповідає попиту на регіональному ринку праці та запитам стейкхолдерів. Мета ОПП відповідає місії і стратегії ЗВО, а також програмі розвитку економічного факультету та програмі розвитку кафедри міжнародної економіки та маркетингу. При розробці ОПП враховано інтереси всіх категорій стейкхолдерів при визначенні цілей і програмних результатів навчання. ОПП дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг. При розробці та реалізації ОП враховано досвід авторитетних вітчизняних та іноземних ЗВО. Освітній процес за ОПП забезпечений висококваліфікованим кадровим складом, що впроваджують інноваційні методи та технології навчання, забезпечуючи фахове досягнення цілей та ПРН. Існує системна робота та стійка співпраця з роботодавцями, академічною спільнотою, фахівцями-практиками та експертами у галузі маркетингу, які мають особливі унікальні знання, заслуги в галузі науки та досвід у професійній діяльності. Важливим є наявність вільного доступу до інфраструктури закладу, медичного обслуговування, участі в різноманітних гуртках, комунікації з психологічною службою тощо. Функціонує комплексна та розгалужена система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, проведення опитувань, мають місце повна прозорість процедур їх проведення та швидке реагування. Здобувачі та представники студентського самоврядування задоволені тим, що до них завжди ставляться з розумінням, підтримують ініціативи, дослухаються до пропозицій та враховують потреби. Здобувачі дотримуються норм та принципів академічної доброчесності, беруть участь в опитуваннях, обізнані щодо процедури їх проведення та оприлюднення результатів. Сайт закладу добре наповнений інформацією, оформлений лаконічно та зрозуміло, не виникає проблем із пошуком інформації. Проведена експертиза підтверджує повну відповідність та взірцевий характер процесу проектування та досягнення цілей освітньої програми, людських ресурсів, освітнього середовища та матеріальних ресурсів, системи внутрішнього забезпечення якості освітньої програми, а також достатній рівень відповідності організації таких освітніх процесів: розробка структури та змісту ОПП; формування доступу до ОП та визнання результатів навчання; організація навчання і викладання за ОПП; контроль знань, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність; створення прозорих та публічних процедур для якісного функціонування ОПП. Таким чином, ОПП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають усім критеріям Додатку до Положення про акредитацію освітніх програм.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

ОПП має сильні сторони та позитивні практики, які зазначені за кожним критерієм оцінювання якості, колегіально ЕГ визначеними та підтвердженими фактами. Відповідне узагальнення сильних сторін та позитивних практик наступне: 1. Відповідність мети ОПП місії і стратегії ЗВО, а також програмі розвитку економічного факультету, та програмі розвитку кафедри міжнародної економіки та маркетингу. 2. Врахування інтересів всіх категорій стейкхолдерів при визначенні цілей і програмних результатів навчання, особливостей та кращих практик аналогічних вітчизняних і зарубіжних освітніх програм при розробці і перегляді ОПП Маркетинг. 3. Унікальність ОПП визначається наявною власною науковою школою маркетингу. 4. Сильною стороною даної ОПП є кадрова стратегія кафедри, що базується на пошуку викладачів серед кращих випускників кафедри та Університету, програм PhD. 5. Зразковою є практика залучення представників бізнесу та експертів галузі маркетингу до проведення аудиторних занять, що забезпечує досягнення заявлених цілей та програмних результатів навчання за ОПП. 6. Впровадження кластеризації вибіркового дисциплін є позитивним прикладом для розробки ОПП Маркетинг в ЗВО України. 7. Системна співпраця із закордонними університетами, бізнес-школами і міжнародними організаціями та викладання окремих ОК англійською мовою ефективно сприяє інтернаціоналізації діяльності КНУТШ. 8. Форми контролю та оцінювання здобувачів ОПП Маркетинг є інноваційними в напрямку розробки творчих та індивідуальних завдань, які направлені на перевірку здобутих практичних компетентностей та закріплення теоретичних знань з предметної області. 9. Політика кафедри нульової толерантності щодо проявів академічної недоброчесності є взірцевою і ефективно реалізовується ОП. 10. Досягнення цілей ОПП Маркетинг та програмних результатів навчання можливо завдяки потужній матеріально-технічній базі Університету, яка має розгалужену інфраструктуру, обладнані сучасною комп'ютерною технікою аудиторії, бібліотеку, дослідницькі центри, які створюють належні умови для здійснення освітнього процесу. 11. Освітнє середовище повністю безпечно для життя здобувачів освіти: ЗВО має укриття на 5 тис. осіб., систему протипожежної безпеки, необхідне обладнання для здобувачів з особливими освітніми потребами, корпус економічного факультету обладнаний табличками Брайля для здобувачів освіти з вадами зору. 12. На підвищення якості освіти також націлена застосування трирівневої системи опитування здобувачів освіти та стейкхолдерів за різними анкетами, які складаються на рівні Університету, факультету, кафедри.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

ЕГ колегіально констатує, що слабких сторін ОПП не виявлено, проте сформульовані рекомендації щодо її подальшого удосконалення: 1) з метою всебічного урахування досвіду, виявлення світових та локальних трендів, інновацій бізнесу продовжити роботу щодо налагодження партнерських зв'язків з компаніями; 2) доцільно продовжувати розвивати інші інструменти формування індивідуальної освітньої траєкторії, які може запропонувати Університет, наприклад, факультативи для здобувачів, які не мають базової освіти за спеціальністю; 3) з метою доступу до ОПП іноземних здобувачів, доцільно розмістити на сайті Університету у розділі «Вступнику» інформацію

про неї англійською мовою; задля популяризації неформальної освіти доцільно розглянути можливість розміщення в робочих програмах/силабусах ОК інформації щодо рекомендованих курсів на освітніх онлайн-платформах, які можуть бути зараховані як результат отримання неформальної освіти; 4) в освітній програмі заявлено 2 мови викладання: українська та англійська. Враховуючи потенціал НПП, ЕГ рекомендує в напрямку удосконалення ОП, інтернаціоналізації діяльності ЗВО та можливості навчання іноземних студентів за ОПП Маркетинг розширити кількість ОК, які викладаються англійською мовою; 5) з метою розвитку ОПП та популяризації неформальної освіти, зважаючи на потужний кадровий потенціал та наявний досвід реалізації онлайн курсів на освітніх платформах доцільно розробити та впровадити відповідні курси; 6) для подальшого удосконалення форм та методів контролю в умовах он-лайн навчання, ЕГ рекомендує розглянути можливість використання єдиної цифрової платформи (типу Moodle); 7) з метою вдосконалення процедури вирішення конфліктних ситуацій в Університеті доцільно запровадити посаду студентського омбудсмена для здобувачів враховуючи досвід інших ЗВО та шляхом залучення коштів грантових програм.

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 встановлено, що цілі ОПП полягають у здатності випускника опанувати предметну область маркетингу, застосовувати його методи, прийоми та інструментарій для прогнозування та дослідження маркетингового середовища, ринків, розробляти відповідні рішення, пропонувати вдосконалення та впроваджувати результати досліджень. Цілі освітньої програми відповідають місії та стратегії розвитку КНУТШ (<http://surl.li/frxdh>), економічного факультету (<http://surl.li/amqju>), кафедри міжнародної економіки та маркетингу (<https://cutt.ly/K912wRN>). Так, місія КНУТШ – формування національної еліти України, підготовка висококваліфікованих кадрів, сприяння інтеграції України у світовий економічний простір, розробка рекомендацій для прийняття ефективних управлінських рішень у процесі реагування на сучасні виклики. Це відповідає цілям ОПП щодо підготовки фахівців з маркетингу, здатних приймати ефективні дослідницькі та управлінські рішення. Місія факультету: «Якість, професійність, конкурентоспроможність класичної університетської економічної науки та освіти». Цілі освітньої програми повністю відповідають місії факультету, орієнтованих на поєднання фундаментальних теоретичних знань класичного університету з формуванням практичних навичок та вмінь на основі системи партнерських відносин з представниками бізнесу. Особливістю освітньої програми є викладання фахових освітніх компонент викладачами, які є фундаторами української школи маркетингу, авторами перших національних підручників з маркетингу та кейсів; тісні форми співпраці з роботодавцями та вбудованість ОПП в унікальну створену систему неперервної освіти (бакалаврат, магістратура, аспірантура, школа бізнесу), яка впливає і на позиції Університету в рейтингах та на розподіл державного замовлення, про що було зазначено Алою Старостою (зустріч з НПП) та Алою Кочкіною (відкрита зустріч). Цілі ОПП тісно корелюють зі змінами у стратегічному плану розвитку Університету на період 2018-2025 року (<http://surl.li/grecz>) у контексті реалізації відповідей на виклики швидкої зміни вимог ринку праці щодо професійних компетентностей працівників; можливостей, що створені розширенням автономії закладу; співробітництвом Університету на всіх рівнях зі стейхолдерами та перспективами поширення цифрових технологій. Експертна група зазначила, що можливості подальшого вдосконалення ОП та спеціальності 075 Маркетинг враховані у Стратегічному плану розвитку Університету, зокрема перспективами створення мережі центрів визнання професійних кваліфікацій, одним із перспективних напрямів реалізації якого є робота над професійними стандартами галузі маркетингу (планується представити п'ять стандартів у 2023 році) громадською організацією "Об'єднання маркетологів України", що створена за ініціативи викладачів, задіяних при реалізації ОПП. Останнє було зазначено Оксаною Дьоміною на зустрічі зі стейхолдерами.

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

Цілі ОПП та ПРН відповідають тенденціям розвитку спеціальності та передбачають врахування впливу глобального бізнес-середовища на національні ринки, посилення нестабільності факторів ситуації на ринку, перетворення України на країну-реципієнта міжнародної допомоги для відновлення економіки, діджиталізацію економіки та зміну моделей ринкової поведінки споживачів. Дані спрямування стимулюють розширення сфер залучення випускників ОПП, посилення конкуренції між випускниками подібних ОПП інших ЗВО, скорочення часу кар'єрного

зростання, що є підґрунтям для формування цілей, досягнення ПРН ОК, посилення практичної складової ОПП. Регіональний контекст за ОПП реалізується у співпраці з регіональними ЗВО, роботодавцями, громадськими організаціями (ГО «Об'єднання маркетологів України», Спілка промисловців і підприємців України) та дозволяє здобувачам виявити регіональні аспекти розвитку галузевих ринків, збирати первинну інформацію в регіонах, розробляти рекомендації щодо розвитку компаній з урахуванням галузевого аспекту. При формуванні цілей та визначенні програмних результатів ОПП в КНУТШ враховувався досвід аналогічних ОП провідних українських ЗВО. Зокрема, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана – досвід співпраці з представниками бізнесу (участь у засіданнях ЕК роботодавців, захист звітів здобувачів на базах практик та ін.); НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» та НТУ «ХПІ» – опанування сучасних діджитал-інструментів; ДВНЗ УДХТУ, НУ «Львівська політехніка», Черкаський ДТУ, Тернопільський НЕУ – досвід стажувань викладачів в зарубіжних ЗВО, організація літніх шкіл, формування баз ВП за кордоном. Унікальним є досвід співпраці з університетом Мачерата (Італія) з реалізації першої в Україні програми подвійного дипломування – форми позааудиторної роботи зі здобувачами. Існує тісне співробітництво на договірній основі з університетом Тор Вергата (Італія), співпраця з Хенанським Інститутом науки і технологій (Китай), департаментом ISO Swedish Management Group (Швеція) (<http://surl.li/gsmi>, <http://surl.li/amcja>). У процесі розвитку ОП враховано досвід співпраці з університетами: м.Ренселаєр (США) – підготовка кейсів, м.Торонто (Канада) – формування системи вибіркового дисциплін, м.Дебрецен (Угорщина) – досвід студентської міжнародної мобільності, м.Сеул (Південна Корея) – організація самост. роботи здобувачів, Варвік бізнес-школа (Великобританія) – використання ділових ігор.

3. Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Під час зустрічей з стейкхолдерами ЕГ встановлено, що в процесі розробки і перегляду ОПП, зокрема при визначенні цілей та результатів навчання, достатнім чином враховувались інтереси здобувачів, випускників та роботодавців. Здобувачі долучені до висловлення пропозицій через написання есе про спеціальність на першому курсі та при опануванні ОК Маркетинг на другому курсі, для чого передбачено окреме заняття у відповідній РП (<http://surl.li/fboxv>). Стейкхолдери на постійній основі беруть участь у публічних обговореннях змін до ОПП та опитуваннях (<http://surl.li/exmvp>, <http://surl.li/fcxa>, <http://surl.li/exmyb>). Регулярна взаємодія з випускниками відбувається через клуб випускників (<http://surl.li/fevgh>, <http://surl.li/bhjua>, <http://surl.li/eznts>). На факультеті і кафедрі МЕМ склалася система партнерських відносин з роботодавцями (<http://surl.li/amchf>), а саме: участь у круглих столах, конференціях, бізнес-форумах, у Днях кар'єри (<http://surl.li/aiden>), залучення практиків до освітнього процесу (<http://surl.li/fttna>), засідань кафедри (<http://surl.li/fabgo>), виробничої практики здобувачів. На кафедрі існує система опитування роботодавців з метою отримання пропозицій щодо вдосконалення змісту, якості і результатів навчання за ОП (<http://surl.li/fdvbl>, <http://surl.li/antbu>). На відеозустрічі з роботодавцями Андрій Длігач зазначив про декілька векторів співпраці, зокрема, залучення студентів до проходження практики, участь роботодавців у обговоренні освітніх компонент, дискусії зі студентами на наукових конференціях, проведення майстер-класів зі "Стратегічного маркетингу" та "Управління проектами", та виконання менторингу при проведенні стартапів як елементу дуальної освіти. Про співпрацю викладачів кафедри та роботодавців у рамках створення маркетингових проектів для зарубіжних компаній зауважено Олексієм Суворовим. На курсі "Маркетингові дослідження" студенти мають можливість опановувати методику проведення анкетування на базі компанії Sirex. Пропозиції роботодавців, щодо опанування сучасних діджитал-інструментів; володіння навичками soft-skills, роботи в команді; концентрація уваги в навчальному процесі на формування морально-етичних якостей фахівця; здатність до ділових переговорів та листування англійською мовою було відображено в оновленій ОПП шляхом збільшення обсягу ВП (<http://surl.li/fjzez>), написання КР з ОК Ринкові дослідження (<http://surl.li/fjnfp>), введенні ОК Діджитал-маркетинг, Економічне обґрунтування маркетингових проектів.

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.

