

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Освітня програма	37122 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
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	37122
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Вид освітньої програми	Освітньо-наукова

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Яновська Вікторія Петрівна, Ткаченко Наталія Борисівна, Сагайдак Михайло Петрович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	02.07.2020 р. – 04.07.2020 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <http://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/accreditation/075/37122-marketing.pdf>

Програма візиту експертної групи <http://www.univ.kiev.ua/ru/#news> <https://cutt.ly/fpxrsGt>

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

Під час акредитаційної експертизи із використанням технічних засобів відеозв'язку в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (далі по тексту звіт Університет) було встановлено, що на ОНП «Маркетинг» навчається 3 здобувачі (Кузнєцова Ю.В. – 4 р.н., Скрипка О.О. – 2 р.н., Білокриницька С.О. – 1 р.н.). Аспірант Альмер М.Р., наразі перебуває у академічній відпустці. Їх науковими керівниками є д.е.н., професори Старостіна А.О. та Каніщенко О.Л. В Університеті науково-методичні, матеріально-технічні, інформаційні та інфраструктурні ресурси для реалізації ОНП «Маркетинг» наявні в достатньому обсязі. Керівний менеджмент Університету, гарант ОНП, НПП та наукові керівники здобувачів, допоміжний персонал служб, представники студентського самоврядування та Ради молодих вчених, а також представники роботодавців відкриті до спілкування на фокус-групах, які відбувались згідно узгодженої і затвердженої програми роботи ЕГ, з дотриманням таймінгу та відеозаписом зустрічей в Zoom. Проведені фокус-групи були здійснені на основі ненасильницьких комунікацій, у режимі відкритої, доброзичливої дискусії. Наявну в Університеті інфраструктуру, інформаційні ресурси, фонди бібліотеки та навчально-методичні матеріали, комп'ютерні класи, конференц-залу, їдальню, спортивний майданчик, поліклініку було продемонстровано деканом економічного факультету та гарантом ОНП, в режимі реального часу та як відеозапис, що був знятий на момент проведення акредитації. Доброзичливість у комунікаційній взаємодії усіх учасників освітнього процесу і сформовані освітнє середовище і культура якості в цілому сприяють реалізації ОНП. На сайті Університету (<http://knu.ua/>) в цілому розміщена необхідна для реалізації ОНП інформація. Опитування здобувачів вищої освіти на третьому (освітньо-науковому) рівні, з метою удосконалення ОНП, проводиться періодично, методом анонімного анкетування. Задекларована Програма роботи експертної групи виконана у повному обсязі.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

Мета ОНП відповідає місії Університету, факультету, кафедри. В Університеті створене сприятливе для реалізації ОНП «Маркетинг» освітньо-наукове, інформаційне та матеріально-технічне середовище, що дозволяє здобувачам успішно реалізувати освітню і наукову складову ОНП. Підґрунтям для успішної реалізації ОНП є відома наукова школа, що сформована вченими, які мають багаторічний досвід викладання, у т.ч. за кордоном, створене професійне експертне середовище, зокрема ГО «Об'єднання маркетологів України», обговорення фахових питань та формування експертної думки щодо удосконалення ОНП з урахуванням позицій і потреб роботодавців, здобувачів вищої освіти та академічної спільноти. ОНП складається з цілісного та збалансованого комплексу логічно взаємопов'язаних обов'язкових ОК, передбачає широкі можливості вибору дисциплін із двох блоків та науково-педагогічну практичну підготовку, чим створює належні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії та здобуття сукупності професійних і соціальних навичок, достатніх для виконання і фахового представлення результатів наукових досліджень. Здобувачі, роботодавці та інші зацікавлені сторони є повноцінними партнерами у всіх процесах забезпечення якості освіти за даною ОНП. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених в ОНП цілей та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. Під час проведення занять застосовуються інтерактивні методи навчання і сучасні програмні продукти. Університет надає відкритий доступ до міжнародних науково-інформаційних ресурсів, інформує про міжнародні грантові програми. Контрольні заходи дозволяють забезпечити об'єктивність оцінювання результатів навчання. Правила і процедури визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, особливо у частині визнання міжнародних сертифікатів з іноземної мови, що засвідчують рівні B2-C2, є доступними для всіх учасників освітнього процесу. В Університеті політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності є чітко визначеними та реалізуються із застосуванням ресурсу Unichesk. Освітнє середовище Університету є безпечним для життя та здоров'я здобувачів, у повній мірі задовольняє їхні потреби та інтереси, створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами. Відбуваються періодичні опитування здобувачів, результати яких враховуються у контексті забезпечення якості вищої освіти. Відповідність тем наукових досліджень напрямкам досліджень наукових керівників, системність підходу до формулювання, погодження та затвердження тем дисертаційних робіт аспірантів, участь наукових керівників аспірантів у дослідницьких проєктах в рамках грантових програм з зарубіжними ЗВО-партнерами, стажуваннях та обміні досвідом, налагоджені стратегічної співпраці та керівництві дисертацій здобувачів іноземних ЗВО, виконання фундаментальної НДР кафедри до розділів якої також дотичні теми наукових досліджень здобувачів ОНП.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

ЕГ під час фокус-груп переконалась, що процедурно не визначено та не формалізовано процеси (мається на увазі складання плану-графіку зустрічей на навчальний рік, тем, анонсу зустрічі тощо) залучення представників роботодавців і фахівців галузі до проведення аудиторних занять, проведення консультацій здобувачів за тематикою їх досліджень (за необхідності), експертного оцінювання робочих програм навчальних дисциплін. Залучення практиків та експертів галузі, окрім проф. Длігача А.О. та доц. Дьоміної О.М., які є співробітниками кафедри міжнародної економіки та маркетингу, до аудиторних занять не відбувається на системних, документально врегульованих, планомірних засадах. При переході на офіційний web-сайт Університету (<http://www.univ.kiev.ua/ru/>) відкривається російськомовна його версія (зокрема через пошукові системи Opera та Google Chrome). На сайті Університету не розміщено інформацію про допустимий рівень унікальності тексту у залежності від типу наукової праці. Здобувачі не поінформовані про уповноважену особу, відповідальну за запобігання корупції в Університеті. На офіційному web-сайті Університету також не відображено результати виконання широкомасштабної програми інформатизації Університету з метою оптимальної та ефективної

організації навчальної, наукової, управлінської діяльності. Також в розділі «Склад кафедри» кожна індивідуальна сторінка викладача містить інформацію про стажування, трудову та громадську діяльність, дисципліни, що викладаються, наукові інтереси, основні публікації тощо, при цьому посилання на наукові ідентифікатори (ORCID, ResearcherID, Google Scholar тощо) відсутні. У переліку дисциплін вільного вибору ОНП на web-сторінці економічного факультету у розділі «Аспірантура та докторантура» (<https://cutt.ly/9pTcygC>) представлено 13 із 46 загальної їх кількості (вибірковий блок 1 – 37ВВ, вибірковий блок 2 – 9ВВ). Список рекомендованих літературних джерел у робочих програмах навчальних дисциплін потребує перегляду на предмет його актуалізації та включення англomовних наукових праць. ЕГ виявила, що не зовсім коректно представлена інформація щодо досягнення ПРН в ОНП та робочих програмах навчальних дисциплін (ОК2, ОК3, ОК4), а також невідповідність деяких їх назв (ОК4). У межах реалізації ОНП «Маркетинг», під час фокус-груп, було з'ясовано, що здобувачі рівня вищої освіти доктор філософії на даній ОНП не усвідомлюють надані можливості і необхідність обов'язкового долучення до міжнародного освітньо-наукового простору, а відтак не приймають участь у міжнародних програмах академічної мобільності. До слабких сторін також слід віднести низький рівень публікаційної активності аспіранта Скрипки О.О., у якого на момент проведення акредитаційної експертизи було опубліковано лише одні тези доповіді (у індивідуальному плані було заплановано до 01.10.2019р. - 1 стаття та 1 тези, а до 01.10.2020р. - не менше 2 статей та 2 тез).

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.

