

**Коментарі**  
**Київського національного університету імені Тараса Шевченка**  
**щодо звіту експертної групи про результати акредитаційної експертизи освітньої програми**  
**1815 «Маркетинг»**  
**рівень вищої освіти Бакалавр, спеціальність 075 – Маркетинг**

Співпраця з експертною групою була змістовною й продуктивною. Ми вдячні експертам за ґрунтовні обговорення й відзначені сильні сторони ОП Маркетинг. Рекомендації слугуватимуть покращенню реалізації ОП та її подальшому вдосконаленню у відповідності до цілей ОП й узгоджень зі стейкхолдерами.

<i><b>Критерій</b></i>	<i><b>Звіт Експертної групи</b></i>	<i><b>Коментар Університету</b></i>
<b>Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:</b>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.</b>  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 вибіркового 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.</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 1.</b>  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.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 1.</b>  <b>Рівень А</b></p>	<p><b>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 1.</b></p>
	<p><b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.</b>  Партнерами ОПП є провідні компанії, зокрема ТОВ «Компанія Бізнес-Юніт», Advanter Groupe, Carpgemіn 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</p>	

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	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.	
<b>Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:</b>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.</b>  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 проєктів 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 проєктів, КР, у тому числі виїзні практичні заняття. Зміст ОПП повністю відповідає предметній області визначеної 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.</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 2.</b>  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.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 2. Рівень А</b>  <b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.</b>  Зміст ОПП має чітку структуру, сформований таким чином, щоб здобувачі мали змогу досягти цілей і запланованих</p> <p>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</p>	<b>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 2.</b>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>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</p>	
<p><b>Критерій 3.</b> Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання</p>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.</b> 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?», (<a href="http://surl.li/eynwn">http://surl.li/eynwn</a>, <a href="http://surl.li/cpdrv">http://surl.li/cpdrv</a>, <a href="http://surl.li/eexnd">http://surl.li/eexnd</a>). При опануванні дисципліни «Діджитал маркетинг» для здобувачів передбачається можливість проходження тренінгів «Як будувати бізнес онлайн?» та «Цифровий маркетинг» (<a href="http://surl.li/wh1l">http://surl.li/wh1l</a>, <a href="http://surl.li/aeuyz">http://surl.li/aeuyz</a>). При вивченні</p>	<p>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 3.</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>дисципліни «Управління переговорами» студентам пропонується долучитись до онлайн-курсу «Successful Negotiation: Essential Strategies and Skills» (<a href="http://surl.li/vriw">http://surl.li/vriw</a>).</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 3.</b></p> <p>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, (<a href="https://prometheus.org.ua/">https://prometheus.org.ua/</a>; <a href="https://vumonline.ua/">https://vumonline.ua/</a>; <a href="https://learnlifelong.net/">https://learnlifelong.net/</a>; <a href="https://coursera.org/">https://coursera.org/</a>; <a href="https://www.edera.com/">https://www.edera.com/</a> тощо), які можуть бути зараховані як результат отриманий неформальній освіті.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 3. Рівень А</b></p> <p><b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.</b></p> <p>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.</p>	
<p><b>Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою</b></p>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.</b></p> <p>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 вибіркового 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</p>	<p>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОПП та погоджується з оцінкою В за критерієм 4.</p> <p>На нашу думку, варто розглянути рекомендацію ЕГ щодо удосконалення ОПП Маркетинг через розширення кількості ОК, які викладаються англійською мовою.</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>е: системність співпраці із закордонними університетами, бізнес-школами і міжнародними організаціями; викладання окремих ОК ОПП Маркетинг англійською мовою.</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 4.</b> 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.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 4. Рівень В</b></p> <p><b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.</b> 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.</p>	
<p><b>Критерій 5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність</b></p>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.</b> 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 (<a href="http://surl.li/fcjom">http://surl.li/fcjom</a>).</p> <p>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 (<a href="http://surl.li/efbjj">http://surl.li/efbjj</a>), про результативність дії якої свідчить низький рівень виявлених порушень (1 випадок у ЗО) та повна відсутність плагіату в наукових працях НПП.</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 5.</b> 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).</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 5.</b></p>	<p>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 5.</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p><b>Рівень А</b>  <b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.</b>  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 заслуговує розроблена кафедрою система запобігання та виявлення академічного плагіату (<a href="http://surl.li/efbjj">http://surl.li/efbjj</a>), ефективність якої доведена на власному багаторічному досвіді.</p>	
<p><b>Критерій 6.</b>  <b>Людські ресурси</b></p>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.</b>  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 ОПП 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 (<a href="http://surl.li/ftna">http://surl.li/ftna</a>).</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 6.</b>  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.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 6.</b>  <b>Рівень А</b>  <b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.</b>  Сильною стороною даної ОПП є те, що 71% викладачів, які викладають ОК закінчили КНУТШ</p>	<p>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 6.</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>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.</p>	
<p><b>Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси</b></p>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.</b>  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.</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 7.</b>  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.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 7.</b>  <b>Рівень А</b></p> <p><b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.</b>  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.</p>	<p><b>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 7.</b></p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>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 меседжерів Telegram та Viber для здійснення комунікацій; трьорівневе 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.</p>	
<p><b>Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми</b></p>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.</b>  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 стейхолдерів. 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,</p>	<p>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 8.</p>



<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>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.</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 8.</b> Слабкі сторони і недоліки у контексті Критерію 8 відсутні.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 8.</b> <b>Рівень А</b></p> <p><b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.</b> 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.</p>	
<p><b>Критерій 9. Прозорість та публічність</b></p>	<p><b>Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.</b> 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</p>	<p>КНУТШ дякує ЕГ за високу оцінку функціонування ОП та цілком погоджується з оцінкою А за критерієм 9.</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>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.</p> <p><b>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 9.</b> Слабкі сторони і недоліки у контексті Критерію 9 відсутні.</p> <p><b>Рівень відповідності Критерію 9.</b> <b>Рівень А</b></p> <p><b>Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.</b> 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.</p>	