Цілі ОПП та ПРН відповідають тенденціям розвитку спеціальності та передбачають врахування впливу глобального бізнес-середовища на національні ринки, посилення нестабільності факторів ситуації на ринку, перетворення України на країну-реципієнта міжнародної допомоги для відновлення економіки, діджиталізацію економіки та зміну моделей ринкової поведінки споживачів. Дані спрямування стимулюють розширення сфер залучення випускників ОПП, посилення конкуренції між випускниками подібних ОПП інших ЗВО, скорочення часу кар'єрного зростання, що є підґрунтям для формування цілей, досягнення ПРН ОК, посилення практичної складової ОПП. Регіональний контекст за ОПП реалізується у співпраці з регіональними ЗВО, роботодавцями, громадськими організаціями (ГО «Об'єднання маркетологів України», Спілка промисловців і підприємців України) та дозволяє здобувачам виявити регіональні аспекти розвитку галузевих ринків, збирати первинну інформацію в регіонах, розробляти рекомендації щодо розвитку компаній з урахуванням галузевого аспекту. При формуванні цілей та визначенні програмних результатів ОПП в КНУТШ враховувався досвід аналогічних ОП провідних українських ЗВО. Зокрема, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана – досвід співпраці з представниками бізнесу (участь у засіданнях ЕК роботодавців, захист звітів здобувачів на базах практик та ін.); НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» та НТУ «ХПІ» – опанування сучасних діджитал-інструментів; ДВНЗ УДХТУ, НУ «Львівська політехніка», Черкаський

ДТУ, Тернопільський НЕУ – досвід стажувань викладачів в зарубіжних ЗВО, організація літніх шкіл, формування баз ВП за кордоном. Унікальним є досвід співпраці з університетом Мачерата (Італія) з реалізації першої в Україні програми подвійного дипломування – форми позааудиторної роботи зі здобувачами. Існує тісне співробітництво на договірній основі з університетом Тор Вергата (Італія), співпраця з Хенанським Інститутом науки і технологій (Китай), департаментом ISO Swedish Management Group (Швеція) (<http://surl.li/gsmi>, <http://surl.li/amcja>). У процесі розвитку ОП враховано досвід співпраці з університетами: м.Ренселаєр (США) – підготовка кейсів, м.Торонто (Канада) – формування системи вибіркових дисциплін, м.Дебрецен (Угорщина) – досвід студентської міжнародної мобільності, м.Сеул (Південна Корея) – організація самост. роботи здобувачів, Варвік бізнес-школа (Великобританія) – використання ділових ігор.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

ОПП є унікальною, її цілі чітко сформульовані, відповідають місії та стратегії Університету. До функціонування ОП залучені провідні підприємства. КНУТШ функціонує як провідний освітньо-науковий центр з розвитку маркетингу в Україні, що дозволяє чітко відслідковувати тенденції розвитку спеціальності, а саме під час систематичних професійних заходів. Постійний розвиток ОПП на основі урахування тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого і регіонального контексту та тенденцій глобалізації університетської освіти. Роботодавці активно залучені до реалізації ОПП, є її рецензентами, активно долучаються до аудиторних занять та проведення практичної підготовки. Унікальність ОПП забезпечено завдяки фундаментальному підходу до формування обов'язкових та вибіркових ОК. Багаторічна співпраця кафедри з університетом Мачерата (Італія) з реалізації першої в Україні програми подвійного дипломування на базі ОП Маркетинг створює сприятливі умови для успішного продовження безкоштовного навчання випускників ОП на програмі подвійного дипломування.

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

Слабкі сторони, недоліки у контексті Критерію 1 відсутні. Рекомендації: з метою всебічного урахування досвіду, виявлення світових та локальних трендів, інновацій бізнесу продовжити роботу щодо налагодження партнерських зв'язків з компаніями.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Партнерами ОПП є провідні компанії, зокрема ТОВ «Компанія Бізнес-Юніт», Advanter Groupe, Capgemini Ukraine ГО «Об'єднання маркетологів України». Систематичне залучення до викладання представників та експертів у сфері управління, економіки, маркетингу; проведення майстер-класів та лекцій від професіоналів, інтерактивні виїзні практичні заняття. З метою аналізу тенденцій розвитку спеціальності в КНУТШ постійно відбуваються професійні заходи (лекції, семінари, майстер-класи) за участі представників бізнесу. Враховуючи цілісний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв дозволяє стверджувати, що ОПП в контексті Критерію 1 повністю відповідає вимогам та має та взірцевий характер.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Обсяг ОПП Маркетинг складає 240 кредитів ЄКТС, що відповідає ст.5 Закону України «Про вищу освіту» та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня. Обсяг обов'язкових ОК, спрямованих на досягнення ПРН, становить 176 кредитів ЄКТС, а загальний обсяг ОК за вибором здобувачів 64 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%. Структура і зміст ОП визначаються розділом 2 Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ, затвердженими Вченою радою КНУТШ 3 червня 2020 р., протокол № 10. (<http://surl.li/bageu>). ОПП «Маркетинг»

затверджена Вченою радою Університету, протокол 86/7 від 3.07.2020 р. До ОПП доданий навчальний план денної форми навчання, ухвалений Вченою радою Університету, протокол 13 від 21.06.2022 р., затверджений ректором 29.08. 2022 р. ОПП оприлюднена на сайті економічного факультету в розділі Освітні програми за посиланням <http://surl.li/exnel>. 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.

Зміст освітньої програми має чітку структуру. ОК від загально-економічних, суспільно-гуманітарних, математичних до фахових відповідно до сучасних тенденцій світової освіти в галузі маркетингу та з урахуванням стандарту вищої освіти відповідного рівня складають логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дозволяють досягти поставлених цілей та ПРН. Наведена в ОП структурно-логічна схема відображає взаємозв'язок ОК. Навчальний план сформований відповідно до опису ОПП та структурно-логічної схеми, яка виокремлює декілька блоків. Зокрема, викладання суміжних дисциплін (філософських – «Філософія», «Соціально-політичні студії» та ін.), математичних і статистичних – «Вища математика для економістів», «Теорія ймовірностей та математична статистика для економістів», «Статистика для економістів» та ін., фундаментальних економічних – «Економічна теорія», «Макроекономіка», Мікроекономіка», «Інфраструктура товарного ринку», «Міжнародна економіка», «Економіка зарубіжних країн» та ін., теоретичного спрямування, що формують фундаментальні знання – «Вступ до університетських студій», «Маркетинг I», «Маркетинг II», «Бізнес-маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова політика комунікацій», «Ринкова поведінка споживачів», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова політика розподілу і збуту» та дисциплін практичного спрямування, орієнтованих на формування навичок і вмінь - «Ринкові дослідження, КР та кластерні дисципліни (кластер 1 «Стратегічне маркетингове управління» та кластер 2 «Інтегровані маркетингові комунікації»). Кожен кластер включає 10 спеціалізованих ОК. ЕГ проаналізувала Матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (Розд. 4 ОП) і Матрицю забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними ОК (Розд. 5 ОП) і встановила, що ОП забезпечує формування всіх програмних компетентностей і досягнення всіх включених до неї ПРН робочих програм навчальних дисциплін, програм виробничої практики в частині як змісту, так і результатів навчання показав, що включені до ОП освітні компоненти дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

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

ОП визначена як освітньо-професійна програма, орієнтована на формування знань і навичок, необхідних для вирішення задач в сфері маркетингової діяльності. Аналіз змісту ОПП свідчить про загальну відповідність предметній області, визначеній стандартом спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (<http://surl.li/esywf>). Обов'язкові ОК циклу професійно-практичної підготовки «Економічна теорія», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економіка підприємства», «Фінанси», «Бухгалтерський облік», «Менеджмент» та ін. спрямовані на розуміння ефективності організації економічної діяльності сучасними підприємствами та організаціями, управління взаємовідносинами з маркетинговим середовищем; «Статистика для економістів», «Теорія ймовірностей та математична статистика для економістів», «Вища математика для економістів», «Сучасні інформаційні технології в економіці» формують аналітичне мислення і відповідні вмінь, необхідні сучасному маркетологу та є актуальними в контексті діджиталізації. На основі вивчення робочих програм обов'язкових ОК «Маркетинг», «Бізнес-маркетинг», «Маркетингова політика комунікацій», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова політика розподілу і збуту», «Ринкова поведінка споживачів» та «Ринкові дослідження» та ін., експертна група встановила, що названі навчальні дисципліни повністю 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. Освітні компоненти, передусім обов'язкові, в цілому відповідають спеціальності 075 Маркетинг.

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії визначена та регулюється Положенням про організацію освітнього процесу КНУТШ (<http://surl.li/cyuno>), згідно з яким передбачено такі можливості вибору дисциплін: 1) з вибіркової складової ОПП Маркетинг; 2) з вибіркової або обов'язкової складової інших ОП такого ж освітнього рівня; 3) з вибіркової складової іншої ОП іншого освітнього рівня; 4) з дисциплін в іншому ЗВО при реалізації студентом права на академічну мобільність. Інформування студентів відбувається через оприлюднення опису ОП та робочих програм вибіркової дисципліни ОП (<http://surl.li/fboxv>); оприлюднення інших ОП

економічного факультету на сайті кожної кафедри; презентації вибірових дисциплін безпосередньо викладачами; інформування про можливості мобільності на сайті ЕФ та відділу академічної мобільності КНУТШ (<https://cutt.ly/AjysMvi>); каталог вибірових дисциплін на сайті економічного факультету (<http://surl.li/fjnpt>) або на сайтах інших факультетів КНУТШ. ОПП пропонує здобувачам вибір блоків дисциплін за кластером «Стратегічне маркетингове управління» (10 ВБ) та кластером «Інтегровані маркетингові комунікації» (10 ВБ). Частина ОК викладаються англійською мовою. З відеозустрічі з науково-педагогічним персоналом, встановлено, що студенти обирають кластери ОПП Маркетинг, мотивуючись змістом ОК, їх ПРН та можливістю здобути професійну кваліфікацію. Крім цього, ОПП пропонує здобувачам вибір ОК з переліку соціально-економічних дисциплін (<http://surl.li/fjnpt>). Здобувач обирає три ОК по одній з кожного переліку вибірових дисциплін (для здійснення вибору йому пропонується з переліку таких дисциплін (<http://surl.li/exnjn>)). Ці ОК викладаються у 4 та 8 семестрах переважно викладачами з інших факультетів КНУТШ, що забезпечує розширення сучасного світогляду та громадської позиції і патріотизму здобувачів освіти. За результатами ознайомлення з документами, що регулюють порядок вибору дисциплін, інформацією, отриманою під час візиту, ЕФ дійшла висновку, що в університеті існує прозора процедура і можливість вибору навчальних дисциплін.

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

ОПП Маркетинг передбачає практичну підготовку здобувачів, яка реалізується через використання у навчальному процесі кейсів, виконаних на матеріалах української бізнес-практики, виконання групових та індивідуальних практичних проєктів за кожною фаховою ОК; підготовку КР з Ринкових досліджень, яка формує вміння та навички виокремлювати управлінську проблему, формулювати ціль дослідження на основі авторської методики СТАБС-аналізу, планувати дослідження, розробляти анкету, здійснювати польові роботи (<http://surl.li/exhyk>); виробничу практику (<http://surl.li/exisl>), успішний захист звіту з практики (не менше 75б.) є однією з умов отримання професійної кваліфікації та залучення лідерів сучасного бізнесу для викладання, захисту ВП та індивідуальних проєктів, КР, у тому числі виїзні практичні заняття (ГО «Об'єднання маркетологів України», «Advanter Group», «Оболонь», «SIREX», «Компанія «Бізнес ЮНІТ», «Маркін Медіа Груп»), що підтверджується опитуванням здобувачів (<http://surl.li/feuzi>). Високий рівень практичної підготовки здобувачів підтверджує опитування випускників, 85 % яких не мали труднощів при пошуку роботи після закінчення навчання (<http://surl.li/fdval>).

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

Набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills) здійснюється шляхом опанування загальними компетентностями, включеними до ОПП, яка базується на принципах формування особистісних та соціальних компетентностей, роботи в команді, лідерських якостей, підготовки та презентації проєктів, критичного й аналітичного мислення, ораторських і комунікативних здібностей, тайм-менеджменту, етичних норм поведінки і дотримання академічної доброчесності, знання іноземної мови. Як свідчить матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОП (Розділ 4 ОП), загальні компетентності формують переважна більшість обов'язкових ОК. В робочих програмах дисциплін передбачено soft skills як результати навчання, зокрема ОК «Філософія» формує здатність брати участь у дискусіях, виявляти толерантність і увагу до іншої думки, уникати некритичного слідування авторитетам, оволодіння культурою диспуту. ОК «Ринкові дослідження» базується на анкетуванні споживачів та експертів обраного ринку, під час якого відпрацьовуються комунікаційні навички та вміння презентувати результати досліджень. На ОК «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова політика розподілу та збуту» є групові завдання, які формують здатність працювати в команді. ОК «Економіка підприємства» формує здатність вести наукову дискусію, аргументовано доносити та відстоювати власну позицію до слухачів. ОК «Соціально-політичні студії» сприяють формуванню здатності вести полеміку стосовно соціально-політичних питань. ОК «Науковий образ світу» формує здатність усвідомлювати цінності громадянського, демократичного суспільства.

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

За результатами вивчення відомостей про СО ЕФ було встановлено, що професійний стандарт з маркетингу «Фахівець – аналітик з дослідження товарного ринку» затверджено Наказом Міністерства економіки України 18 жовтня 2021 року №751-21. Це враховано в ОК Маркетингова товарна політика, Бізнес-маркетинг, Ринкові дослідження та ін. Розробленням інших професійних стандартів займається робоча група за участі ГО «Об'єднання маркетологів України», співзасновниками якого є зав. кафедри д.е.н. А.О. Старостіна та д.е.н. О.Л. Канищенко. Заявки на розроблення професійних стандартів з маркетингу зареєстровано у Науково-дослідному інституті праці і зайнятості населення Міністерства соціальної політики і НАН України 18.02.2020р. членом групи розробників ОП, виконавчим директором ГО «Об'єднання маркетологів України» О. Дьоміною.

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

За результатами аналізу навчального плану встановлено, що обсяг ОПП в кредитах ЄКТС рівномірно розподілений по семестрах (30 кредитів у кожному семестрі). Обсяг кожної навчальної дисципліни, як правило, складає 3-5 кредитів. Водночас обсяг дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування» складає 14 кредитів на 3 семестри, обсяг дисциплін «Вступ до університетських студій», «Соціально-політичні студії», «Основи трудового права», виконання курсової роботи складають по 2 кредити. Обсяг виробничої практики 10 кредитів. Навчальне навантаження формується не більше 30 год. на тиждень на 1-2 курсах та 24 год. на тиждень на 3-4 курсах, забезпечуючи достатньо часу на самостійну роботу. Співвідношення між навчальними заняттями та самостійною роботою визначається Положенням про організацію освітнього процесу, та передбачає розподіл на аудиторне навантаження 33-50% від загальної кількості годин на дисципліну. Кількість навчальних занять з дисципліни, їхній розподіл між лекціями та семінарськими/практичними/лабораторними заняттями залежить від їх складності та прикладного характеру. Це дає можливість здобувачам керувати робочим часом, регулювати особисте навантаження. Співвідношення навчальних занять та самостійної роботи в межах окремих дисциплін регулюється навчальним планом (<http://surl.li/exnjn>), наведено в робочих програмах (<http://surl.li/fboxv>) та контролюється під час затвердження програми на рівні кафедри МЕМ, факультету та КНУТШ, оцінюється зовнішніми рецензентами та стейкхолдерами. Долучаються до цього процесу і студенти через регулярні опитування, і через органи студентського самоврядування.