Меті, сформульованій в ОНП «Маркетинг» в редакції від 22.11.2019р., що введена в дію наказом Ректора Університету 04.12.2019р. (<https://cutt.ly/YarKAL6>), властивий баланс типовості та унікальності. Типовість полягає у підготовці доктора філософії, «здатного до самостійної науково-дослідницької, науково-організаційної, педагогічно-організаційної та практичної діяльності», що може бути реалізована у наукових та освітніх установах (діяльність «у галузі економічної науки» та «викладацька робота у закладах вищої освіти»), а також в органах державного управління та в сфері бізнесу (практична дослідницька діяльність). Унікальність забезпечується локалізацією ОНП в сфері предметної області спеціальності 075 Маркетинг та спрямованістю на «підготовку висококваліфікованого, конкурентоспроможного, інтегрованого у європейський та світовий науково-освітній простір фахівця». Саме «інтеграція в міжнародний освітній простір» є одним з пріоритетних завдань Стратегічного плану розвитку Університету на період 2018-2025рр., затвердженого Вченою радою Університету 25.06.2018р. (<https://cutt.ly/CarK9gS>, с.6). Такий фокус закладає ґрунтовні засади для реалізації місії Університету щодо «формування широкого світогляду здобувачів освіти у відповідності до сучасних тенденцій розвитку інформаційного суспільства та утвердження національних, культурних і загальнолюдських цінностей як важливої передумови до розвитку держави» (Стратегічний план розвитку Університету на період 2018–2025рр., с.2), місії економічного факультету, що проголошує «якість, професійність, конкурентоспроможність класичної університетської економічної науки та освіти» (Програма розвитку економічного факультету на 2018-2023 рр., <https://cutt.ly/jarLyMN>, затверджена на засіданні вченої ради економічного факультету 06.11.2018р., с.4), місії кафедри міжнародної економіки та маркетингу, у якій зазначеним цінностям надається глобальний контекст – «служіння суспільству та посилення міжнародного іміджу держави шляхом підвищення якості професійної освіти, всебічного гармонійного розвитку особистості, формування нової генерації патріотичної інтелігенції» (Програми розвитку кафедр економічного факультету, <https://cutt.ly/farLzts>, с.2).

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

Цілі ОНП та ПРН визначені з урахуванням позицій та потреб потенційних роботодавців, інтересів здобувачів вищої освіти, академічної спільноти та інших стейкхолдерів, що було підтверджено під час відеоконференції zoom, які проводились відповідно до програми роботи ЕГ 02.07.2020р. (день I), а саме з: керівником та менеджментом ЗВО, академічним персоналом, здобувачами вищої освіти та роботодавцями. Зокрема під час відеоконференції із здобувачами (Кузнецова Ю.В. – 4 р.н., Скрипка О.О. – 2 р.н., Білокриницька С.О. – 1 р.н.) було встановлено вмотивований вибір ОНП, тематики дослідження, вибіркових ОК відповідно до напрямку наукової роботи з орієнтацією на ПРН. Під час відеоконференції з роботодавцями Длігач А.О. (д.е.н., доц., генеральний директор «AdvanterGroup») зазначив, що у 2016р. «була велика фокус-група щодо формування компетентностей для

програми PhD», відбувалось обговорення ОНП, в процесі якого підкреслювалась необхідність підготовки маркетолога-дослідника, який має ґрунтовну економічну базу, «орієнтацію в... економічних процесах, розуміє відмінність поведінкової економіки, ...питання економічного інтересу»; у 2019р. ОНП також обговорювали. Урахування позицій та потреб стейкхолдерів підтверджено документально: протоколами засідання круглого столу кафедри міжнародної економіки та маркетингу (від 25.10.2018р. №1, тема: «Компетентності та програмні результати в проєкті нових ОП з маркетингу»; від 22.05.2019р. №2, тема: «Шляхи посилення якості вищої освіти за спеціальностями 051 Економіка та 075 Маркетинг: європейський досвід та вимоги ринку праці»), на обох була присутня аспірантка Кузнецова Ю.В., на другому – представники бізнесу та університетської спільноти з Китаю, Італії, України; протоколом засідання ВР економічного факультету від 27.09.2019р. №3, який містить обґрунтоване клопотання до ВР Університету щодо вилучення з ОНП комплексного іспиту зі спеціальності, рішення не присвоювати професійну кваліфікацію до прийняття професійного стандарту на посади асистент, викладач, старший викладач, доцент, професор; наказом ректора від 04.12.2019р. №938-32 щодо вилучення з ОНП комплексного іспиту зі спеціальності; протоколом кафедри міжнародної економіки та маркетингу від 13.02.2020р. №7 з зазначенням позитивних результатів опитування стейкхолдерів ОНП. В цілому висока якість підготовки ОНП підтверджена рецензіями: завідувача відділом моделювання та прогнозування економічного розвитку ДУ «Інститут економіки і прогнозування НАН України», член-кор. НАН України, д.е.н., проф. Срипченка М.І.; завідувача кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», д.е.н., проф. Федорченка А.В.; виконавчого директора ГО «Об'єднання маркетологів України», к.е.н., Дьоміної О.М. Періодичний моніторинг змісту ОНП за участю академічної спільноти, здобувачів та потенційних роботодавців свідчить про залучення стейкхолдерів до формулювання цілей та обговорення ПРН на системній основі.

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.

Формування та оновлення ОНП здійснювалось з урахуванням сучасних тенденцій розвитку теорії й практики маркетингу в Україні та світі. Відповідно до тенденцій розвитку спеціальності та найактуальніших вимог ринку праці в освітню складову ОНП було закладено такі ПРН, як: ПРН11 «Знати семантику програмування та можливість її використання для написання власних інформаційних систем», ПРН12 «Знати сучасні методології розроблення стратегії поведінки економічних суб'єктів на ринках» та багато інших. Формування у здобувачів вищої освіти, що навчаються за ОНП, як базових навичок третього (освітньо-наукового) рівня (проведення самостійних наукових досліджень в сфері предметної області, викладання, soft skills), так і професійних, створює необхідні умови для досягнення мети ОНП, що передбачає підготовку висококваліфікованого, конкурентоспроможного, інтегрованого у європейський та світовий науково-освітній простір фахівця. В межах предметної області спеціальності здобувачі ОНП проводять наукові дослідження у різних галузях. Затверджено такі теми дисертаційних робіт: Кузнецова Ю.В. – «Маркетингові стратегії підприємств на ринку венчурних інвестицій» (протокол від 29.11.2016р. №4), Скрипка О.О. – «Маркетинг партнерських відносин в діяльності виробників мінеральних добрив на міжнародних ринках» (протокол від 29.08.2019р. №1, базова редакція теми – протокол від 27.11.2018р. №5), Білокриницька С.О. – «Маркетинг підприємницьких університетів в Україні» (протокол від 19.11.2019р. №6). Під час відеоконференцій, що проводились відповідно до програми роботи 02.07.2020р. (день I), а саме з академічним персоналом, здобувачами вищої освіти та роботодавцями було підтверджено, що зміст програм навчальних дисциплін передбачає набуття зазначених ПРН і регулярно переглядається, щоб забезпечити актуальні компетентності здобувачів, галузевий контекст ураховується в процесі проведення наукового дослідження та в результаті вибору ОК (на підтвердження в індивідуальному плані виконання ОНП здобувача Скрипки О.О. у блоці дисциплін за вибором аспіранта є ОК «Методологічні та практичні аспекти міжнародного маркетингу», що стосується теми дослідження), аудиторні заняття проводяться, у т.ч. в комп'ютерному класі, продемонстрованому під час огляду МТБ (03.07.2020р. (день II)). Здобувачі вищої освіти (Кузнецова Ю.В. – 4 р.н., Білокриницька С.О. – 1 р.н.) під час відеоконференції (03.07.2020р. (день I)) зазначили, що у межах ОНП для обробки даних застосовували SPSS та розумні таблиці Excel. Під час фокус-групи 6 (03.07.2020 (день I)) Масленников М.О. (президент «JCI Dnipro», філіал Міжнародної федерації молодих лідерів та виробників), Маркін В.О. (директор ТОВ «МАРКІН МЕДІА ГРУП») звернули увагу на важливість для компаній, що діють на міжнародному ринку, залучення фахівців з маркетингу відповідного профілю, які мають науковий ступінь. Між тим, під час інтерв'ю, не було достатньо конкретизовано досвід яких саме вітчизняних ЗВО було ураховано під час оновлення даної ОНП.