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

За ОПП дуальна освіта не передбачена. Однак, за результатами вивчення відомостей про СО та на відеозустрічі зі стейкхолдерами ЕГ було встановлено, що під час навчання використовуються такі форми і методи навчання та оцінювання, які можуть в майбутньому стати основою для започаткування програми дуальної освіти: виробнича практика на діючих суб'єктах підприємницької діяльності для здобуття практичних навичок, досвіду розв'язання реальних управлінських проблем, підвищення рівня професійної компетентності та ділових якостей, звіт за якою включає не тільки аналіз різних сфер діяльності підприємства (організаційної, виробничої, маркетингової, фінансової тощо), а й індивідуальні завдання, що пов'язані із предметною областю ОП; проводяться виїзні семінари на підприємствах, до викладання залучаються лідери бізнесу, у процесі вивчення дисциплін використовують case study за реальними підприємствами, курсові роботи та індивідуальні завдання за дисциплінами передбачають виконання проектів прикладного спрямування.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

ОПП має практико-орієнтоване спрямування. Практична підготовка здобувачів реалізується через використання у навчальному процесі кейсів, виконаних на матеріалах української бізнес-практики; виконання групових та індивідуальних практичних проектів за кожною фаховою ОК; підготовку КР з Ринкових досліджень з розробкою анкети та проведення польових досліджень; виробничу практику успішний захист звіту з якої є однією з умов отримання професійної кваліфікації та залучення лідерів сучасного бізнесу для викладання, захисту ВП та індивідуальних проектів, КР, у тому числі виїзні практичні заняття. Зміст ОПП повністю відповідає предметній області визначеній для неї спеціальності та враховує її особливості. Структура ОПП передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами ОК окрім з професійного пулу, також з ґрунтового пулу загально університетських ОК. Створені передумови та наявний досвід у реалізації дуальної освіти за спеціальністю. Здобувачі мають можливість отримати потужну практичну підготовку тривалістю 8 тижнів із залученням до її реалізації професіоналів-практиків. Викладачі, що задіяні на ОПП є розробниками професійних стандартів з маркетингу та співзасновниками ГО «Об'єднання маркетологів України», за участю якої формуються відповідні заявки.

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

Слабкі сторони і недоліки у контексті Критерію 2 відсутні. Рекомендації: доцільно продовжувати розвивати інші інструменти формування індивідуальної освітньої траєкторії, які може запропонувати Університет, наприклад, факультативи для здобувачів, які не мають базової освіти за спеціальністю.

Рівень відповідності Критерію 2.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Зміст ОПП має чітку структуру, сформований таким чином, щоб здобувачі мали змогу досягти цілей і запланованих ПРН за ОП. Оптимальна пропозиція вибору ОК щодо врахування потреб здобувача у формуванні індивідуальної освітньої траєкторії – широка пропозиція вибору із профільних блоків (кластерів). Під час навчання для посилення практичного спрямування використовуються такі форми і методи навчання та оцінювання, які можуть в майбутньому стати основою для започаткування програми дуальної освіти: виробнича практика на діючих суб'єктах підприємницької діяльності для здобуття практичних навичок, досвіду розв'язання реальних управлінських проблем, підвищення рівня професійної компетентності та ділових якостей, звіт за якою включає не тільки аналіз різних сфер діяльності підприємства (організаційної, виробничої, маркетингової, фінансової тощо), а й індивідуальні завдання, що пов'язані із предметною областю ОП; проводяться виїзні семінари на підприємствах, до викладання залучаються лідери бізнесу, у процесі вивчення дисциплін використовують case study за реальними підприємствами, курсові роботи та індивідуальні завдання за дисциплінами передбачають виконання проєктів прикладного спрямування. Окрім, виробничих практик, практична підготовка на ОП забезпечується, завдяки заходам практико орієнтованого навчання які відбуваються у КНУТШ – лекцій фахівців-практиків, майстер-класів, участю у роботі круглих столів, конференцій, семінарів тощо. Враховуючи цілісний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, дозволяє стверджувати, що ОП в контексті критерію 2 повністю відповідає вимогам та має та взірцевий характер.

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

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

Правила прийому на навчання до КНУТШ в 2022 р. і, зокрема, за ОПП Маркетинг, оприлюднені на офіційному вебсайті ЗВО <https://vstup.knu.ua/rules>. Прийом на навчання іноземців та осіб без громадянства до Київського національного університету імені Тараса Шевченка у 2022 році <http://surl.li/gritc>. Додатково на ресурсі розміщені: Положення про Приймальну комісію <http://surl.li/gagzq>, Порядок поновлення та переведення <http://surl.li/bages>, Положення про Апеляційну комісію <http://surl.li/bflvx>. Прийом здійснюється на конкурсній основі за різними джерелами фінансування. Прозорість вступу забезпечується через інформування громадськості про освітні ступені та освітні програми, за якими оголошується прийом на навчання в 2022 році, ліцензовані обсяги, терміни здобуття освіти, форми здобуття освіти та вартість навчання за спеціальностями (спеціалізаціями, освітніми програмами) через сайт ЗВО і сайти факультетів. Під час експертизи ЕГ з'ясувала, що правила прийому для здобувачів є зрозумілими та чіткими (підтверджено під час зустрічі з здобувачами вищої освіти). Інтерв'ювання відповідального секретаря приймальної комісії (Ольги КОБАН) продемонструвало обізнаність і відповідність проведення вступної кампанії чинному законодавству. За результатами проведених зустрічей та вивчення відповідних документів ЕГ дійшла висновку, що Правила прийому відповідають чинному законодавству, є чіткими і зрозумілими і не містять дискримінаційних положень.

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

Інформація для вступу доступна на сайті приймальної комісії КНУТШ (<https://vstup.knu.ua/rules>). Правила прийому на навчання за ОП та вимоги до вступників відповідають загальним вимогам (<https://cutt.ly/iNZJy8b>). На навчання для здобуття ОС бакалавра на 1-й курс приймаються особи, які здобули повну загальну середню освіту, а сам конкурсний відбір на навчання здійснюється за результатами національного мультипредметного тесту або за результатами ЗНО 2019-2021 рр., творчих конкурсів, індивідуальної усної співбесіди, розгляду мотиваційних листів у передбачених Правилами прийому випадках. Для вступу на ОП на перший курс зараховуються бали НМТ з 3-х предметів, для яких визначаються відповідні вагові коефіцієнти, та бали за навчання на підготовчих курсах КНУТШ. Зокрема, для вступу на ОПП Маркетинг визначено такі коефіцієнти для трьох предметів НМТ та /сертифікатів ЗНО: Українська мова і література – 0,35/0,25, Математика – 0,40/0,50, Історія України – 0,25, сертифікат ЗНО з Історії України або іноземної мови, або біології, або географії, або фізики, або хімії – 0,25, Підготовчі курси – 0. Мінімальна кількість балів для допуску до участі у конкурсі - 101 б., а для вступників, які допускаються до конкурсного відбору на місця державного замовлення та можуть бути рекомендовані або переведені на такі місця – не менше ніж 125,000 б. Також, Додатком 2.6 Правил прийому наведено перелік досягнень, за які нараховуються додаткові бали та спеціальні умови участі в конкурсному відборі.

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.

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється документами: Положенням про організацію освітнього процесу у КНУТШ (<https://cutt.ly/iNZJSDX>); Правилами прийому до КНУТШ у 2022 р. (<https://vstup.knu.ua/rules>); порядком поновлення та переведення здобувачів вищої освіти (студентів, слухачів, курсантів) у КНУТШ (<https://cutt.ly/zjumvPC>); положенням про порядок перезарахування результатів навчання у КНУТШ (<https://cutt.ly/2juQhLO>); положенням про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на академічну мобільність КНУТШ (<https://cutt.ly/djuQr2D>). Усі документи є у вільному доступі на офіційних інформаційних ресурсах КНУТШ, відбувається регулярне інформування здобувачів під час проведення днів відкритих дверей, профорієнтаційних заходів у школах, роботи інформаційно-консультаційних служб, презентацій ОП (<http://surl.li/eynmi>, <http://surl.li/eynmlk>, <http://surl.li/beppc>, <http://surl.li/bgevd>, <http://surl.li/bepod>, <http://surl.li/bepol>). Визнання результатів навчання учасників програм академічної мобільності відбувається відповідно до затвердженого індивідуального плану учасника освітнього процесу. При переведенні здобувачів з інших ЗВО перезарахування дисциплін відбувається за умови їх відповідності навчальним планам ОПП за змістом та кредитами. За результатами аналізу звіту самооцінювання ЕГ ознайомилась з прикладом визнання результатів навчання в інших ЗВО. У межах програми академічної мобільності студентка з курсу ОП І. Кирпач протягом 2 семестру 2021/22 н.р. проходила навчання в Університеті Гранади (Universidad de Granada), Іспанія, результати якого були зараховані після її повернення. За результатами навчання було перезараховано 4 із 8 ОК (всього 22 кредити ЄКТС), а саме: ОК «Ринкова поведінка споживачів» - 5 кредитів, ОК «Маркетинг партнерських відносин» - 5 кредитів, Experimental Economics - 6 кредитів. Загалом правила є чіткими і зрозумілими, доступними для всіх учасників освітнього процесу. Під час інтерв'ювання здобувачі підтвердили свою обізнаність щодо наявних можливостей визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, зокрема і під час академічної мобільності.

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 навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням про валідацію і визнання результатів навчання здобутих у процесі неформальної та/або інформальної освіти у програмах вищої та фахової передвищої освіти КНУТШ <http://senate.univ.kiev.ua/?p=2271>. Відповідна інформація доступна учасникам освітнього процесу, є у вільному доступі на офіційних інформаційних ресурсах КНУТШ та відображається в Положенні про організацію освітнього процесу у КНУТШ (<https://cutt.ly/iNZJSDX>). В межах окремої дисципліни викладач може зарахувати при виставленні підсумкової оцінки результати отримані студентом за іншими формами навчання при наявності відповідного сертифікату. Випадків визнання результатів неформальної освіти на ОП немає. Проте, навчання за неформальною освітою, в межах виконання завдань самостійної роботи, може враховуватись викладачами у вигляді нарахування додаткових балів. Так, при викладанні окремих дисциплін здобувачам пропонується проходити пов'язані з основним навчальним матеріалом навчальні тренінги, зокрема, на платформах Prometheus та Coursera. Наприклад, при вивченні дисципліни «Маркетингова комунікаційна політика» здобувачам пропонується пройти на вибір додаткові онлайн- курси «SMM і таргет», «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» та «Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям?», (<http://surl.li/eynwn>, <http://surl.li/cpdrv>, <http://surl.li/eexnd>). При опануванні дисципліни «Діджитал маркетинг» для здобувачів передбачається можливість проходження тренінгів «Як будувати бізнес онлайн?» та «Цифровий маркетинг» (<http://surl.li/whlt>, <http://surl.li/aeuz>). При вивченні дисципліни «Управління переговорами» студентам пропонується долучитись до онлайн-курсу «Successful Negotiation: Essential Strategies and Skills» (<http://surl.li/vriw>).

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Правила прийому до вступу в КНУШ на ОПП «Маркетинг» на перший (бакалаврський) рівень вищої освіти є чіткими та зрозумілими, інформація представлена у вільному доступі та не містить дискримінаційних положень. Всі нормативні документи знаходяться у вільному доступі на сайті Університету. ЗВО співпрацює з багатьма університетами, що надає здобувачам можливість вибору закладу для участі у академічній (міжнародній) мобільності. Забезпечення вільного доступу усіх зацікавлених осіб до внутрішніх нормативних документів шляхом розміщення їх на офіційному вебсайті ЗВО. В наявності є усі внутрішні документи, які регулюють порядок визнання результатів неформальної освіти, результатів навчання отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності. Позитивною практикою в Університеті є наявність процедури і практики зарахування здобувачам результатів навчання за неформальною освітою, в межах виконання завдань самостійної роботи у вигляді нарахування додаткових за навчальні тренінги, зокрема, на платформах Prometheus та Coursera. Так, при викладанні окремих дисциплін здобувачам пропонується проходити пов'язані з основним навчальним матеріалом навчальні тренінги, зокрема, на платформах Prometheus та Coursera. Наприклад, при вивченні дисципліни «Маркетингова комунікаційна політика» здобувачам пропонується пройти на вибір додаткові онлайн-курси «SMM і таргет», «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» та «Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям?», (<http://surl.li/eynwn>, <http://surl.li/cpdrv>, <http://surl.li/eexnd>). При опануванні дисципліни «Діджитал маркетинг» для здобувачів передбачається можливість проходження тренінгів «Як будувати бізнес онлайн?» та «Цифровий маркетинг» (<http://surl.li/whlt>, <http://surl.li/aeuz>). При вивченні дисципліни «Управління

переговорами» студентам пропонується долучитись до онлайн-курсу «Successful Negotiation: Essential Strategies and Skills» (<http://surl.li/vriw>).

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

Слабкі сторони і недоліки в контексті Критерію 3 не виявлено. Рекомендовано: з метою доступу до ОПП іноземних здобувачів, доцільно розмістити на сайті Університету у розділі «Вступнику» інформацію про неї англійською мовою; задля популяризації неформальної освіти доцільно розглянути можливість розміщення в робочих програмах/силабусах ОК інформації щодо рекомендованих курсів на освітніх онлайн-платформах (наприклад, (<https://prometheus.org.ua/>; <https://vumonline.ua/>; <https://learnlifelong.net/>; <https://coursera.org/>; <https://www.edera.com/> тощо), які можуть бути зараховані як результат отриманий неформальній освіті.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Інформація щодо вступу на ОПП є прозорою та публічною. На сайті КНУТШ містяться детальні відомості про строки та процедуру вступу, вартість навчання та ліцензований обсяг. Визнання результатів, отриманих у неформальній освіті, чітко регламентовано. Нормативні документи Університету закріплюють реалізацію прав на академічну мобільність; здобувачі ознайомлені із процедурою та переліком наявних міжнародних програм. Навчання за неформальною освітою, в межах виконання завдань самостійної роботи, враховується викладачами у вигляді нарахування додаткових балів. Таким чином, аналіз ОПП за підкритеріями в контексті критерію 3 дозволяє зробити висновок про її повну відповідність взірцевому характеру.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Форми та методи навчання і викладання в ЗВО визначені та регулюються: Положенням про організацію освітнього процесу КНУТШ (<https://cutt.ly/iNZJSDX>); Положенням про валідацію і визнання результатів навчання здобутих у процесі неформальної та/або інформальної освіти у програмах вищої та фахової передвищої освіти КНУТШ (<http://senate.univ.kiev.ua/?p=2271>); Положенням «Про порядок реалізації права на академічну мобільність Київського національного університету імені Тараса Шевченка» (<http://mobility.univ.kiev.ua/wpcontent/uploads/2016/08/Положення-про-порядок-реалізації-права-на-академічну-мобільність-КНУ-ім.-Тараса-Шевченка.pdf>). Відповідна інформація доступна усім учасникам освітнього процесу є у вільному доступі на офіційних інформаційних ресурсах КНУТШ. В ході проведених зустрічей з менеджментом ЗВО, гарантом ОП, викладачами ОП та здобувачами освіти підтверджено, що задекларовані форми та методи навчання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів. Зокрема, в умовах карантину та військового положення в країні ЗВО та НПП організована ефективна взаємодія зі ЗО з організації навчання та отримання зворотного зв'язку (використання хмарних платформ Google Classroom, Classtime, GoogleDrive; месенджерів Telegram, Viber та інш.). Студентоцентрований підхід реалізується через залучення здобувачів ОП до створення, рецензування та оновлення освітніх програм (так, на 1-му курсі здобувачі висловлюють пропозиції, що в подальшому враховується при розвитку ОП (<http://surl.li/eszdt>); з 2 курсу у РП ОК Маркетинг передбачені заняття, де здобувачі висловлюють свої пропозиції щодо вивченого матеріалу (див. РП ОК <http://surl.li/fboxv>). Здобувачі не обмежені у виборі ОК лише навчальним планом (положення про організацію освітнього процесу в КНУТШ п.2.3 (<https://cutt.ly/9oCNSIP>). Здобувачі ОП можуть вільно обрати базу та напрямок маркетингових досліджень в ОК Виробнича практика. Зустрічі ЕГ із здобувачами освіти та студентським самоврядуванням підтвердили результати опитувань.

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).

Доступ до інформаційних ресурсів щодо освітньої діяльності здійснюється через офіційний сайт КНУТШ (<https://www.univ.kiev.ua/>). Цілі, зміст та програмні результати навчання, а також методи викладання та оцінювання

за ОП представлені у відкритому доступі на сайті ЕФ КНУТШ (https://econom.knu.ua/educational-programs/undergraduate_courses/marketyng/sp/) та кафедри міжнародної економіки та маркетингу у РП освітніх компонентів (https://econom.knu.ua/departments/kie/educ_programs/); Також інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання конкретного ОК та навчально-методичні матеріали до ОК роз'яснюється та поширюються лектором на першому занятті. НПП у межах окремих ОК використовують для інформування здобувачів ОП «Маркетинг» онлайн платформи (Google Classroom, Classtime, GoogleDrive), які забезпечують зворотній зв'язок, отримання та оцінку завдань, спілкування на принципах конфіденційності. Здобувачі мають доступ до навчальних планів обов'язкових та вибіркового компонентів ОП (інформація про цілі, зміст, характер організації ОК Виробнича практика надається здобувачам ОП на наставних зустрічах; Методичні рекомендації до ВП, виконання курсових робіт, Програма комплексного державного іспиту розміщені на веб-сайті економічного факультету (<http://surl.li/fcjom>). На сайті факультету ЗО доступна також інформація про розклад занять, графіки екзаменів, роботи екзаменаційних комісій, консультацій, захистів курсових робіт і практик, накази та інш. Фокус-група здобувачів ОП позитивно відмітила систему автоматизації КНУТШ «TRITON Student» (<https://student.triton.knu.ua/>), а саме доступ до персонального кабінету студента, в якому є інформація про вибіркові ОК, які обрані ЗО, персональні результати здачі заліків та екзаменів, середній бал студента. Зустрічі ЕГ зі здобувачами ОП та студентським самоврядуванням підтверджують результати опитувань, які засвідчують задоволеність здобувачів рівнем поінформованості щодо цілей, змісту, очікуваних результатів навчання, критеріїв оцінювання у межах освітніх компонентів (<http://surl.li/feuzi>).

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

В ході зустрічей зі здобувачами освіти підтверджено, що ЗВО забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП. У КНУТШ та на економічному факультеті діє Наукове товариство студентів та аспірантів, в рамках якого для здобувачів функціонують: Бізнес клуб (<http://ntsaef.univ.kiev.ua/projects/business-club.html>), Інтелектуальний клуб (<http://ntsaef.univ.kiev.ua/projects/breinring.html>), Дебатний клуб (<http://ntsaef.univ.kiev.ua/projects/debate.html>) та періодичне студентське видання «Вісник НТСА ЕФ» (<http://ntsaef.univ.kiev.ua/projects/herald.html>). На економічному факультеті КНУТШ за ініціативою факультету, Міністерства цифрової трансформації України та на основі національного проекту з розвитку підприємництва Дія.Бізнес створено та успішно функціонує ЦЕНТР ДІЯ.БІЗНЕС У КНУ (<https://econom.knu.ua/about-faculty/центр-дія-бізнескн>), в якому здобувачі ОП мають унікальну можливість приймати участь в освітніх заходах (воркшопах, вебінарах, лекціях, тренінгах за участі професіоналів-практиків, кіносеминарах (іноземною мовою), ділових іграх та ігрових практик), що сприяє поєднанню навчання і досліджень під час реалізації освітньої програми. Корисним для здобувачів ОП економічного факультету КНУ є довготривала програма навчання з розвитку лідерських і м'яких навичок «Школа лідерства» (Leadership School at the Faculty of Economics). На зустрічах зі здобувачами освіти, НПП, роботодавцями та стейкхолдерами підтверджено поєднання навчання та маркетингових досліджень при проходженні виробничої практики (Sirex, Advanter Group, Capgemini Ukraine, ТОВ «Компанія «БІЗНЕСЮНІТ», ГО «Об'єднання маркетологів України»).

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

При розробці ОП гарантом Журило В.В. та НПП кафедри проведено аналіз сучасних ОПП Маркетинг бакалаврського рівня вищої освіти українських і іноземних ЗВО, де НПП кафедри проходили стажування. Визначальним фактором розробки ОП Маркетинг є наукова школа маркетингу, заснована д.е.н., проф. Старостіною А.О. та продовжена в наукових розробках НПП кафедри міжнародної економіки та маркетингу. Оновлення змісту освітніх компонентів забезпечується шляхом поєднання різних форм організаційно-методичної та наукової діяльності НПП: участю викладачів ОП у міжнародних, всеукраїнських, факультетських науково-практичних конференціях (у заходах з підвищення кваліфікації, стажування у зарубіжних країнах; у виконанні державних та ініціативних наукових тематик, у проведенні власних досліджень (опублікування статей у фахових вітчизняних та зарубіжних виданнях, написання навчальних посібників, монографій). Підтвердженням є закордонні стажування викладачів, програми підвищення кваліфікації (<http://surl.li/fgjzq>); міжнародні грантові дослідження (№ 09 ДП 040-01 з щодо забезпечення економічної безпеки та управління ризиками; №06ДПО40-01 щодо управління ризиками у сфері підприємництва в м. Києві), повідомлення на офіційних інформаційних WEB-сторінок кафедри і факультету. В РП усіх ОК (<http://surl.li/fboxv>) присутні посилання на підручники, монографії, наукові статті та методичні матеріали НПП, які забезпечують викладання за ОПП Маркетинг.

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

Інтернаціоналізація діяльності кафедри міжнародної економіки та маркетингу є пріоритетним та стратегічним напрямком її розвитку. Зустрічі ЕГ з гарантом, НПП, менеджментом КНУТШ та економічного факультету підтвердили системність співпраці із закордонними університетами (м. Мачерата (Італія), м.Тор Вергата (Італія), університетами м.Ренселаєр (США), м.Торонто (Канада), м.Добрецен (Угорщина), м.Сеул (Південна Корея),

Хенанським Інститутом науки і технологій (Китай) <http://surl.li/gsmi>), бізнес-школами Варвік (Великобританія) та м. Сучжоу (КНР) (<http://surl.li/bfifzo>) і міжнародними організаціями (департаментом ISO Swedish Management Group (Швеція) <http://surl.li/amcja>), Еразмус+, DAAD, IREX, Фулбрайт, ESOMAR, Європейською конфедерацією маркетингу. Показовим є: постійна участь НПП у міжнародних і зарубіжних конференціях, форумах, семінарах (<http://surl.li/fcdzh>); запрошення іноземних професорів до навчального процесу (<http://surl.li/fgjsn>); відкритий доступ з локальної мережі КНУТШ до міжнародних науково-інформаційних ресурсів (Scopus, WoS, Springer Nature). Доступний тестовий доступ на пільгових умовах до інших міжнародних науково-інформаційних платформ, що дозволяє викладачам і студентам підтримувати високий рівень інформованості щодо світового наукового надбання в галузі маркетингу. Переважна більшість НПП, які забезпечують викладання ОК за ОП «Маркетинг», вільно володіють іноземною мовою (англійською), що підтверджено сертифікатами про рівень знання мови та розробленими РП англійською мовою ОК (Behavioral Economics, Globalization and International Financial System, Upper-Int.Business English in Marketing Communication та інш.).

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

Сильною стороною ОПП є її розробка на основі сформованої власної наукової школи маркетингу та сучасних практик вітчизняних та іноземних університетів. Передовою практикою є можливість для здобувачів ОПП Маркетинг вільно формувати власну освітню траєкторію не обмежену у виборі ОК лише навчальним планом. Інноваційною є практика кластеризації вибіркових дисциплін. Позитивною практикою є постійне залучення здобувачів ОПП (з першого по четвертий курс) до створення, рецензування та оновлення ОПП. Важливим фактором поєднання навчання і досліджень є ОК Виробнича практика, в рамках якого студенти залучені до реальних маркетингових досліджень. Слід позитивно відмітити високий ступінь інформованості учасників освітнього процесу щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання через офіційні сайти ЗВО, факультету, АСУ «TRITON Student». Корисним для здобувачів ОП на базі ЦЕНТР ДІЯ.БІЗНЕС У КНУ є можливість участі у освітніх заходах, що сприяють реалізації бізнес-ідей, становленню та розвитку підприємництва студентської молоді. Ефективним напрямом інтернаціоналізації ОПП є: системність співпраці із закордонними університетами, бізнес-школами і міжнародними організаціями; викладання окремих ОК ОПП Маркетинг англійською мовою.

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

В освітній програмі заявлено 2 мови викладання: українська та англійська. Враховуючі потенціал НПП, ЕГ рекомендує в напрямку удосконалення ОПП, інтернаціоналізації діяльності ЗВО та можливості навчання іноземних студентів за ОПП Маркетинг розширити кількість ОК, які викладаються англійською мовою.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Навчання і викладання за освітньою програмою Маркетинг відповідає досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів, що підтверджено в ході роботи ЕГ зі сторонами освітнього процесу (здобувачами та випускниками ОП, НПП, керівництвом ЗВО, стейкхолдерами і роботодавцями). ОПП розроблена на основі сформованої власної наукової школи маркетингу, сучасних світових та вітчизняних практик викладання маркетингу та ведення маркетингової бізнес-діяльності. Оскільки ОПП Маркетинг передбачено двомовне викладання (українською та англійською), що передбачає можливість для здобувачів освіти вільного вибору мови навчання за кожним ОК (чого наразі не досягнуто), тому критерій 4 експертна група оцінила на рівні В.

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

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

На зустрічі зі здобувачами, ЕГ з'ясовано, що форми контрольних заходів та критерії оцінювання є для них зрозумілими та прийнятними та оприлюдненими заздалегідь, це підтверджується також і результатами анонімного

опитування про якість навчального процесу здобувачів ОП Маркетинг (<http://surl.li/feuzi>). Інформація про форми контрольних заходів та критерії їх оцінювання вказана в РП кожного ОК, а також роз'яснюється лектором на першому занятті. Під час зустрічі ЕГ з НПП з'ясовано, що контрольні заходи та критерії оцінювання є валідними (тобто здатними перевірити те, що заплановано у рамках окремої освітньої компоненти навіть в умовах он-лайн навчання) регулюються Тимчасовим порядком проведення сесії та підсумкової атестації з використанням технологій дистанційного навчання, яке діє під час карантинних заходів та військового положення в країні (<http://surl.li/efajl>). Результати контрольних заходів (оцінки), а також свій середній бал здобувач може переглянути у персональному кабінеті АСУ «TRITON Student». Деканатом ЕФ завчасно (не пізніше ніж за тиждень) доводиться до відома викладачів і здобувачів інформація про графік контрольних заходів, консультацій, захисту КР і практик разом із он-лайн посиланнями на них шляхом оприлюднення на сайті ЕФ, в системі «TRITON» та на інформаційних дошках фак-ту. Програма комплексного підсумкового іспиту з критеріями оцінювання розміщується на сайті ЕФ за півроку до його проведення (<http://surl.li/fcjom>).

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

Атестація здобувачів вищої освіти ОПП Маркетинг здійснюється у повній відповідності затверджені Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 Маркетинг у формі комплексного підсумкового іспиту. Програма комплексного підсумкового іспиту з фахових дисциплін (<http://surl.li/fcjom>) має інтегрований характер і включає питання чотирьох модулів (Модуль 1. Ринкові дослідження; Модуль 2. Маркетингова товарна політика; Модуль 3. Маркетингова цінова політика; Модуль 4. Маркетингова політика комунікацій), що дає можливість перевірити досягнення наступних ПРН ОПП Маркетинг (ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН5, ПРН6, ПРН9, ПРН 17). Формою проведення державного іспиту зі спеціальності «Маркетинг» є письмовий екзамен. Комплект атестаційних завдань державного іспиту за спеціальністю «Маркетинг» складається з таких елементів: теоретичне питання науково-аналітичного характеру з фахових дисциплін; тестові завдання (за варіантами); комплексне ситуаційне завдання або творче завдання проблемного характеру. Наведені елементи комплексного державного іспиту оцінюються окремо за їх внеском до загальної екзаменаційної оцінки. Підсумкова оцінка державного іспиту бакалаврів являє собою усереднену оцінку за кожен з елементів екзамену (макс. – 100 балів).