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.

Станом на 02.07.2020р. стандарт вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня за спеціальністю 075 Маркетинг не затверджений. Під час відеоконференції 7 (03.07.2020р. (день II)) із адміністративним персоналом було з'ясовано, що Університет по жодному з рівнів вищої освіти не розробляв тимчасових стандартів (що зазначив Гожик А.П., директор НМЦ організації навчального процесу, к.геол.-мін.н., доц., член сектору вищої освіти НМР МОНУ). Аналіз ОНП засвідчив, що ПРН за ОНП відповідають дескрипторам 9 рівня НРК (ПКМУ від 23.11.2011р. №1341, редакція від 25.06.2019р.) і забезпечується викладанням обов'язкових ОК. ПРН 1-3, 5-13 відповідають зокрема ПРН1 «Сучасні передові концептуальні та методологічні знання в галузі науково-дослідницької та/або

професійної діяльності і на межі предметних галузей знань» і ПРН6 «Знати методологічні принципи та методи економічного дослідження» здобуваються в результаті викладання ОК2 «Філософія науки та інновацій»; ПРН5 «Знати сучасний парадигмальний контекст еволюції світової економічної науки» – ОК3 «Студії з маркетингу». ПРН 19, 20, 34-37 відповідають ПРН20 «Формулювати робочі гіпотези досліджуваної проблеми, які мають розширювати і поглиблювати стан наукових досліджень в обраній сфері» – ОК4 «Методологія та організація наукових економічних досліджень». ПРН4,17,18 відповідають ПРН17 «Ініціювати, організувати та проводити комплексні дослідження в галузі наукової та інноваційної діяльності, які призводять до отримання нових знань» – ОК4. ПРН 14-16, 21-33 відповідають ПРН14 «Здійснювати критичний аналіз, оцінку і синтез нових та складних ідей» – ОК2, ПРН21 «Аналізувати економічну інформацію, виявляючи та пояснюючи складні взаємозв'язки між об'єктами» – ОК3. ПРН 38, 41-43 відповідають ПРН38 «Спілкуватися в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та/або професійної діяльності» – ОК1 «Академічне письмо англійською мовою (English Academic Writing)», ОК5 «Асистентська педагогічна практика». ПРН39,40 відповідають ПРН39 «Кваліфіковано відображати результати наукових досліджень у наукових статтях, опублікованих як у фахових вітчизняних виданнях, так і у виданнях, які входять до міжнародних наукометричних баз» – ОК4, ПРН40 «Професійно презентувати результати своїх досліджень на міжнародних наукових конференціях, семінарах, практично використовувати іноземну мову (в першу чергу – англійську) у науковій, інноваційній діяльності та педагогічній діяльності» – ОК1, ОК4). ПРН 44-45, 47-50 відповідають ПРН44 «Ініціювати інноваційні комплексні проекти, лідерство в них та повна автономність під час їх реалізації» – ОК4, ПРН47 «Ухвалювати обґрунтовані рішення, мотивувати людей та рухатися до спільної мети» – ОК2). ПРН46 «Саморозвиватися і самовдосконалюватися, нести відповідальність за новизну наукових досліджень та прийняття експертних рішень» здобувається під час викладання ОК2.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

Відповідність мети ОНП місії Університету, факультету, кафедри. Фундаментом реалізації поставленої в ОНП мети є відома наукова школа, що сформована з високопрофесійних вчених, які мають багаторічний досвід викладання, у т.ч. за кордоном, багаторічний досвід наукової роботи, фахової практики та міжнародної діяльності. Врахування позицій і потреб роботодавців, здобувачів вищої освіти та академічної спільноти, тенденцій розвитку спеціальності та ринку праці відбувається системно завдяки створеному професійному експертному середовищу (у т.ч. сформованому через громадську організацію «Об'єднання маркетологів України»), що об'єднує науковців та практиків і залучає здобувачів до обговорення фахових питань та формування експертної думки. Виходячи з інтегрованої думки академічної спільноти Університету, зокрема д.е.н., проф. Старостіної А.О. і д.е.н., проф. Канищенко О.Л., та фахівців практиків, у т.ч. Длігача А.О., д.е.н., доц., генерального директора «AdvanterGroup», специфікою даної ОНП та відповідно всієї системи формування світогляду здобувачів PhD ступеню за спеціальністю 075 Маркетинг є підготовка маркетологів-дослідників, які мають ґрунтовні знання в сфері економіки та управління бізнесом, є провідними науковцями, лідерами національного та міжнародного бізнесу, управлінцями вищої та середньої ланки.

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

Рекомендується при перегляді та оновленні ОНП «Маркетинг» в редакції 2020 р., по-перше врахувати внесені зміни у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 25 червня 2020 р. №519; по-друге, дослідити досвід розробки аналогічних ОНП за спеціальністю 075 Маркетинг вітчизняними закладами вищої освіти, на предмет урахування найкращих практик, а також організації і проведення разових спеціалізованих вчених рад у відповідності до Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 06.03.2019р. №167.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

ОНП «Маркетинг» та освітньо-наукова діяльність за цією ОНП загалом відповідає визначеному критерію, питання, що стосуються необхідності врахування нормативних змін, досвіду та найкращих практик вітчизняних закладів вищої освіти мають рекомендаційний 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 освітньої складової ОНП (у кредитах ЄКТС) відповідає вимогам законодавства для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Загальний обсяг освітньої складової даної ОНП становить 40 кредитів ЄКТС, що у цілому відповідає вимогам частини 6 ст. 5 Закону України «Про вищу освіту», за якою обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії становить 30-60 кредитів ЄКТС. При цьому на навчальні дисципліни відведено 30 кредитів ЄКТС, що відповідає нормативу, зазначеному в п. 26 Постанови КМУ «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)», за яким «Навчальний план аспірантури (ад'юнктури) повинен містити інформацію про перелік та обсяг навчальних дисциплін (30-60 кредитів... ЄКТС)». Зазначені в ОНП 40 кредитів ЄКТС враховують 10 кредитів асистентської педагогічної практики. Строк підготовки доктора філософії в аспірантурі Університету відповідає нормативним чотирьом рокам і загалом становить 208 тижнів (52 тижні на рік). Обсяг освітньої складової ОНП «Маркетинг» та строк підготовки доктора філософії за даною ОНП протягом періоду її існування залишався незмінним.

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 ОНП має чітку структуру, містить п'ять обов'язкових ОК, які в цілому складають логічну взаємопов'язану систему. Склад обов'язкових ОК відповідає п.27 Постанови КМУ №261. Аналіз розподілу кредитів ЄКТС між ОК за ОНП та навчальним планом, затвердженим Ректором 16.05.2016р., засвідчив відповідність обсягу ОК ОНП, сформованих з урахуванням обов'язкових і вибіркового ОК, встановленим Постановою КМУ №261 у редакції від 23.03.2016р. нормативам. Реалізація освітньої складової «оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями» (4-6 кредитів) забезпечується за рахунок викладанням обов'язкової ОК2 «Філософія науки та інновацій» (7 кредитів). На освітню складову «набуття універсальних навичок дослідника», на яку має припадати не менш як 6 кредитів, по плану відведено 3 кредити ОК4 «Методологія та організація наукових економічних досліджень» та 3 кредити в рамках ОК5 «Асистентська педагогічна практика» (Змістовий модуль 4. Науководослідна діяльність аспіранта/ад'юнкта-практиканта Програми асистентської педагогічної практики аспірантів/ад'юнктів, затвердженої 07.07.2015р., <https://cutt.ly/CarXteT>, с.9) – в цілому 6 кредитів обов'язкових ОК. На освітню складову «здобуття глибинних знань із спеціальності», на яку за вимогами має бути закладено не менш як 12 кредитів, за планом відведено 5 кредитів обов'язкової ОК3 «Студії з маркетингу» та 8 кредитів фахових вибіркового ОК. На освітню складову «здобуття мовних компетентностей», що за нормативом повинна забезпечуватись 6-8 кредитами, відведено 3 кредити ОК1 «Академічне письмо англійською мовою (English Academic Writing)». Щодо мовної підготовки у Додатку до Розпорядження проректора з наукової роботи від 18.03.2016р. №31 (<https://cutt.ly/YarZ8mj>) зазначено: «тим аспірантам, які володіють іншими, крім англійської, іноземними мовами, пропонується на першому році навчання приєднатися до груп бакалаврів або магістрів для вивчення англійської мови» (с.4). Крім того у додатку вказано, що «в кожному з блоків викладання однієї з [вибіркового] дисциплін передбачається англійською мовою» (с.10), зокрема вибіркова ОК «Універсальні (м'які) здібності Soft Skills» для підготовки докторів філософії викладатиметься англійською мовою сертифікованими експертами проекту TEMPUС IMPRESS доц. Пащенко С.Ю. (факультет психології) та доц. Харламовою Г.О. (економічний факультет). В індивідуальних планах здобувачів Кузнецової Ю.В., Скрипки О.О. на 2 р.н. зазначено, що цю ОК було обрано і за нею проведено атестацію. Під час відеоконференцій з керівником та менеджментом ЗВО, академічним персоналом та здобувачами вищої освіти підкреслювався високий рівень мовної підготовки здобувачів і викладачів (100% яких мають рівень володіння не нижче ніж B2). Аналіз розподілу кредитів між обов'язковими ОК за ОНП та навчальним планом, затвердженим Ректором 02.12.2019р., показав, що обсяг ОК залишився без змін.

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

Під час роботи ЕГ підтвердила, що ОНП не є міждисциплінарною. Предметна область в ОНП визначена галуззю знань 07 Управління та адміністрування і спеціальністю 075 Маркетинг. Кожна з дисциплінарних обов'язкових ОК має по 2-25 ПРН: ОК1 «Академічне письмо англійською мовою» (3 кредити ЄКТС) забезпечує досягнення 2 ПРН, ОК2 «Філософія науки та інновацій» (7 кредитів ЄКТС) – 9 ПРН, ОК3 «Студії з маркетингу» (5 кредитів ЄКТС) – 25 ПРН, ОК4 «Методологія та організація наукових економічних досліджень» (3 кредити ЄКТС) – 17 ПРН. Одна міждисциплінарна обов'язкова ОК – ОК5 «Асистентська педагогічна практика» (10 кредитів ЄКТС) забезпечує досягнення 3 ПРН. ЕГ детально вивчила всі ПРН зазначені в ОНП і зазначає, що інформація про ПРН, наведені в робочих програмах обов'язкових ОК1-ОК4, дещо відрізняється від інформації, представленій в Матриці забезпечення ПРН відповідним компонентам ОНП в редакції 2019р. (с.26). Зокрема, в робочій програмі ОК1 вказано всього 2 ПРН; ОК 2 – відповідно матриці в ОНП 9 ПРН, в робочій програмі – 36 ПРН; ОК3 – в ОНП 25 ПРН, в робочій програмі – зазначено 13 ПРН; ОК 4 – в ОНП 17 ПРН, в робочій програмі – 10 ПРН. Аналіз зазначеної в робочих програмах навчальних дисциплін інформації, в частині відповідності РН за дисципліною ПРН показав, що ПРН

7,8,10,13,25,29,30,31,32,33,35 не забезпечуються обов'язковими ОК, як зазначено у відповідній матриці ОНП, проте можуть для здобувачів рівня PhD, можуть бути забезпечені вибірковими ОК. У зв'язку з цим ЕГ зауважує, що Підкритерій 2.4 охоплює не лише вибіркові дисципліни, але й інші інструменти формування індивідуальної освітньої траєкторії, які може запропонувати ЗВО (компенсаційні курси, факультативи тощо), які мають оцінюватися насамперед з погляду відповідності потребам та інтересам аспірантів. Також слід зауважити, що у Програмі асистентської педагогічної практики аспірантів – ОК5 (<https://cutt.ly/GarXSXb>), затвердженій у 2015р, програмні результати взагалі не представлено. Відповідно до Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти (затверджених наказом МОНУ від 01.06.2017 р. №600 у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017р. №1648) рекомендована кількість: ЗК 5-15 (в ОНП їх 11), ФК 10-20 (в ОНП – їх 12), ПРН 15-25 (в ОНП у двічі більше – 50). До ОНП «Маркетинг» включено чотири обов'язкових дисциплінарних ОК і одну міждисциплінарну ОК (практика), з яких тільки одна обов'язкова ОК з маркетингу (ОК3 «Студії з маркетингу» (5 кредитів ЄКТС, 150 год.) і одну обов'язкову ОК, що враховує специфіку проведення наукових досліджень в економіці (ОК4 «Методологія та організація наукових економічних досліджень» (3 кредити ЄКТС, 90 год.)). Проте в цілому це відповідає об'єкту вивчення (маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів) та цілям навчання (підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та компетентностями відповідно до рівня вищої освіти та НРК), а отже предметній області.

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

Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів за ОНП «Маркетинг» забезпечується достатньою кількістю та достатнім обсягом ОК, запропонованих до вибору. Система вибірковості при формуванні ОНП та навчальних планів підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти є загальною для Університету. Процедура вибору визначена Положенням про порядок реалізації студентами Університету права на вільний вибір навчальних дисциплін, затвердженого наказом ректора від 03.12.2018р. (<https://cutt.ly/RarX6J3>). Їх специфіку для третього (освітньо-наукового) рівня встановлено окремими документами, зокрема розпорядженням проректора з наукової роботи від 18.03.2016р. №31 (<https://cutt.ly/larCsuN>). У додатку до розпорядження зазначено, що «дисципліни за вибором аспіранта надаватимуть можливість формувати компетентності із суміжних галузей знань та/або поглиблений рівень фахових компетентностей» (с.7). Блок дисциплін за вибором аспіранта поділяється на два переліки: 4 кредити ЄКТС складають загальноуніверситетські дисципліни (аспірант обирає 1 дисципліну з першого переліку); 8 кредитів ЄКТС складають дисципліни зі спеціальності (аспірант вибирає 2 дисципліни з другого переліку). В кожному з блоків, викладання однієї із дисциплін передбачається англійською мовою. Обов'язкові навчальні дисципліни (крім дисципліни «Академічне письмо англійською мовою (English Academic Writing)») викладаються на першому році навчання. Дисципліни вільного вибору аспіранта – як правило, на другому році навчання. Відповідно до ОНП 2019р. передбачено вибір трьох з 46-ти ОК: вибірковий блок 1 містить 37 дисциплін, вибірковий блок 2 – 9 дисциплін. В цілому на вибіркові ОК відведено 12 кредитів ЄКТС або 30% загального обсягу освітньої складової ОНП та 40% кредитів ЄКТС, відведених на дисциплінарні ОК. Аналіз освітньої складової індивідуальних планів здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ОНП «Маркетинг» 2-го та 4-го р.н. дозволяє зробити висновок, що вибір дисциплін підтверджує спеціалізовану підготовку аспірантів відповідно до тематики конкретних наукових досліджень. Відповідно до індивідуальних планів здобувачів дисципліни, обрані з вибіркового блоку 2, відрізняються на 100%. Право вибору навчальних дисциплін з інших рівнів вищої освіти передбачене у розпорядженні проректора з наукової роботи від 18.03.2016р. №31 (с.4). Наявність такої можливості підтверджена на фокус-групах, зокрема під час відкритої зустрічі, яка проведена відповідно до програми роботи ЕГ 02.07.2020р. (день І), Вітренко А.О., заступник декана економічного факультету з наукової роботи та міжнародного співробітництва наголосив, що «аспіранти цієї програми, як і всі інші аспіранти економічного факультету, мають право на вибір будь-якої дисципліни... як на рівні PhD, так і будь-який курс магістерської програми».