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

Правила проведення контрольних заходів прописані у Положенні про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/efafw>) та Тимчасовому порядку проведення сесії та підсумкової атестації з використанням технологій дистанційного навчання (<http://surl.li/efajl>). Під час зустрічі ЕГ зі ЗО було з'ясовано, що правила проведення контрольних заходів чіткі і зрозумілі, легкодоступні, здобувачі ознайомлені з процедурами оскарження результатів контрольних заходів та їх повторного проходження. Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ (<http://surl.li/efbhg>) визначає процедури моніторингу прозорості та об'єктивності оцінювання контрольних заходів. Об'єктивність екзаменаторів забезпечується наявністю чітких правил, процедур та критеріїв оцінювання: оцінювання є послідовним, справедливим та об'єктивно застосовується до всіх студентів, оцінювання проводиться більш ніж одним викладачем; оцінювання при проведенні підсумкової атестації здійснюється колегіально Екзаменаційною комісією (Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії в КНУТШ (<http://surl.li/akumz>)), викладачі не беруть участь в оцінюванні під час виникнення конфлікту інтересів; письмові роботи студентів зберігаються протягом семестру; інформація щодо оцінювання є чіткою, точною і доступною для всіх учасників освітнього процесу; критерії та методи оцінювання оприлюднюються заздалегідь. Порядок вирішення конфліктних ситуацій у КНУТШ (<http://surl.li/efbhh>) розкриває причини і очікувані наслідки запровадження нових форм викладання і навчання, механізми реагування (погодження) на зіткнення точок зору. У контексті процедур оскарження та повторного проходження контрольних заходів, ЕГ наголошує, що здобувачі мають реальну можливість підняти будь-яке питання, що стосується цієї проблеми. Здобувачі обізнані зі своїми правами щодо оскарження результатів контрольних заходів. Під час зустрічей ЕГ з гарантом ОП, НПП та ЗО встановлено, що випадків конфліктів інтересів щодо об'єктивності екзаменаторів, а також оскарження результатів оцінювання не було, а повторне проходження контрольних заходів відбувається згідно з чинними правилами і процедурами.

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.

ЕГ встановила, що політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності визначені у КНУТШ є чіткими і зрозумілими, із ними ознайомлені всі учасники освітнього процесу, що підтвердилося на зустрічах з НПП, здобувачами освіти та представниками студентського самоврядування. Політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності втілені у наступних документах та положеннях: Положення КНУТШ про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу (<http://surl.li/efbhg>); Етичний кодекс КНУТШ (<http://surl.li/efbio>); Положення про організацію освітнього процесу; Положення про систему виявлення та запобігання академічному плагіату (<http://surl.li/efbir>); Положення про забезпечення дотримання академічної доброчесності (<http://surl.li/dklba>); Ухвала «Вимоги етичної компетентності та запобігання неетичної поведінки представників університетської спільноти» (<http://surl.li/anszz>), Ухвала «Про репутаційну політику КНУТШ» (<http://surl.li/dsddo>). На економічному факультеті створена і діє комісія з академічної доброчесності, яка контролює процеси виявлення академічного плагіату (<http://surl.li/efbja>). Під час зустрічей з менеджментом КНУТШ та економічного факультету, НПП та представниками студентського самоврядування ЕГ виявила, що Університет приділяє велику увагу доведенню та популяризації принципів академічної доброчесності до всіх учасників освітнього процесу, що базується на: інформуванні та вільному доступі здобувачів до нормативно-правової бази; роз'яснювальній роботі НПП, кураторів академічних груп та представників деканату на виховних годинах, на вступних лекціях з кожного ОК стосовно недопущення порушень академічної доброчесності. В ЗВО запроваджена та врегульована комплексна система заходів запобігання академічному плагіату та його виявлення в наукових роботах для усіх учасників освітнього процесу (Положення про СВ та ЗАП КНУТШ (<http://surl.li/efbir>), Згідно Положень НПП здійснює систему самоперевірки наукових праць (навчально-методичних робіт, статей, розділів до монографій) на всі форми академічного плагіату за допомогою безкоштовних програм та онлайн сервісів (Copyscape, Copyleaksta інш.). В умовах дистанційного навчання питання дотримання академічної доброчесності особливо актуалізуються при проведенні заходів поточного і підсумкового контролю ЗО, задля цього НПП активно використовуються проведення тестувань в Google-формі, Classtime, надання персоналізованих завдань в Google Classroom, електронною поштою. У 2022/2023 н.р. було виявлено один випадок порушення академічної доброчесності, а саме академічний плагіат в КР з ОК «Ринкові дослідження» студента Д.Ляшанова, за що він отримав негативну оцінку та був відрахований з університету.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Інформація про форми контрольних заходів та критерії їх оцінювання вказана в РП кожного ОК та є доступною й зрозумілою для всіх здобувачів освіти. Ефективним засобом інформування ЗО про результати контрольних заходів є АСУ «TRITON Student». Атестація здобувачів ОП Маркетинг здійснюється у повній відповідності затвердженому Стандарту вищої освіти України у формі комплексного підсумкового іспиту фахових дисциплін (<http://surl.li/fcjom>). Політика кафедри, щодо нульової толерантності до проявів академічної недоброчесності всіма учасниками освітнього процесу, заснована на власному багаторічному досвіді, є зразковою. Заслугує особливого схвалення розроблена НПП кафедри міжнародної економіки та маркетингу власна система запобігання та виявлення академічного плагіату (<http://surl.li/efbjj>), про результативність дії якої свідчить низький рівень виявлених порушень (1 випадок у ЗО) та повна відсутність плагіату в наукових працях НПП.

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

Слабкі сторони і недоліки в контексті Критерію 5 не виявлено. Рекомендовано: для подальшого удосконалення форм та методів контролю в умовах он-лайн навчання, ЕГ рекомендує розглянути можливість використання єдиної цифрової платформи (типу Moodle).

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Політика з дотримання академічної доброчесності ОПП Маркетинг та освітня діяльність за цією програмою є чітко визначеною, зрозумілою та реалізується всіма учасниками освітнього процесу. Інноваційною та зразковою практикою НПП ОП Маркетинг є постійна розробка для здобувачів освіти індивідуальних творчих та практичних завдань, які спрямовані здебільше на перевірку здобутих практичних компетентостей, заснованих на теоретичних знаннях предмету та методів ОК, що також одночасно унеможлиблює текстові запозичення і некоректне цитування. Взірцевою є політика кафедри нульової толерантності щодо проявів академічної недоброчесності для усіх без винятку учасників освітнього процесу. Особливого схвалення заслугоує розроблена кафедрою система запобігання та виявлення академічного плагіату (<http://surl.li/efbjj>), ефективність якої доведена на власному багаторічному досвіді.

Критерій 6. Людські ресурси:

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

НПП, який здійснює до реалізації ОК і ВК ОПП повністю забезпечує досягнення визначених програмою цілей та результатів своєю академ. і проф. кваліфікацією: 1) Старостіна А.О., д.е.н., проф. - Ринкові дослідження, відповідність пунктам: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 19, 20 Ліцензійних умов ; 2) Біловодська О.А., д.е.н., проф., - Маркетингова товарна політика, Маркетингова політика розподілу і збут, від.п.: 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 12, 14, 19; 3) Журило В.В., к.е.н., доц. - Маркетинг I, Маркетинг II, Ринкова пов. спож., від.п.: 1, 3, 4, 11, 12, 14, 19, 20; 4) Длігач А.О., д.н., доц. - Маркетингова цінова політика, Економіка заруб. країн, від.п.: 1, 3, 7, 12, 13, 19, 20; 5) Мірошніченко О.Ю., к.е.н., доц. - Економіка підприємства, від.п.: 1, 3, 4, 7, 8, 10, 13, 14, 19; 6) Рожко О.Д., к.е.н., проф. - Фінанси, від.п.: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 14, 15; 7) Кухта П.В., к.е.н., доц. - Інвестування, від.п.: 1, 3, 4, 11, 12, 14, 19, 20; 8) Лобова О.М., к.е.н., доц. - Страхування, від.п.: 1, 3, 4, 5; 9) Руденко Н.В., к.е.н., доц. - Міжнародна економіка, Маркетингова політика комунікацій від.п.: 1, 3, 4, 12, 14, 19; 10) Герасименко О.О., к.е.н., доц. - Менеджмент, від.п.: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 14; 11) Дьоміна О.М., к.е.н., асист.- Бізнесмаркетинг, від.п.: 1,4,10,13,14,19; 12) Погорілий А.О., к.ф.н., доц. - Українська та заруб. культ., від.п.: 3, 5; 13) Гончаренко Н.В., к.е.н., доц. - Інфраструктура товарного ринку, від.п.: 1, 3, 6, 8, 12-14; 14) Мазуренко О.К., к.е.н., доц. - Статистика для економістів, від.п.: 1, 3, 4, 6, 7, 9, 12; 15) Тадеєв Ю.П., к.ф.м.н., доц. - Теорія ймов. та мат. статистика для екон., від.п.: 1, 9, 10, 13, 14; 16) Діденко Л.В., к.ф.н., доц. - Філософія, від.п.: 1, 4, 12; 17) Набока С.В., к.і.н., доц. - Вступ до університетських студій, від.п.: 1, 3, 4, 12, 19; 18) Карашук М.Г., к.н., доц. - Соціальнополітичні студії, від.п.: 2, 3, 11, 13, 17; 19) Занфірова Т.А., д.ю.н., проф. - Основи трудового права, від.п.: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8; 20) Діденко І.О., к.ф.н., доц. - Іноземна мова проф. спрям., від.п.: 1, 3, 9, 10, 13; 21) Борисенко О.А., к.ф.н., доц., - Іноземна мова проф. спрям., від.п.: 1,4,12; 22) Олійник І.В., к.ф.н., доц. - Іноземна мова проф. спрям., від.п.: 1, 3, 4, 12, 13; 23) Шевченко Л.О. к.ф.н., доц. - Іноземна мова проф. спрям., від.п.: 1,3,4, 10,12,14; 25) Каніщенко О.Л., д.е.н., проф. - Вступ до університетських студій, від.п.: 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 12, 19; 26) Сагайдак Ю.А., к.е.н., доц. Основи "зеленої" економіки, від.п.: 1,3,13; 27) Осецький В.Л., д.е.н., проф. - Економічна теорія, від.п.: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 14, 15; 28) Нестеренко О.П., д.е.н., доц. - Історія економ. та екон. думки, від.п.: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 12, 14; 29) Томчук-Пономаренко Н.В., к.е.н., доц. - Мікроекономіка, від.п.: 1, 2, 3, 6, 13, 15, 16, 17, 18; 30) Селезньова Р.В., к.е.н., доц. - Макроекономіка, від.п.: 1, 2, 3, 4, 8, 10, 12, 13, 14, 19, 20, 21. НПП за ОП Маркетинг всі є штатними працівниками, серед них 6 д-рів наук, 24 кандидатів наук/д-рів філософії.

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

Згідно Закону України «Про освіту» та Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, конкурсні вимоги затверджені Вченою радою КНУТШ та здійснюється згідно з Порядком конкурсного відбору на посади науково-педагогічних працівників у КНУТШ (<http://surl.li/aoхуу>). На офіційному сайті КНУТШ та факультету розміщуються оголошення про Конкурс на заміщення вакантних науково-педагогічних посад. Такий конкурс оголошується 2 рази на рік (<http://surl.li/gteу>). До потенційних викладачів висуваються як загальні професійні вимоги: відповідність диплому кандидата даній ОП, наявність наукового ступеня, вченого звання, наукових фахових статей, досвід та якість розроблення навчально-методичних комплексів, проведення відкритого заняття на високому науково-методичному рівні, так і додаткові умови з боку кафедри: наявність публікацій у МНБД (Scopus, WoS), підручників, посібників, сертифікатів про знання англійської мови (на рівні B2), проходження стажування, досвід виконання консалтингових проектів, бізнес-тренінгів та міжнародних грантів, досвід роботи у фахових комісіях МОН, університету, Національної агенції якості освіти, редколегіях фахових наукових видань. Всі викладачі кафедри є членами професійного ГО «Об'єднання маркетологів України». Кадрова стратегія кафедри базується на пошуку викладачів серед кращих випускників кафедри та університету, програм PhD. Сильною стороною даної ОП є те, із 35 викладачів, що викладають обов'язкові компоненти ОП 25 або 71% закінчили КНУТШ та/або є представниками наукових шкіл відповідних напрямків в класичному дослідницькому університеті. В ході зустрічі з НПП було підтверджено прозорість та адекватність процедури конкурсного добору для викладачів. Здобувачі вищої освіти за ОНП під час зустрічі з ЕГ відмітили високий професіоналізм викладачів.

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

В ході зустрічі з роботодавцями підтверджена їх активна участь в організації та реалізації освітнього процесу. В ЗНО створена та успішно діє Рада стейкхолдерів та роботодавців. На засіданнях Ради стейкхолдерів здійснюється рецензування, періодичний перегляд, удосконалення та оновлення ОП, а також розвиток партнерських відносин у напрямку проходження студентами ЗВО виробничого практики на підприємствах реального сектору економіки та бізнесу. Роботодавці залучені до участі у конференціях, круглих столах, на яких обговорюються тренди розвитку бізнесу, вимоги до компетентностей випускників підвищення кваліфікації викладачів шляхом їх участі в заходах стейкхолдерів, засіданнях роботодавців; наукове консультування викладачами діяльності підприємства при виборі управлінських рішень; проходження студентами виробничих практик. Кафедра з перших років існування сформувала систему залучення роботодавців до освітнього процесу, що відображається у щорічних планах

(<http://surl.li/fttna>) та реалізується у таких формах: підготовка кейсів на матеріалах компаній та їх обговорення на заняттях (компанії Кохан, Дукат, Loreal, British American Tobacco, Raben), тренінгів та лекцій-диспутів із залученням роботодавців (компанії Sirex, Lohika/Carpegimini), виїзних занять (компанії Дукат, Кохан, Ін-т електрозварювання ім. Є.О. Патона). Події висвітлюються у соціальних мережах та на сторінці кафедри (<http://surl.li/eetff> ; <http://surl.li/bdscm>; <http://surl.li/bdsjc>; <http://surl.li/aicrq>). Роботодавці залучаються до реалізації освіт. процесу шляхом: - виступів на бізнес-форумах, науково-практичних конференціях (<http://surl.li/ajkau>; <http://surl.li/iarl> ; <http://surl.li/iark>); - проведення бізнес-тренінгів для здобувачів ОП (<http://surl.li/bdslb>; <http://surl.li/bdskh>); - презентації компаній на Днях кар'єри (<http://surl.li/aicdn>; <http://surl.li/bdsht>; <http://surl.li/bdsiv>); - спільної підготовки наук. статей, в т.ч. у МНБД (<http://surl.li/fttwb>); - рецензування та внесення пропозицій до опису ОП через опитування та спільних засідань кафедри (<http://surl.li/exhmi> ; <http://surl.li/exhnt> ; <http://surl.li/fdvbl>; <http://surl.li/fabgo> ; <http://surl.li/fchsb>); - прийняття студентів на вироб. практику (Авантер, Маркін Медіа Груп, ТЕХНОТЕК, ГО «Об'єднання маркетологів України» (<http://surl.li/fchua>); - проведення захистів звітів з ВП на базах практики.