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

Практична підготовка здобувачів за ОНП здійснюється в межах освітньої складової за кожною ОК та складається з 46 год. практичних занять та 14 год. семінарських занять (загалом $(46+14) / 180 = 33\%$ аудиторної роботи) та 10 кредитів ЄКТС або 300 год. асистентської педагогічної практики, з яких не менше 50 год. складає проведення різних видів навчальних занять (Програми асистентської педагогічної практики аспірантів/ад'юнктів, затверджена 07.07.2015р., <https://cutt.ly/ParCb3a>, с. 6). В межах ОК5 «Асистентська педагогічна практика» передбачено чотири змістовні модулі: 1) навчальна діяльність, у т.ч. планування власної викладацької діяльності, підготовка, проведення, психолого-педагогічний аналіз занять, виготовлення дидактичного матеріалу, перевірка письмових робіт, проведення консультацій, підготовка і проведення одного позааудиторного заходу з предмету; 2) методична діяльність, зокрема ознайомлення з особливостями організації освітнього процесу, кредитно-модульною організацією курсу, змістом освіти з обраного фаху; 3) виховна діяльність; 4) науково-дослідна діяльність з виконанням індивідуальних дослідницьких психолого-педагогічних завдань. Наукова складова є обов'язковою складовою підготовки докторів філософії, яка не обліковується кредитами, включає власне науково-дослідницьку роботу, підготовку дисертації до публічного захисту, написання та публікацію статей і апробацію результатів (розпорядження проректора з наукової роботи від 18.03.2016р. №31, с.11). Така система дозволяє здобути всі необхідні загальні та фахові компетентності потрібні для подальшої професійної діяльності (наукової, викладацької та практично-дослідної).

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

Наведені у ОНП ПРН 38-43 («Комунікація») та 44-50 («Автономність та відповідальність») спрямовані на набуття здобувачами третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти соціальних навичок (soft skills). Кожна з обов'язкових ОК ОНП забезпечує набуття певних ПРН із зазначених блоків. Так викладання ОК1 «Академічне письмо англійською мовою» забезпечує здобуття двох відповідних ПРН, зокрема ПРН38 «Спілкуватися в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та/або професійної діяльності», ОК2 «Філософія науки та інновацій» – п'яти ПРН, наприклад, ПРН41 «Працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії та професійного спілкування», ОК4 «Методологія та організація наукових економічних досліджень» – шістьох ПРН, у т.ч. ПРН44 «Ініціювати інноваційні комплексні проекти, лідерство в них та повні автономність під час їх реалізації» та ПРН48 «Ініціювати наукові проекти в галузі економіки, здійснювати лідерство та повну автономність під час їх реалізації», ОК5 «Асистентська педагогічна практика» – трьох ПРН, зокрема ПРН50 «Цінувати та поважати різноманітність та мультикультурність, виявляти можливі гендерні та інші проблеми», ОК3 «Студії з маркетингу» відповідає лише один ПРН із зазначених, а саме ПРН49 «Критично оцінювати сучасні економічні процеси в країні та світі, визначати тенденції глобальних змін». Крім вказаних обов'язкових ОК безпосередньо на отримання відповідних навичок спрямовано дисципліну, яку включено до вибіркового блоку 1 – ОК «Універсальні (м'які) здібності Soft Skills». Вибір здобувачами третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за ОНП Маркетинг 2-го та 4-го р.н. (Кузнецова Ю.В. і Скрипка О.О.) зазначеної ОК підкреслює її актуальність.

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

Професійна кваліфікація за ОНП не присвоюється.

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

Відповідно до графіку навчального процесу теоретичне навчання першого року триває 18 тижнів (8 тижнів у першому семестрі та 10 тижнів у другому семестрі), другого року навчання – 12 тижнів, загалом 30 тижнів. За планом, протягом першого року викладаються дисципліни загальним обсягом 15 кредитів ЄКТС, на які відведено 90 годин аудиторної роботи, отже 5 годин на тиждень (90 год. аудиторної роботи / 18 тижнів). Протягом другого року навчання – 15 кредитів ЄКТС, з яких ОК обсягом 3 кредити ЄКСТ є обов'язковою із визначеним у навчальному плані обсягом годин аудиторної роботи – 18 (18 год. аудиторної роботи / 12 тижнів = 1,5 год. на тиждень), ОК обсягом 12 кредитів ЄКТС є вибірковими із визначеним у навчальному плані обсягом годин аудиторної роботи – 72 (72 год. аудиторної роботи / 12 тижнів = 6 год. на тиждень), загалом 7,5 год. на тиждень. Загальна кількість годин аудиторної роботи відповідає встановленим в ЗВО обмеженням. Згідно із п. 5.2.5 Положення про організацію освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/AarC1Nd>) «кількість годин навчальних занять у навчальних дисциплінах планується з урахуванням досягнутої здобувачами освіти здатності навчатися автономно та становить (у відсотках до загального обсягу навчального часу, для денної форми навчання): ... від 15 до 25 – за рівнем доктора філософії» (с.49). За ОНП 2019 р. аудиторне навантаження дисципліни становить 20% від загального освітнього навантаження по обов'язкових дисциплінарних ОК та 12,86% від загальної кількості годин за кредитами всіх обов'язкових ОК, по вибіркових – 20%, в цілому за НП – 15% (з урахуванням 10 кредитів ЄКТС ОК5 «Асистентська педагогічна практика»). Це загалом відповідає мінімальному порозу встановленого Університетом обмеження, але може мати нижчий рівень у разі, «якщо кількість аспірантів в групі становить менше 3 осіб». В такому випадку «заняття проводимуться за індивідуальним графіком (п. 2.1.5.2 наказу ректора від 15.05.2015р. № 296-32 «Про затвердження норм часу для планування та обліку навчальної роботи». Тобто, «якщо в групі буде 1-2 аспіранти, то в аудиторії проводимуться заняття обсягом 10% від сумарної кількості навчальних занять» (розпорядження проректора з наукової роботи від 18.03.2016 р. №31, с.11).

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

Підготовка здобувачів за дуальною формою навчання за ОНП не передбачена.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

В Університеті створена потужна система підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, що забезпечує високу якість побудови програми. ОНП «Маркетинг» складається з цілісного та збалансованого комплексу логічно взаємопов'язаних обов'язкових ОК, передбачає широкі можливості вибору дисциплін та науково-педагогічну практичну підготовку, чим створює належні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії та здобуття сукупності професійних і соціальних навичок, достатніх для фахового представлення результатів наукових досліджень на загальнонаціональному та світовому рівні. Організація освітнього і наукового процесу за ОНП забезпечує формування у аспірантів всіх необхідних компетентностей для здійснення професійної наукової, викладацької та практичної дослідної діяльності в сфері предметної області спеціальності 075 Маркетинг.

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

Зважаючи, що у редакції Постанови КМУ від 19.04.2019р. №261 немає чітких обмежень, ОНП в редакції 2019р. в частині наявності необхідних освітніх складових відповідає вимогам законодавства, але бажано до затвердження відповідного Стандарту вищої освіти в ОНП в редакції 2020р. врахувати нормативи, визначені Постановою КМУ в редакції від 23.03.2016р. №261, та, в частині обсягу обов'язкових ОК, дотримуватись вказаних обмежень. Слід звернути увагу, що шифри ОК в ОНП та НП 2019р. відрізняються, тому бажано привести їх у відповідність. Рекомендується переглянути, оптимізувати та у підсумку зменшити кількість ПРН, а також оновити робочі програми всіх обов'язкових ОК, у т.ч. ОК5 «Асистентська педагогічна практика», привести у відповідність програмні результати, що представлені у робочих програмах навчальних дисциплін та ПРН, представлені в ОНП. З урахуванням ризиків зменшення аудиторного навантаження за ОНП у випадку проведення частини занять за індивідуальним графіком, мінімальний поріг кількості годин аудиторних занять навчальних дисциплін, у т.ч. за індивідуальним графіком, рекомендується затвердити на рівні 25% та відповідно врахувати ці зміни в ОНП та НП спеціальності 075 Маркетинг в редакції 2020р. Також доречно усунути невідповідність назв ОК4, в ОНП та НП зазначено «Методологія та організація наукових економічних досліджень», а у робочій програмі навчальна дисципліна зазначена як «Методологія та організація економічних наукових досліджень».

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

ОНП «Маркетинг» та освітньо-наукова діяльність за цією ОНП загалом відповідає визначеному критерію, підстави, які обумовлюють рекомендації щодо дотримання певних обсягів обов'язкових освітніх компонентів, уніфікації шифрів та назв освітніх компонентів в ОНП та навчальному плані, оптимізації ПРН, перегляду мінімального порогу кількості годин аудиторних занять навчальних дисциплін та оновлення робочих програм навчальних дисциплін, належать до недоліків, що є не суттєвими.

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.

ЕГ ознайомилась з Правилами прийому до аспірантури/ад'юнктури для здобуття ступеня доктора філософії в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка у 2019р., посилання на які були надані у матеріалах відомостей про самооцінювання. Під час проведення акредитаційної експертизи ЕГ підтвердила, що на веб-сторінці Приймальної комісії Університету розміщені Правилами прийому до Київського національного університету імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/ipmWcwu>), та зокрема Правила прийому до аспірантури/ад'юнктури для здобуття ступеня доктора філософії в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка у 2020 р. (<https://cutt.ly/XpmCKoS>). Програма та розклад вступних іспитів, зокрема для прийому на ОНП «Маркетинг», а також вартість навчання, розміщені на веб-сторінці економічного факультету в розділі «Аспірантура та докторантура» (<https://cutt.ly/VpmRdsY>). Під час проведення експертизи ЕГ ознайомилась з матеріалами, що стосуються вступу до аспірантури, зокрема на ОНП «Маркетинг», розміщеними на офіційному веб-сайті університету, і переконалась, що правила прийому є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та оприлюднені своєчасно та доступні для всіх учасників освітньо-наукового процесу.

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

Прийом на навчання до аспірантури для здобуття ступеня доктора філософії на ОНП «Маркетинг» в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка здійснюється на основі здобутого освітнього ступеня магістра або ОКР спеціаліст. Вступ відбувається на конкурсній основі за результатами вступних випробувань у терміни визначені Університетом. Вимоги до вступних іспитів зазначаються в Програмі вступних іспитів, яка щорічно оновлюється та оприлюднюється на сайті Університету (економічного факультету). Правила прийому враховують особливості ОНП «Маркетинг», вступники на яку складають вступні іспити: зі спеціальності в обсязі стандарту вищої освіти Магістра з відповідної спеціальності (075 Маркетинг); додаткові вступні випробування (у разі необхідності) для осіб, які вступають до аспірантури з іншої галузі знань або спеціальності; з іноземної мови (англійської, німецької, французької) за Програмою, яка відповідає рівню B2 загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти. Складовою вступного іспиту зі спеціальності є дослідницька пропозиція, тобто науковий текст, підготовлений вступником до аспірантури, в якому обґрунтовується тематика майбутнього дисертаційного дослідження, його актуальність, стан розробки у вітчизняній та зарубіжній науці, можливі шляхи розв'язання поставлених задач тощо. Вимоги до дослідницьких пропозицій формуються економічним факультетом відповідно до особливостей обраної вступником спеціальності і затверджуються вченою радою економічного факультету Університету.

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.

ЕГ підтверджує, що порядок перезарахування результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/fpmV1T7>), Порядком поновлення та переведення здобувачів вищої освіти (студентів, слухачів, курсантів) у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/1pmNu3m>), Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/cpmN4Su>) та Положенням про перезарахування результатів навчання у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/7pm1oi3>). Правилами прийому до аспірантури/ад'юнктури для здобуття ступеня доктора філософії в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка в параграфі 4, зазначено, що вступники, які мають міжнародні сертифікати з іноземної мови, отримані впродовж останніх двох років, що засвідчують рівні B2 – C2, звільняються від складання вступного іспиту з іноземної мови. Міжнародні сертифікати рівнів B2 – C2 прирівнюються до результатів вступного випробування з іноземної мови. Експертизу поданих вступниками міжнародних сертифікатів з іноземної мови, що засвідчують рівні B2 – C2, проводять предметні комісії з іноземних мов до початку вступних випробувань (<https://cutt.ly/2pmQPf5>). На фокус-групах було підтверджено, що за час реалізації ОНП, випадків визнання результатів навчання, здобутих в інших закладах освіти, не здійснювалось.

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.

На фокус-групі із адміністративним персоналом (представниками підрозділів ЗВО, залучених до реалізації ОНП та внутрішнього забезпечення якості) (зустріч 7), директор Науково-методичного центру організації навчального процесу Університету, канд. геол.-мін. наук, доцент, член сектору вищої освіти Науково-методичної Ради МОН України Гожик А.П. зазначив, що у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка результати навчання, отримані у неформальній освіті не визнаються.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

ЕГ за результатами акредитаційної експертизи, констатує, що Правилами прийому до аспірантури/ад'юнктури для здобуття ступеня доктора філософії в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка відповідають чинному законодавству, не містять дискримінаційних положень, є чіткими та зрозумілими, враховують особливості ОНП «Маркетинг». Правила і процедури визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, є доступними для всіх учасників освітнього процесу, особливо у частині визнання міжнародних сертифікатів з іноземної мови, що засвідчують рівні B2 – C2, і дозволяють здобувачу не складати вступний іспит з іноземної мови при вступі на ОНП «Маркетинг». Вимоги до вступних іспитів, а також підготовки дослідницької пропозиції, зазначаються в Програмі вступних іспитів, яка щорічно оновлюється та оприлюднюється на web-сайті Університету та економічного факультету.

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

На думку членів ЕГ варто заохочувати залучення здобувачів ОНП «Маркетинг» до академічної мобільності, як на внутрішньому, так і зовнішньому рівні.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Загалом ОНП відповідає вимогам Критерію 3, зазначені слабкі сторони не є суттєвими

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 сприяють досягненню заявлених в ОНП цілей та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи, що підтверджується представленою в ОНП «Маркетинг» матрицею відповідності ПРН, ОК, методів навчання та оцінювання (табл. 3); робочими програмами (<https://cutt.ly/YarMhtX>); інформацією, отриманою під час фокус-групи зі здобувачами та викладачами. У кожній робочій програмі навчальної дисципліни ОНП викладені ПРН, які досягаються у процесі її вивчення, опрацювання практичних завдань та виконання завдань для самостійної роботи зі зрозумілим для здобувачів методами та критеріями оцінювання. Проте, ПРН, визначені в робочих програмах навчальних дисциплін, не у повній мірі співпадають з ПРН, зазначеними у ОНП. Наприклад, ОНП передбачає одним із ПРН – здійснювати розробку та використовувати інформаційні системи для аналізу та прогнозування економічних процесів (ПРН 25 покривається дисципліною «Студії з маркетингу»), що не зазначено у відповідній робочій програмі початкової дисципліни. Такі результати навчання як «знати суть та етапи маркетингової діяльності», «знати суть внутрішнього маркетингу» (коди 1.1, 1.4, с. 4 Робочої програми 2019р.) не є актуальними для рівня PhD. Викладачі мають змогу вільно обирати форми та методи навчання, що підтверджено результатами дослідження (<https://cutt.ly/parMXHf>). Під час спілкування з викладачами та здобувачами, ЕГ отримала інформацію про застосування інтерактивних методів навчання – технології змішаного навчання, лекції-дискусії, запрошення успішних практиків тощо. Лабораторією соціологічних опитувань факультету соціології Університету у 2020 р. було проведено онлайн-опитування здобувачів з метою оцінювання ступеня задоволеності навчальним планом та форматом індивідуальної роботи в аспірантурі. Результати опитування опубліковано на сайті Університету (<https://cutt.ly/Yar1rXH>). Здобувачі зазначили, що доцільно до навчального плану включити вибіркові дисципліни з вивчення східних мов, бізнес-аналітики, Soft Skills. За інформацією проректора з наукової роботи, результати опитування будуть вивчатися і прийматися актуальні зміни на Вченій раді Університету у вересні 2020р. Академічна свобода здобувачів у ЗВО реалізована повною мірою через свободу вибору напряму власного дослідження, широкого вільного вибору дисциплін факультету та Університету. Студентоцентрований підхід також досягається через активну участь здобувачів, як суб'єктів освітнього процесу. Так, студентським Парламентом підготовлено проєкт Положення про рейтингування здобувачів, що навчаються за кошти фізичних та юридичних осіб, яке наразі обговорюється, а також було розглянуто науково-методичною радою і рекомендовано на доопрацювання і наступним етапом - розглядом вченою радою Університету.