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

Зразковою практикою кафедри є довготривала традиція залучення представників роботодавців, експертів галузі до аудиторних занять відповідно до щорічних планів (<http://surl.li/fttna>). Викладачі кафедри, що мають значний досвід роботи у бізнесі та у Бізнес-школі КНУ МВА, як професіонали практики на постійній основі викладають дисципліни (проф. А.Старостіна, проф. А.Длігач (<http://surl.li/bdsju>), доц.Т.Нагачевська). Також практики залучаються за погодинною оплатою (В.Рогов, В.Кравченко). На зустрічі ЕГ з роботодавцями підтверджено, їх залучення до проведення окремих аудиторних занять з ОК: «Ринкові дослідження» – керівник проекту компанії Lohika/Carpegimini О.Кравченко (<http://surl.li/bdsid>), президент компанії Sirex О.Суворов (<http://surl.li/bdshy>), ринковий аналітик NielsenUkraine Д.Чуприна (<http://surl.li/bdssl>); «Маркетингова товарна політика» – нач. відділу маркетингу компанії «Пожмашина» Д.Сорочан(<http://surl.li/efhju>); «Стратегічне бізнес-планування» – директор з маркетингу Founder Best-Time Group А.Цюпка (<http://surl.li/eetff>); «Digital-маркетинг» – менеджер з маркетингу компанії Syngenta Д.Нестеренко (<http://surl.li/efekg>); «Маркетинг» – Голова Асоціації управління відходами Н.Данилова (<http://surl.li/eetvl>); «Економіка зарубіжних країн» – посол України в Японії С.Корсунський (<http://surl.li/eetsr>). Опитування здобувачів підтвердило їх високу зацікавленість у запрошенні до викладання дисциплін професіоналів-практиків, представників роботодавців (<http://surl.li/feuzi>).

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

У КНУТШ за законодавством України (<http://surl.li/aihxx>) сплачуються надбавки за наукові ступені, вчені звання і стаж роботи. Існує квартальне преміювання за публікаційну активність викладачів (<http://surl.li/apcln> , <http://surl.li/apclg>). Викладачі мають можливість підвищення кваліфікації за щорічним планом (<http://surl.li/fttra>) шляхом проходження стажування; участі у програмах академічної мобільності (Є.Черняк за програмою Erasmus+); читання лекцій у зарубіжних університетів (А.Старостіна, О.Каніщенко, Н.Кочкіна); навчання в докторантурі (О.Каніщенко, А.Длігач); роботи у редколегіях наукових фах. видань (А.Старостіна, О.Біловодська); реалізації грантів (№ 09 ДП 040-01 з Університетом м.Деврецен (Угорщина) щодо забезпечення економічної безпеки та управління ризиками; № 06ДП040-01 щодо управління ризиками у сфері підприємництва в м.Києві); участі у міжнародних конференціях, бізнес-форумах (у 2021-22рр. викладачами опубліковані 72 тези конференцій). Проф. А.Старостіна 15 р. очолювала Спеціалізовану Вчену раду Д 26.001.12. У КНУТШ на системній основі проводяться тренінги для гарантів ОПП та викладачів (участь 6 гарантів ОП від кафедри). Інформаційна підтримка викладачів здійснюється через безкоштовний доступ з локальної мережі КНУТШ до міжнародних науково-інформаційних ресурсів і баз даних (Scopus, WoS, Springer Nature та ін.) (<http://surl.li/aimyo>). Публікація статей у фаховому виданні «Вісник КНУТШ. Серія «Економіка» для викладачів є безкоштовною (<http://surl.li/aimyw>). Унікальним є реалізований у КНУТШ проект дистанційного навчання «Якісне навчання через якісне викладання» (<http://surl.li/ainbt>) в рамках якого проводиться на постійній основі ком'юніті «KNU professionals», (<http://surl.li/daedo>), проводяться тренінги з цифрових навичок викладачів (<http://surl.li/aincb>,<http://surl.li/aince>). Університет також стимулює викладачів до постійного удосконалення педагогічної майстерності на тренінгах: Academic Teaching Excellence – English as the Medium of Instruction (British Council Україна) (А.Старостіна, О.Каніщенко); Цифрові інструменти Google для закладів вищої освіти (О.Біловодська, О.Пригара); Міжнародне стажування для освітян в Університеті Кардинала С.Вишинського (В.Журило, О.Пригара) (<http://surl.li/ainfk>); KNU educator's week by Genesis для викладачів КНУ імені Тараса Шевченка (О.Біловодська, Т.Нагачевська, В.Журило); «Бренд науковця у цифровому світі» (О.Біловодська).

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

ЗВО мотивує та стимулює викладачів до розвитку наукової та викладацької майстерності, так є обов'язковим проведення відкритих лекцій та інших видів занять На зустрічі з НПП викладачі підтвердили практику взаємовідвідувань занять між НПП та відвідування занять завідувачем кафедри, Науково-педагогічні працівники та

аспіранти забезпечені безкоштовним доступом до наукометричних баз та мають можливість удосконалювати власні професійні навички. З метою стимулювання цілеспрямованого безперервного підвищення рівня професійної компетентності НПП, росту їх професійної майстерності, розвитку творчої ініціативи та забезпечення ефективності освітнього процесу в ЗВО розроблена система заходів у вигляді атестації НПП, яка здійснюється згідно Положення про атестацію педагогічних працівників. Також, згідно діючого Положення про преміювання та матеріальне стимулювання, ефективним мотивуючим засобом є преміювання НПП за активну наукову публікаційну діяльність. Згадані вище методи матеріального стимулювання були підтверджені в ході зустрічей із менеджментом ЗВО та НПП. В ЗВО поряд з матеріальним заохоченням використовується практика морального заохочення шляхом публічного визнання заслуг працівника та результатів його праці. Моральне заохочення реалізується через оголошення подяки, нагородження почесною відзнакою, грамотою, присвоєння почесних звань, так за досягнення у науковій та педагогічній діяльності проф. А.Старостіна визнана «Кращий викладач економічного факультету» (<http://surl.li/aitxz>); проф. А.Старостіна отримала Нагрудний знак МОН України «За наукові та освітні досягнення», проф. О.Каніщенко – Подяку МОН України, проф. А.Старостіна (<http://surl.li/eetub>), доц. Т.Нагачевська, доц. О.Пригара – Грамоти ректора КНУТШ.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

ЕГ у результаті вивчення зведених відомостей про НПП, які задіяні на ОП, встановлено, що їх академічна та професійна кваліфікація відповідає дисциплінам, які вони викладають, що дозволяє досягти поставлених цілей та програмних результатів навчання. Процедури конкурсного добору викладачів КНУТШ є прозорими і дозволяють забезпечити високий рівень професійної кваліфікації НПП за ОП. Сильною стороною є те, всі викладачі, які задіяні на ОП до викладання фахових дисциплін є засновниками та/або вихованцями та продовжувачами найкращих практик наукової школи маркетингу, заснованою проф. Старостіною А.О., пройшли програми підвищення кваліфікації та закордонного стажування та є членами професійного ГО «Об'єднання маркетологів України». У ЗВО сформована ефективна система професійного розвитку, існує практика матеріального та морального заохочення за наукові та навчально-методичні здобутки. Зразковою практикою навчання за ОП є довготривала традиція залучення до проведення гостьових лекцій професіоналів-практиків, представників роботодавців, експертів галузі відповідно до щорічних планів (<http://surl.li/ftna>).

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

Слабкі сторони і недоліки у контексті Критерію 6 відсутні. Рекомендовано: з метою розвитку ОПП та популяризації неформальної освіти у сфері маркетингу, зважаючи на потужний кадровий потенціал та наявний досвід реалізації онлайн курсів на освітніх платформах доцільно розробити та впровадити відповідні курси.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Сильною стороною даної ОПП є те, що 71% викладачів, які викладають ОК закінчили КНУТШ та/або є представниками наукових шкіл відповідних напрямків в класичному дослідницькому університеті. Унікальність програмі надає наявність власної сформованої наукової школи маркетингу, заснованою проф. Старостіною А.О. Більшість НПП кафедри професіоналами-практиками, які мають значний досвід роботи у реальному бізнесі та у Бізнес-школі КНУ МВА. Зразковою практикою кафедри є довготривала традиція проведення аудиторних занять у вигляді відкритих лекцій, тренінгів, майстер-класів, аналізу практичних кейсів із залученням професіоналів-маркетологів, представників роботодавців та експертів галузі маркетингу.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Під час зустрічей з керівництвом КНУТШ і 8 з представниками допоміжних (сервісних) структурних підрозділів ЕГ отримала інформацію про те, що фінансове забезпечення для реалізації ОП є повною мірою достатнім. Здобувачі

вищої освіти у повному обсязі отримують стипендії, навіть підвищенні. Під час огляду матеріально-технічної бази КНУТШ члени експертної групи переконалася, що Університет має розширену інфраструктуру: великі навчальні приміщення, комп'ютерні лабораторії, бібліотеку, читальний зал, буфети, конференц-залу та інше. Здобувачі вищої освіти мають вільний доступ до їдальні, гардеробної, культурно-освітньої, наукової, спортивної, побутової та оздоровчої баз. Для здійснення освітньої діяльності за ОПП «Маркетинг» можна використати матеріально-технічну базу економічного факультету, яка складається зі 125 аудиторій, 14 з яких оснащені мультимедійною апаратурою, 5 - комп'ютерних класів з програмним забезпеченням: Windows, Office, R-Studio, Microsoft Project професійний 2013, Spider Project Professional. На зустрічі зі здобувачі освіти та на зустрічі з НПП ЕГ отримала інформацію про те, що освітній процес повністю забезпечений навчально-методичними матеріалами, здобувачі освіти та НПП мають вільний доступ до бібліотечних фондів, електронних каталогів, вітчизняних та міжнародних наукових та навчально-методичних видань та міжнародних науково-метричних баз даних (<http://surl.li/aimyo>). Під час освітнього процесу є можливість використовувати дистанційні технології, як допоміжні для очної форми навчання, зокрема, використовуються платформи Zoom, Microsoft Teams, Google Meet тощо. На зустрічі 9 з представниками економічного факультету КНУТШ керівник Центру кар'єри та працевлаштування економічного факультету КНУТШ Плешакова Н.А. повідомила інформацію, що Центр працює на факультеті з 2019 р. і сприяє працевлаштуванню випускників освітніх програм. Інформація щодо проведення Днів кар'єри розміщується на сайті факультету та Університету. Центр надає консультативну та інформаційну підтримку як здобувачам освіти так і НПП, ознайомлює з сучасними вимогами роботодавців та ринком праці. ЕГ дійшла висновку, що наявні ресурси гарантують досягнення визначених освітньою програмою цілей та програмних результатів навчання.

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

Під час зустрічі з здобувачами освіти та НПП ЕГ отримала інформацію про те, що доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах ОПП є безоплатним. Зокрема ЕГ отримала інформацію від Катерини Кравацької про те, що усі студенти мають безоплатний доступ до спортивних гуртків університету, а також студенти мають вільний доступ до занять в басейні. Від студентів ОПП Маркетинг ЕГ отримала інформацію про те, що студенти мають безоплатний доступ до платформи «Центр підтримки підприємців Дія. Бізнес» (<http://surl.li/arjyn>), на базі якої для студентів проводять безоплатні тренінги про розвиток та започаткування своєї власної підприємницької діяльності. Під час зустрічей ЕГ з фокус-групами не виявлено фактів обмеження доступу здобувачам освіти та НПП до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для забезпечення провадження освітнього процесу, викладацької, наукової діяльності учасників освітнього процесу.

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 ЕГ пересвідчилась, що усі приміщення корпусу економічного факультету КНУТШ обладнані засобами протипожежної безпеки, наявні укриття та інші засоби забезпечення цивільного захисту. Під час зустрічей з фокус-групами ЕГ отримала інформацію про роботу університетських підрозділів, діяльність яких спрямована на забезпечення здоров'я здобувачів освіти, зокрема, університетська лікарня (<https://t1p.de/43hb6>), психологічна служба (допомога у корегуванні психічних станів, які виникають в різних життєвих ситуаціях, у тому числі, що виникають під час пандемії, воєнного стану) <https://t1p.de/t2ogc>. Для задоволення потреб та інтересів здобувачів освіти в КНУТШ функціонують: молодіжний центр культурно-естетичного виховання (<http://surl.li/culqp>); наукова бібліотека ім. М.Максимовича (<http://www.library.univ.kiev.ua>); Центр іноземних мов (<http://langcenter.knu.ua/>); інноваційна фінансова лабораторія Bloomberg (<http://surl.li/apjyt>); аудиторії від компанії Genesis (<http://surl.li/arjyp>); аудиторії віртуальної реальності (<http://surl.li/bhjsj>). В Університеті працюють: Рада молодих вчених (<http://surl.li/annpk>); первина профспілкова організація (<http://surl.li/eerux>); здійснюється співробітництво з інноваційним парком UNIT.city (<http://surl.li/apjyl>). З метою виявлення потреб та рівня задоволеності здобувачів освіти якістю надання освітніх послуг у КНУТШ здійснюється трьорівневе опитування студентів: на рівні університету (<http://surl.li/iptg>), економічного факультету (<http://surl.li/apjzb>) та кафедри (<http://surl.li/fcxsa>). Результати опитування обговорюються на засіданні кафедри і використовуються у подальшому для удосконалення ОПП.

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

Організація освітнього процесу регламентована розкладом занять, графіками іспитів, консультацій, роботи екзаменаційних комісій, графіками захистів курсових робіт, звітів з практики. Здобувачі освіти мають можливість ознайомитись з інформацією по організації освітнього процесу через сайт економічного факультету (<http://econom.univ.kiev.ua/>) або на стендах кафедри та деканату. Освітня та організаційна підтримка здобувачів освіти здійснюється НПП, співробітниками деканату із залученням до вирішення різних питань органів студентського самоврядування. На фокус-групі із представниками студентського самоврядування ЕГ отримала

інформацію щодо залучення здобувачів освіти до проведення наукових, просвітницьких, спортивних та оздоровчих заходів. Також ЕГ на цій зустрічі отримала інформацію про те, що діяльність Студпарламенту КНУТШ здійснюється через офіційні інформаційні ресурси, соціальні мережі та месенджери і спрямована на дотримання прав та інтересів студентів, вирішення питань створення належних побутових умов для студентів у гуртожитках та організації харчування. В КНУТШ функціонує інститут кураторства, який сприяє наданню студентам інформаційній та організаційній підтримки та залучає студентів до участі в університетських та поза аудиторних заходах (<http://surl.li/eeprzu>). Під час зустрічі з здобувачами освіти ЕГ отримала інформацію від Хірської Дарини про те, що для комунікації зі студентами ОПП «Маркетинг» використовується електронна пошта, Zoom, Microsoft Team, Hangouts meets, а також такі месенджери, як Telegram та Viber. Під час зустрічі на фокус-групі із здобувачами освіти ЕГ та представниками студентського самоврядування отримала інформацію, що у здобувачів освіти відсутні скарги на роботу деканату, кафедр та інших підрозділів університету.

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

Під час огляду матеріально-технічної бази КНУТШ ЕГ пересвідчилась, що для осіб з особливими освітніми потребами та маломобільних груп населення в навчальному корпусі економічного факультету університету реалізовані комфортні та безперешкодні умови переміщення: ліфти, пандуси, окремі санвузли. Вхід до корпусу економічного факультету КНУТШ обладнаний пандусом (<http://surl.li/apktx>). Особи з особливими освітніми потребами мають безбар'єрний доступ до всієї інфраструктури Університету та спеціальний навчально-реабілітаційний супровід (<http://surl.li/ennug>). Для здобувачів освіти із порушенням зору у корпусах Університету розміщені вказівники зі шрифтом Брайля, тактильні стрічки й полоси (<http://surl.li/krxa>, <http://surl.li/eeqsc>, <http://surl.li/apxmq>). У Додатку 2.5 у п.1,3,15 та 16 Правил прийому КНУТШ визначені категорії осіб, яким надаються спеціальні умови вступу для здобуття вищої освіти (<http://surl.li/eeqscq>).

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.

У Статуті КНУТШ визначено питання стосовно врегулювання конфліктних ситуацій, в т.ч. пов'язаних із дискримінацією та корупцією, сексуальними домаганнями, врегульоване питання щодо захисту здобувачів вищої освіти під час освітнього процесу від будь-яких форм фізичного чи психічного насильства, приниження честі та гідності, дискримінації за будь-якою ознакою, пропаганди й агітації, що завдають шкоди здобувачам вищої освіти, а також дотримання в освітньому процесі та науковій діяльності норм академічної доброчесності, педагогічної етики, моралі, поваги до гідності усіх учасників академічної спільноти (<http://surl.li/apjyd>). Процедури вирішення конфліктних ситуацій регулюються низкою нормативних актів КНУТШ Етичним кодексом університетської спільноти (<https://cutt.ly/4ji6R3y>), Правилами внутрішнього розпорядку (<https://cutt.ly/kTsrM3P>), Порядком вирішення конфліктних ситуацій у КНУТШ (<https://cutt.ly/sjoqrf5>), Заходами щодо запобігання та протидії корупції (<http://surl.li/dkory>); Порядком запобігання та протидії дискримінації, булінгу, гендерно-обумовленому насильству в КНУТШ (<http://surl.li/dkltf>). На зустрічі з представниками студентського самоврядування ЕГ отримало інформацію про те, що при вирішенні конфліктних ситуацій, пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією важливими учасниками є Рада молодих вчених та профспілкова організація студентів і аспірантів КНУТШ (<http://surl.li/apkbg>). Під час реалізації ОПП Маркетинг випадків корупції, дискримінації, сексуальних домагань не траплялось.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Сильні сторони: освітній процес за ОПП Маркетинг забезпечений матеріально-технічними, фінансовими ресурсами та навчально-методичними матеріалами; всі учасники освітнього процесу мають безоплатний та вільний доступ до інфраструктури університету, інформаційних ресурсів, які є необхідними для навчання та/або здійснення наукової діяльності; освітнє середовище є безпечним для здобувачів освітньої програми; ЗВО забезпечує здобувачам вищої освіти освітню, організаційну, консультаційну, інформаційну підтримку; особи з особливими освітніми потребами мають безбар'єрний доступ до всієї інфраструктури Університету; в Університеті існує зрозуміла політика та процедури вирішення конфліктних ситуацій, які регламентовані нормативними документами університету. Позитивні та інноваційні практики: в Університеті функціонує інститут кураторства, який надає здобувачам освіти інформаційну та організаційну підтримку; використання соціальних мереж та месенджерів Telegram та Viber для здійснення комунікацій; для виявлення потреб здобувачів освіти в Університеті здійснюється трьорівневе опитування: на рівні університету, факультету та кафедри; функціонування психологічної служби, центру іноземних мов, молодіжного центру культурно-естетичного виховання.

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

Слабкі сторони і недоліки у контексті Критерію 7 відсутні. Рекомендовано: з метою вдосконалення процедури вирішення конфліктних ситуацій в Університеті доцільно запровадити посаду студентського омбудсмена для здобувачів враховуючи досвід інших ЗВО та шляхом залучення коштів грантових програм.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

У ході аналізу фактів і доказів за критерієм 7, ЕГ дійшла висновку, що ОПП Маркетинг має високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 7.1 – 7.6 та відповідає рівню А. У ЗВО потужна матеріально-технічна база, дослідницькі аудиторії, інші інфраструктурні об'єкти, які створюють належні умови для здійснення освітнього процесу. Здобувачі освіти мають вільний доступ до інформаційних ресурсів, ресурсів бібліотеки, міжнародних науково метричних баз. Освітнє середовище повністю безпечне для життя здобувачів освіти: ЗВО має укриття, систему протипожежної безпеки, необхідне обладнання для здобувачів з особливими освітніми потребами. Позитивні та ефективні практики полягають у функціонуванні психологічної служби, роботі Центру кар'єри та працевлаштування економічного факультету КНУТШ, який сприяє працевлаштуванню випускників факультету і, зокрема, випускників ОПП Маркетинг, центру іноземних мов, молодіжного центру культурно-естетичного виховання; інституту кураторства, який надає здобувачам освіти інформаційну та організаційну підтримку; використання соціальних мереж та месенджерів Telegram та Viber для здійснення комунікацій; трьорічне опитування для виявлення потреб здобувачів освіти: на рівні університету, факультету та кафедри з метою покращення якості освіти за ОПП Маркетинг. Інноваційною практикою вважаємо функціонування інноваційна фінансової лабораторії Bloomberg; аудиторії від компанії Genesis; аудиторії віртуальної реальності, створення та відкриття інноваційного центру «Дія. Бізнес», які обладнанні сучасним обладнанням і сприяють набуттю необхідних компетентностей та навичок, зокрема, діджитал навичок у здобувачів освіти. Інноваційною практикою також вважаємо співробітництво з інноваційним парком UNIT.city, що дозволяє здійснювати принцип практико орієнтованого навчання та сприяє формуванню у здобувачів освіти сучасних фахових компетентностей, особливо навичок практичної роботи. Рекомендовано: продовжити здійснення позитивних практик щодо підтримання у належному стані матеріально-технічних ресурсів, щорічного оновлення та удосконалення методичного забезпечення освітнього процесу, продовжувати здійснювати освітній процес залучаючи до нього інноваційний центр «Дія. Бізнес», фінансову лабораторію Bloomberg, аудиторії від компанії Genesis, аудиторії віртуальної реальності з метою надання сучасних знань та підготовки висококваліфікованих фахівців за спеціальністю 075 Маркетинг.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм регламентуються низкою внутрішніх нормативних документів КНУТШ, таких як: Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ, затверджено Вченою Радою Київського національного університету імені Тараса Шевченка 3.06.2020р. протокол № 10) запроваджене наказом ректора № 384-32 від 12.06.2020р. (<http://surl.li/ejlkd>); Положення про організацію освітнього процесу у КНУТШ, затверджено Вченою Радою Київського національного університету імені Тараса Шевченка 11.04.2022р. протокол №15, введено в дію Наказом Ректора від 11.04.2022р. за №170-32 (<https://cutt.ly/pMP5QjS>); Наказ ректора від 11.08.2017р. №729-32 «Про запровадження в освітній та інформаційний процес форм опису освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми, структурних вимог до інформаційного пакету, форм робочої навчальної програми дисципліни і форми представлення інформації про кваліфікацію науково-педагогічного працівника» (<https://cutt.ly/I8gq6aj>) . Ініціаторами відкриття освітньої програми виступають гарант та проектна група. Порядок розробки, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в КНУТШ наступний: проект ОПП або нова редакція ОПП, представлений гарантом та проектною групою, обговорюється на засіданні кафедри, потім на вченій раді факультету, далі проект ОПП проходить експертизу у відділі моніторингу якості освіти, рекомендується на розгляд НМР факультету та університету. Одночасно проект нової ОП або нової редакції ОП розміщується на сайті для публічного обговорення. Зворотній зв'язок здійснюється через «Скриньку креативних ідей» на сторінці кафедри (<http://surl.li/aormx>). Проект ОПП або нова редакція ОПП проходить стадію зовнішнього рецензування. Для новостворених ОП передбачена процедура міжфакультетського рецензування. Після проходження всіх процедур проект ОПП або нової редакції ОПП виносить на розгляд Вченої ради економічного факультету (ЕФ). Вчена рада ЕФ

розглядає проєкт або нову редакцію ОПП та затверджує. Моніторинг якості освіти за ОПП здійснюється у постійному режимі, через систематичне опитування стейкхолдерів <http://surl.li/fcxsa> , он-лайн зустрічі викладачів та здобувачів освіти ОПП Маркетинг <http://surl.li/exmvp> , обговорення на розширеному засіданні кафедри міжнародної економіки та маркетингу та стейкхолдерів <http://surl.li/fabgo> , <http://surl.li/exmyo> , <http://surl.li/fchsb>

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

Під час зустрічей зі здобувачами вищої освіти та представниками студентського парламенту університету та економічного факультету ЕГ отримала інформацію щодо залученості здобувачів освіти та представників студентського самоврядування до процесів перегляду ОПП та забезпечення її якості на засадах партнерських відносин. Представники студентського самоврядування залучаються до роботи Науково-методичної ради економічного факультету та приймають участь у засіданнях ради при обговоренні освітніх програм (склад НМР КНУТШ <http://surl.li/ajqqk>). Студенти, які навчаються на ОПП «Маркетинг» є активними учасниками студентського парламенту економічного факультету (СПЕФ), зокрема: К.Зубко є заступником голови СПЕФ, В.Киричук – заступник голови з медіапродакшену (<https://griml.com/l1W1g>), К.Каравацька, А.Куцик, К.Чепой – учасниці департаменту розвитку кар'єри та бізнесу; Д.Барчукова, Д.Дияк, Л.Капуста – інформаційного та медіа департаменту, Т.Корчева, С.Кулик, К.Макода, Д.Христенко, К.Сакада, Б.Довгань – департамент культури СПЕФ. Таким чином здобувачі освіти ОПП «Маркетинг» є активними учасниками органів студентського самоврядування і залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та затвердженню її нових редакцій на засіданнях Науково-методичної ради економічного факультету. Під час зустрічі зі здобувачами освіти ЕГ отримала інформацію від Дарії Тищенко про те, що викладачі організують опитування студентів стосовно зауважень та пропозицій щодо програми ОП. Пані Дар'я Барчукова підтвердила, що кафедра та університет врахували побажання студентів, а саме підвищення якості прозорості оцінювання та збільшення практичних занять, перегляду змісту навчальних дисциплін для покращення у здобувачів освіти навиків софт скілс. Під час зустрічі зі студентським самоврядуванням ЕГ отримала інформацію про те, що кафедра організує круті столи, на які запрошуються студенти та представники студентського самоврядування для обговорення або внесення пропозицій та/або зауважень ОП. Також представники студентського самоврядування підтвердили свою участь у засіданнях вченої ради факультету при обговоренні та затвердженні ОПП.

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

Роботодавці системно залучені до процесу перегляду та забезпечення якості ОПП Маркетинг. Запропоновані зміни до ОПП розглядаються на засіданні Експертної ради роботодавців та випускників ЕФ та КНУТШ (<http://surl.li/ahqzn>). Обговорення пропозицій роботодавців щодо покращення ОПП Маркетинг, їх бачення подальших перспектив розвитку освітньої програми, зміни на ринку праці і зміни вимог до фахівців з боку роботодавців обговорюються з гарантом та викладачами кафедри на різних спільних заходах, зокрема: періодичних зустрічей, конференцій та форумів (https://www.efbm.org/me_ua/), в рамках професійного ГО «Об'єднання маркетологів України», яке об'єднує близько 600 членів у 14 обл. України. Представники роботодавців залучені також до освітнього процесу: керівник відділу агрохолдингу «МХП» Д.Мельник, провів лекцію «Ведення переговорів B2B, G2G, B2G» (2019р.); старший консультант Пресслужби Апарату Верховної Ради України І.Гома, прочитав лекцію «Організація діяльності зі зв'язків з громадськістю (2020р.); , керівник відділу маркетингу та продажу компанії «Пожмашина» Д.Сорочан прочитав лекцію «Планування асортименту технічно складних виробів у B2G, B2A, B2B» (2022р.), директор з маркетингу Founder Best-Time Group А.Цюпко провів лекцію «Формування маркетингових стратегічних планів та бюджетів»). Директор ТОВ «Сектор Х» Ю.Макашева та директор ТОВ «СВ Альтера Київ» В.Ткаченко керують виробничою практикою студентів ОПП «Маркетинг». Під час зустрічі зі стейкхолдерами генеральний директор Advanter Group Ділгач Андрій, який працює на кафедрі міжнародної економіки та маркетингу викладачем за сумісництвом на 0,25 ставки, повідомив ЕГ про те, що кафедра залучає його та інших стейкхолдерів до перегляду ОП. Суворов Олексій повідомив ЕГ інформацію про те, що він на постійній основі здійснює консультації здобувачів освіти щодо застосування практичних інструментів маркетингу. Кафедра міжнародної економіки та маркетингу проводить опитування роботодавців щодо якості освітньої програми та рівня професійної підготовки випускників ОПП Маркетинг, публікує результати опитування на сайті (<http://surl.li/fdvbl>).

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

Кафедра підтримує комунікації із випускниками, відстежує їх кар'єрний шлях, залучає випускників до участі у роботі Експертної ради роботодавців та випускників ЕФ, контактує на бізнес-форумах та «Днях кар'єри». Зворотній зв'язок із випускниками підтримується через соціальні мережі, зокрема, через facebook сторінка кафедри (<http://surl.li/ajqow>). На економічному факультеті функціонує Асоціація випускників та друзів Економічного факультету (<https://cutt.ly/51pris29>), яка здійснює комунікації з випускниками, запрошує випускників на різні заходи, які проводить ЕФ. Комунікація з випускниками відбувається і за рахунок особистих контактів викладачів.