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).

Всім учасникам освітнього процесу вчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів, що підтверджено ЕГ під час ознайомлення з робочими програмами навчальних дисциплін та спілкування в фокус-групі здобувачів. Здобувачі мають доступ до інформаційного пакету, в якому міститься анотація дисциплін (<https://cutt.ly/kar1T7N>) та до робочих програм навчальних дисциплін (<https://cutt.ly/Gar1ZWg>). Зміст, заплановані результати навчання, форми і критерії їх оцінювання забезпечені вільним доступом здобувачів в розділі «Аспірантура і докторантура» на сайті Університету. Під час фокус-групи зі здобувачами було отримано підтвердження своєчасного їх інформування щодо цілей, змісту, програмних результатів та критеріїв оцінювання з усіх освітніх компонент обов'язкової та вибіркової частини ОНП.

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

Університет у повній мірі забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОНП «Маркетинг». Поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього рівня відбувається завдяки формулюванню теми наукового дослідження здобувачів відповідно до напрямів наукових досліджень кафедри міжнародної економіки та маркетингу; чіткому плануванню змісту та графіку проведення досліджень; контролю виконання плану шляхом звітувань на засіданні кафедри; підготовки протягом періоду навчання наукових публікацій; апробації результатів досліджень шляхом участі у наукових конференціях, впровадженню результатів досліджень. Наразі, кафедра є виконавцем наукової держбюджетної теми: «Стратегії міжнародного співробітництва в умовах поглиблення регіональної економічної співпраці», в якій приймають участь, у т.ч. здобувачі ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти. Університет у відкритому доступі інформує здобувачів про міжнародні грантові програми, у т.ч. Horizont (<https://cutt.ly/Var16Vx>).

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

Оновлення контенту робочої програми навчальної дисципліни здійснюється щорічно і відбувається за результатами стажування викладачів; їх участі у міжнародних конференціях; спільних досліджень з іноземними вченими. Під час формування робочих програм навчальних дисциплін враховується підготовка і публікація викладачами підручників та навчальних посібників. Наприклад, робоча програма обов'язкової дисципліни «Студії з маркетингу» включає посилання на публікації проф. Старостіної А.О. – навчальний посібник «Маркетинг» (2017р.), термінологічний словник «Маркетинг» (2017р.), підручник «Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика» (2005р.), підручник «Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків» (2012р.), що свідчить про високий рівень професійної активності викладачів Університету. Проте, підготовка докторів філософії має передбачати використання сучасної наукової літератури, у т.ч. англомовної, перелік посилань на яку у списку літератури слабо відображено у робочих програмах. Під час фокус-груп зі здобувачами та викладачами щодо програмного забезпечення бізнес-аналізу, ЕГ з'ясувала, що в навчально-науковому процесі застосовуються Excel; SPSS, що є одним з лідерів ринку у галузі комерційних статистичних продуктів. Проте, доцільно використовувати й інші, більш сучасні програмні продукти з бізнес-аналітики, наприклад, Power BI.

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

Реалізацію програм міжнародної академічної мобільності в Університеті регламентує Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Київського національного університету імені Тараса Шевченка (2016р.): (<https://cutt.ly/Aar0xcw>), Положення про порядок перезарахування результатів навчання у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (2016р.) (<https://cutt.ly/Dar0YJm>). В Університеті функціонує відділ академічної мобільності (<https://cutt.ly/yar0KlS>). Університет має договори з 62-ма зарубіжними ЗВО-партнерами (<https://cutt.ly/war01LH>). Викладачі, що є науковими керівниками здобувачів кафедри міжнародної економіки та маркетингу, проходили стажування у Великій Британії (проф. Старостіна А.О., проф. Каніщенко О.Л., 2016р.), Словаччині (проф. Старостіна, 2016р.), Латвії (проф. Каніщенко О.Л., 2019р.). Викладачі кафедри мають спільні публікації із зарубіжними вченими з Польщі, Італії, ОАЕ. Крім того, Університет надає для здобувачів та викладачів відкритий доступ до локальної мережі міжнародних науково-інформаційних ресурсів Scopus, Web of Science тощо. Здобувачі, згідно індивідуального плану, беруть участь у міжнародних наукових конференціях, що проводяться партнерами Університету, також публікують результати власних досліджень у іноземних виданнях. Проте, здобувачі ОНП «Маркетинг» особисто участь у програмах стажування в рамках міжнародної академічної мобільності не приймали.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

Здобувачі Університету є повноцінними суб'єктами освітнього процесу. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених в ОНП цілей та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. Під час проведення занять застосовуються інтерактивні методи навчання, використовуються сучасні програмні продукти. Університет надає для здобувачів та викладачів відкритий доступ до міжнародних науково-інформаційних ресурсів, інформує про міжнародні грантові програми.

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

На думку ЕГ деякі результати навчання ОК «Студії з маркетингу», зокрема «знати суть та етапи маркетингової діяльності», «знати суть внутрішнього маркетингу», не є актуальними для рівня PhD. Список рекомендованих літературних джерел у робочих програмах навчальних дисциплін потребує перегляду на предмет його актуалізації та включення англomовних наукових праць. Рекомендується: 1) актуалізувати зміст і контент в робочих програмах навчальних дисциплін в частині списку рекомендованих для здобувачів наукових праць - включити англomовні наукові праці з проблематики маркетингу; 2) залучати до зовнішнього рецензування практиками робочі програми фахових дисциплін; 3) поповнити базу спеціалізованих комп'ютерних програмних продуктів, які використовуються в освітньому процесі за ОНП «Маркетинг» (зокрема, програмним продуктом Power BI); 4) актуалізувати питання щодо особистої участі здобувачів ОНП «Маркетинг» у програмах стажування та інших проектах в рамках міжнародної академічної мобільності.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у ОНП «Маркетинг» цілей та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих освітніх компонентів (у формі робочої програми навчальної дисципліни, доступ до якої є вільний через сторінку Аспірантури та докторантури на сайті Університету). Університет забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОНП відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей, задекларованих в самій ОНП. Науково-педагогічні працівники оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності Університету. Проте, є недоліки, що не є суттєвими – робочі програми навчальних дисциплін потребують актуалізації у частині оновлення рекомендованої літератури науковими працями, у т.ч. англomовними з проблематики маркетингу, а також перегляду і кореляції досягнутих ПРН у ОНП і у робочій програмі навчальної дисципліни. Загалом ОНП відповідає вимогам Критерію 4, виявлені недоліки не є суттєвими

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

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти в Університеті визначені в Положенні про організацію освітнього процесу від 31.08.2018р. №716-32 (<https://cutt.ly/Ear2san>). В робочій програмі кожної дисципліни навчального плану згідно з ОНП зазначені компетентності та ПРН, а також критерії за якими здійснюється оцінювання результатів навчання аспірантів, а отже і ступеня досягнення програмних результатів навчання. Поточна робота здобувачів оцінюється від 0 до 60 балів, результати підсумкового семестрового контролю (заліку або екзамену) за 100 бальною шкалою. Поточний контроль проводиться на кожному семінарському, практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Підсумкове оцінювання результатів навчання аспірантів за семестр здійснюється у формі письмового екзамену або диференційованого заліку (асистентська педагогічна практика). За результатами онлайн-зустрічі зі здобувачами було встановлено, що процедура проведення контрольних заходів є зрозумілою, критерії оцінювання чіткими і доступними, відображаються у робочій програмі навчальних дисциплін (<https://cutt.ly/Iar29VX>).

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

На час проведення акредитаційної експертизи відсутній затверджений стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Формою атестації здобувачів є публічний захист дисертації, що відповідає п. 30 Постанови КМУ «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» від 23.03.2016р. №261. Здобувачі третього рівня ознайомлені з новими вимогами до захисту дисертації, які опубліковані на сайті Аспірантури та докторантури Університету (<http://asp.univ.kiev.ua/>).