Кафедра залучала випускників до освітнього процесу, зокрема до проведення лекційних занять практичного спрямування, зокрема: Ю.Панасюк (MGID, рекламна компанія) провів заняття за темою «Особливості ринкової поведінки споживачів на ринку FMCG», Ф.Шароян (керівник від. маркетингу, SMART HOLDING, Фонд Тактичних Інвестицій) провів заняття за темою «Стратегія диверсифікації діяльності металургійних підприємств», О.Кравченко (Senior data science engineer, Lohika Capgemini Engineering Ukraine) провів заняття за темою «Використання Big Data в маркетингових дослідженнях», О.Суворов (керівник консалтингової компанії Sirex) провів заняття за темою «Підготовка бізнес-пропозицій на проведення маркетингових досліджень». Здобувачі освіти, представники економічного факультету та кафедри міжнародної економіки та маркетингу приймають участь у щорічних ярмарках вакансій «День кар'єри ECONOMICS», на які запрошуються і випускники факультету та кафедри (<http://surl.li/aidcn>). Завдяки проведенню такого заходу здобувачі освіти мають можливість отримати інформацію щодо працевлаштування у провідних компаніях.

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 вищої освіти у КНУТШ є гнучкою, багаторівневою та забезпечує вчасне реагування на виявлені проблемні аспекти. Побажання здобувачів освіти щодо наближення теоретичного навчання до практики було враховано шляхом створення та відкриття інноваційного центру «Дія. Бізнес» (<http://surl.li/gxgi>). За пропозиціями студентів щодо удосконалення їх мовної підготовки було враховано шляхом розроблення «Концепції вивчення іноземних мов у КНУТШ» (<http://surl.li/amwkp>), яка надала можливість запропонувати здобувачам освіти обирати вибіркові дисципліни, які викладаються англійською мовою, зокрема: вибірковий блок фахових дисциплін Upper-Intermediate Business English in Strategic Marketing Management у кластері «Стратегічне маркетингове управління» та Upper-Intermediate Business English in Marketing Communications у кластері «Інтегровані маркетингові комунікації». За результатами спілкування з роботодавцями та випускниками викладачами кафедри внесені зміни у РНПД навчальних дисциплін, зокрема: в ОК «Маркетинг I», в темі 4 «Система маркетингової інформації та маркетингових досліджень» додано питання – «Вплив діджиталізації на процес проведення маркетингових досліджень», в ОК «Ринкова поведінка споживачів», в темі 6 додано питання – «Сучасні аспекти впливу діджиталізації на пошук інформації споживачем» (див. РП дисциплін <http://surl.li/fboxv>).

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 ОПП Маркетинг здійснюється кафедрою вперше, тому рекомендації попередніх акредитацій відсутні. Протягом 2020 – 2022 рр. кафедрою міжнародної економіки та маркетингу було акредитовано 6 освітніх програм. Кафедра враховувала рекомендації, які були надані при акредитації інших освітніх програм. Зокрема: рекомендація щодо використання наукових праць НПП при викладанні навчальних дисциплін була врахована викладачами кафедри при перегляді текстів лекцій за своїми навчальними дисциплінами. Для підсилення практико орієнтованої системи навчання студентів за ОПП Маркетинг впроваджена практика використання кейсів при проведенні практичних робіт, зокрема, були підготовлені та використані кейси з практики вітчизняних суб'єктів господарювання: «Торговий Дім «Дукат»: проблеми оптимізації маркетингової діяльності», «Київський завод «АВІАНТ»: тернистий шлях до міжнародного успіху», «Солодкі» позиції корпорації РОШЕН на ринку кондитерської продукції України», «АЗМОЛ»: міжнародні можливості українського виробника», Компанія «Електроімпорт»: бути чи не бути новому напрямку діяльності?, «Управлінська проблема виведення приладу «Тонус» на ринок медичного обладнання України». Кафедра дотримується принципів академічної доброчесності під час реалізації ОПП Маркетинг і запроваджує принципи дотримання власного стилю викладачів при викладанні навчальних дисциплін. У КНУТШ створено репозиторій акредитаційних справ (<https://cutt.ly/DRDnSDt>) та активно підтримується сторінка відділу забезпечення якості у Facebook (<https://cutt.ly/1RDDrVf>), що сприяє підвищенню рівня інформованості всіх зацікавлених осіб щодо результатів забезпечення якості вищої освіти.

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

У КНУТШ сформовано високий рівень культури якості освіти, підтримання якого відбувається з боку усіх учасників освітнього процесу. Значна увага приділяється розвитку культури академічної доброчесності, як під час освітнього процесу, так і в процесі реалізації виховної функції. На економічному факультеті КНУТШ послідовно реалізується політика «нульової толерантності» до будь-яких проявів академічної недоброчесності. На економічному факультеті та кафедрі міжнародної економіки та маркетингу всі НПП залучені до забезпечення якості освітнього процесу. В Університеті та на факультеті створені робочі групи та експертні комісії НМР КНУТШ та НМК факультету, які розробляють методичні вимоги до ОП, проводять внутрішню експертизу освітніх компонентів ОП, рекомендують до друку навчальні посібники та підручники, поширюють інноваційний досвід в освітньому процесі. В КНУТШ функціонує тривірнева система забезпечення якості освіти (<http://surl.li/fdprof>). Під час зустрічі із адміністративним персоналом ЕГ отримала інформацію від керівника відділу забезпечення якості освіти про те, що для забезпечення якості освіти їх відділ постійно проводить моніторинг діяльності освітнього процесу. Моніторинг діяльності

освітнього процесу проводиться за допомогою опитувань студентів, стейкхолдерів та НПП. Результати цих опитувань аналізуються за допомогою SWOT-аналізу, який дозволяє виявити сильні та слабкі сторони внутрішнього забезпечення якості освіти при реалізації освітніх програм. Щорічний поточний моніторинг задоволеності студентів якістю освітнього процесу здійснюється кафедрою. Результати проведеного опитування обговорюються на засіданні кафедри та вносяться пропозиції щодо удосконалення окремих освітніх компонентів ОПП. На рівні факультету моніторинг рівня якості освіти здійснюється адміністративним персоналом. Освітні програми презентуються на НМК та затверджуються Радою факультету. Здійснюється щорічний моніторинг освітніх програм щодо відповідності запитів роботодавців та ринку праці до рівня підготовки фахівців. На рівні Університету діють Науково-методична рада, навчально-методичний відділ, Відділ забезпечення якості освіти, які здійснюють експертизу ОПП та проводять моніторинг якості освітнього процесу.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

До сильних сторін віднесені наступні. Нормативні документи КНУТШ охоплюють весь спектр процедур розроблення, моніторинг, періодичного перегляду, затвердження освітніх програм. Перегляд ОПП Маркетинг здійснюється на основі моніторингу з урахуванням пропозицій здобувачів освіти та всіх груп стейкхолдерів. Заслуговує на увагу трирівнева система внутрішнього забезпечення якості освіти: на рівні Університету, факультету, кафедри, яка дозволяє швидко реагувати на виклики сьогодення та підтримувати високий рівень забезпечення якості освіти, зокрема, за ОПП Маркетинг. Комплексний підхід до забезпечення якості освіти, проведення опитувань усіх учасників освітнього процесу, включаючи задоволеність освітньою діяльністю в цілому, окремою ОПП, опитування НПП, випускників, роботодавців на рівні ЗВО та факультету, ґрунтовний аналіз сукупності результатів пройдених акредитаційних експертиз, ухвалення на їх підставі обґрунтованих управлінських рішень та обмін кращими практиками і досвідом, високий рівень сформованості культури якості освіти, дотримання і популяризація принципів академічної доброчесності сприяють розвитку ОПП та освітньої діяльності за цією програмою.

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

Слабкі сторони і недоліки у контексті Критерію 8 відсутні.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

ОПП Маркетинг має чіткий рівень узгодженості за всіма підкритеріями Критерію 8. Це підтверджується дотриманням визначених Університетом процедур розроблення та оновлення ОПП, залученням до цього процесу викладачів, здобувачів освіти, роботодавців та усіх зацікавлених сторін, наявністю тісної взаємодії з роботодавцями та випускниками кафедри, дотриманням інтересів та врахуванням пропозицій здобувачів вищої освіти та представників студентського самоврядування, функціонуванням розвиненої системи внутрішнього забезпечення якості освіти, проведенням систематичного опитування НПП, здобувачів освіти, роботодавців щодо забезпечення якості освіти в цілому в КНУТШ та, зокрема, за ОПП Маркетинг, наявністю детального аналізу та врахування результатів здійснених акредитаційних експертиз інших освітніх програм, високим рівнем сформованої культури якості освіти та академічної доброчесності у ЗВО. Рекомендації: продовжувати реалізацію позитивних практик щодо підтримання належного рівня якості освітнього процесу, у майбутньому (після випуску у червні 2023 р.) активно залучати випускників ОПП Маркетинг до участі в діяльності Асоціації випускників та друзів Економічного факультету.

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.

Нормативними документами КНУТШ визначено чіткі і зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Ці документи є доступними на сайті Університету для ознайомлення

всіх зацікавлених осіб. Під час освітнього процесу всі сторони дотримуються правил і процедур, які регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу при реалізації освітньої програми. Права та обов'язки учасників освітнього процесу задекларовані у наступних документах Університету: Статут КНУТШ (<http://surl.li/ennug>); Стратегічний план розвитку КНУТШ на період 2018-2025рр. (<http://surl.li/frxdh>); Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ (<http://surl.li/ejlkd>); Положення про організацію освітнього процесу у КНУТШ (<https://cutt.ly/pMP5QjS>); Положення про гаранта освітньої програми в КНУТШ (<http://surl.li/alemr>); Етичний кодекс університетської спільноти (<http://surl.li/bhazs>); Правила внутрішнього розпорядку (<http://surl.li/bfojs>); Положення про наукову і науково-технічну діяльність у КНУТШ (<http://surl.li/bhjkc>); Порядок конкурсного відбору на посади науково-педагогічних працівників у КНУТШ (<http://surl.li/aohuy>); Положення про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у КНУТШ (<http://surl.li/bhbah>); Порядок вирішення конфліктних ситуацій у КНУТШ (<http://surl.li/bgyhw>); Концепція вивчення іноземних мов студентами неспеціальних факультетів/інститутів КНУТШ (<http://surl.li/amwkp>); Антикорупційна програма КНУТШ (<http://surl.li/bhjkc>). На зустрічах з НПП та здобувачами вищої освіти було підтверджено, що правила, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу, є доступними, зрозумілими та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

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

На сайті Університету оприлюднено Проект ОПП Маркетинг 2022. Адреса веб-сторінки <http://surl.li/fdock>. На зустрічі з гарантом ОПП ЕГ отримало інформацію про те, що для отримання зауважень та пропозицій на сайті факультету є вкладка скринька креативних ідей (<http://surl.li/aormx>) для її знаходження потрібно зайти на сайт факультету потім у підрозділі «Кафедри» натиснути на вкладку «Кафедра міжнародної економіки та маркетингу» потім натиснути на вкладку «Освітні програми» у низу сторінки є посилання на скриньку креативних ідей. Гарант ОПП Журило В.В. підвердила отримання пропозицій щодо ОПП «Маркетинг» через скриньку довіри від студентів (зацікавлених сторін), які були враховані при перегляді ОП.

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

На сайті економічного факультету у вільному доступі опубліковано інформацію про ОПП Маркетинг (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) <http://surl.li/fboxv>. Опублікованої інформації достатньо для інформування про зміст, цілі, освітні компоненти та результати навчання за ОПП Маркетинг для всіх зацікавлених осіб. Під час зустрічі зі здобувачами вищої освіти було підтверджено, що вони вільно можуть знайти програми на офіційному сайті закладу та ознайомитись із ними. Також студенти відмітили, що доступність інформації на сайті та його наповнення були одним із основних критеріїв причин вступу саме на цю ОПП.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

До сильних сторін віднесені наступні. У КНУТШ визначені чіткі та зрозумілі процедури та практики, які регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Всі документи, які описують ОПП Маркетинг наявні у вільному доступі на сайті Університету та економічного факультету. ОПП Маркетинг постійно оновлюється та удосконалюється, що відображається на сайті кафедри, де представлено 3 варіанти ОП за останні 4 роки (взірцевий результат). Оприлюднена на сайті університету ОПП Маркетинг 2022 (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) є доступною для всіх зацікавлених осіб. За освітньою програмою розміщено всю додаткову інформацію: проект змін до ОП, опитування здобувачів та стейкхолдерів, відгуки випускників (взірцевий результат). Розміщення на сайті рубрики «Скринька креативних ідей» дозволяє всім зацікавленим особам долучитися до обговорення ОПП Маркетинг. Зараз формується новий сайт факультету, який допоможе розмістити всі документи за освітньою програмою в одному місці (взірцевий результат). Позитивні практики: інформація за ОПП Маркетинг вчасно оновлюється на сайті університету, економічного факультету та кафедри і є доступною для всіх зацікавлених осіб; врахування пропозицій зацікавлених сторін, при перегляді ОП, через скриньку креативних ідей.

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

Слабкі сторони і недоліки у контексті Критерію 9 відсутні.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

До сильних сторін віднесені наступні. У КНУТШ визначені чіткі та зрозумілі процедури та практики, які регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Всі документи, які описують ОПП Маркетинг наявні у вільному доступі на сайті Університету та економічного факультету. ОПП Маркетинг постійно оновлюється та удосконалюється, що відображається на сайті кафедри, де представлено 3 варіанти ОП за останні 4 роки (взірцевий результат). Оприлюднена на сайті університету ОПП Маркетинг 2022 (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) є доступною для всіх зацікавлених осіб. За освітньою програмою розміщено всю додаткову інформацію: проєкт змін до ОПП, опитування здобувачів та стейкхолдерів, відгуки випускників (взірцевий результат). Розміщення на сайті рубрики «Скринька креативних ідей» дозволяє всім зацікавленим особам долучитися до обговорення ОПП Маркетинг. Зараз формується новий сайт факультету, який допоможе розмістити всі документи за освітньою програмою в одному місці (взірцевий результат). Позитивні практики: інформація за ОПП Маркетинг вчасно оновлюється на сайті університету, економічного факультету та кафедри і є доступною для всіх зацікавлених осіб; врахування пропозицій зацікавлених сторін, при перегляді ОПП, через скриньку креативних ідей.

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 проєктах тощо.

не застосовується

5. Існує практика участі наукових керівників аспірантів у дослідницьких проєктах, 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	A
Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми	A
Критерій 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання	A
Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою	B
Критерій 5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність	A
Критерій 6. Людські ресурси	A

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси	A
Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми	A
Критерій 9. Прозорість та публічність	A
Критерій 10. Навчання через дослідження	<i>не застосовується</i>

За результатами акредитаційної експертизи рішенням експертної групи є **акредитація з визначенням "зразкова"**.

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

Страпчук Світлана Іванівна

Члени експертної групи

Зрибнєва Ірина Павлівна

Лойко Єлизавета Миколаївна