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.

В Університеті здійснюється щорічна атестація здобувачів. Звіт здобувача розглядається на засіданні кафедри міжнародної економіки та маркетингу, вченої ради економічного факультету. Процедура звітування включає оцінювання науковим керівником виконання наукової складової (розділи дисертації, публікація статей, участь у конференціях, апробація результатів дисертаційного дослідження); освітньої складової з урахуванням проходження асистентської педагогічної практики. Рішенням засідання кафедри формується висновок про ступінь виконання здобувачем ОНП. Рішення про атестацію, переведення на наступний рік навчання або відрахування приймається вченою радою Університету. Форми звіту здобувача та бланку атестації, в якому містяться критерії атестації, оприлюднені на сайті Аспірантури та докторантури Університету (<https://cutt.ly/La9uIi>). В екзаменаційних білетах є теоретичні, тестові та практичні завдання. До кожного завдання встановлено критерії оцінювання. Порядок оскарження здобувачем освіти результатів проведення контрольних заходів (екзаменів) регулюється п. 7.2, 7.3 Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/xar9hPG>) і передбачає апеляцію. За результатами розгляду заяви здобувача, декан економічного факультету ухвалює рішення про оцінювання письмової роботи здобувача іншим викладачем, в окремих випадках, двом викладачам. Порядок повторного проходження контрольних заходів врегульовано п. 7.1.8 Положення про організацію освітнього процесу. Згідно Положення здобувачу дозволяється ліквідувати академічну заборгованість до початку наступного семестру, за умови отримання не більше двох незадовільних оцінок, у т.ч. неявки на екзамен. Допускається повторне складання екзаменів не більше двох разів. Для запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, повторне складання екзаменів при другій спробі, передбачає створення деканом факультету комісії (представник деканату, завідувач кафедри, інший викладач кафедри). Отже, контрольні заходи та, за необхідності, процедура оскарження отриманих результатів, забезпечують об'єктивність оцінювання результатів навчання.

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.

Процедура дотримання академічної доброчесності регламентується Положенням про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (2020р.) (<http://senate.univ.kiev.ua/?p=1352>). Згідно Положення обов'язкової перевірки на академічний плагіат підлягають кваліфікаційні роботи, дисертаційні роботи, рукописи монографій, підручників, посібників, наукових статей та тез доповідей. Під час фокус-груп ЕГ з допоміжними структурними підрозділами (зустріч 8), начальник інформаційно-обчислювального центру повідомив, що допустимий рівень унікальності тексту ухвалюється вченою радою Університету у залежності від типу наукової праці. Однак, на сторінці Вченої ради web-сайту Університету відсутня відповідна ухвала вченої ради (<http://senate.univ.kiev.ua/?cat=25>). Під час фокус-групи ЕГ зі здобувачами, було отримано інформацію, що допустимий рівень унікальності дисертаційної роботи має становити на менше 95%. У 2018 р. Університет уклав Договір про співпрацю з компанією «Антиплагіат», яка надає доступ до використання сервісу пошуку ознак плагіату Unicheck (<http://www.univ.kiev.ua/news/9593>). В Університеті функціонує Науково-консультаційний центр, який безкоштовно здійснює технічну перевірку дисертаційних досліджень здобувачів на антиплагіат електронним ресурсом Unicheck і видає відповідну довідку про результати такої перевірки. Під час фокус-груп із допоміжними (сервісними) структурними підрозділами, вчений секретар науково-дослідної частини Університету повідомила ЕГ, що технічна перевірка за програмою Unicheck здійснюється з 2020 р. і випадків порушення академічної доброчесності здобувачами ОНП «Маркетинг» третього освітнього рівня не зафіксовано. Академічна доброчесність в Університеті популяризується через діючу систему внутрішнього забезпечення якості, систематичну роз'яснювальну роботу в освітньому та науковому середовищі, що відображено в ОК4 ОНП, проведення опитування аспірантів (<https://cutt.ly/oar3qUr>). За результатами опитування 100% здобувачів відповіли, що ознайомлені з політикою академічної доброчесності, 94% опитаних вважають, що Університет достатньо популяризує академічну доброчесність, всім опитаним здобувачам невідомі випадки порушення академічної доброчесності.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти регламентуються відповідними положеннями Університету, які є у публічному доступі на офіційному web-сайті. Форма атестації здобувачів вищої освіти відповідає вимогам Постанови КМУ «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» від 23.03.2016р. №261. Стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній. Процедура проведення контрольних заходів є чіткою і зрозумілою для всіх учасників освітнього процесу. Контрольні заходи дозволяють забезпечити об'єктивність оцінювання результатів навчання. В Університеті політика, стандарти і процедури дотримання академічної

добросочесності є чітко визначеними та реалізуються відповідно до затверджених документів, із застосуванням відповідних інструментів, зокрема використанням електронного ресурсу Unicheck. Під час роботи ЕГ жодною з фокус-груп не було представлено результатів моніторингу конкретних порушень академічної добросочесності та було підтверджено, що виявлених випадків академічної недобросочесності не було.

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

На сайті Університету не розміщено інформацію про допустимий рівень унікальності тексту у залежності від типу наукової праці. Рекомендується: 1) здійснювати моніторинг та розгляд виявлених випадків академічної недобросочесності, у подальшому також культивувати відкрите та усвідомлене ставлення усіх учасників освітнього процесу до проблем академічної добросочесності; 2) на сайті Університету доцільно оприлюднити ухвалу вченої ради щодо допустимого рівня унікальності тексту; 3) своєчасно і у повному обсязі відображати інформацію в індивідуальних планах підготовки доктора філософії, особливо, що стосується опублікованих результатів.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими, дають можливість встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компонента та освітньо-наукової програми в цілому, а також оприлюднюються заздалегідь. Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам законодавства. Визначено чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для всіх учасників освітнього процесу, які забезпечують об'єктивність екзаменаторів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і, за необхідності, їх повторного проходження, яких послідовно дотримуються під час реалізації ОНП. Університетом визначено чіткі та зрозумілі політику, стандарти і процедури дотримання академічної добросочесності. Заклад вищої освіти популяризує академічну добросочесність, проводить анкетне опитування здобувачів щодо академічної добросочесності та розпочав використовувати відповідні технологічні рішення (програму Unicheck), як інструменти протидії порушенням академічної добросочесності. Однак, на web-сайті Університету, зокрема на сторінці Вченої ради, відсутня відповідна ухвала вченої ради щодо допустимого рівня унікальності тексту у залежності від типу наукової праці. Загалом ОНП відповідає вимогам Критерію 5, виявлені недоліки не є суттєвими.

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.

В процесі інтерв'ювання під час фокус-груп, які проводились відповідно до програми роботи 02.07.2020 (день 1), а саме з: керівником та менеджментом ЗВО, академічним персоналом, науковими керівниками та здобувачами вищої освіти, було підтверджено результати відомостей самооцінювання щодо академічної та професійної кваліфікації науково-педагогічних працівників, які викладають за ОНП, наукових керівників здобувачів вищої освіти, потенційного голови та рецензентів разових спеціалізованих вчених рад. Відповідно до наданої інформації щодо академічної та професійної кваліфікації викладачів, задіяних в реалізації ОНП, викладання обов'язкових ОК забезпечується науково-педагогічними працівниками, кваліфікація яких підтверджена документами про освіту та науковий ступінь із відповідної спеціальності, а також науковою, науково-педагогічною, педагогічною чи іншою професійною діяльністю за відповідною спеціальністю та відповідно до змісту навчальних дисциплін, що ними викладаються. Наукові керівники здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня за ОНП зі спеціальності 075 Маркетинг – д.е.н., проф. Старостіна А.О. і д.е.н., проф. Каніщенко О.Л. – є відомими та авторитетними вченими, що мають багаторічний досвід проведення наукових досліджень, експертизи дисертаційних робіт і підготовки кандидатів та докторів наук в сфері маркетингу, економіки та управління. Університет в цілому і економічний факультет зокрема має потужний науково-педагогічний потенціал забезпечення повноцінної освітньої і наукової підготовки аспірантів. Аналіз наукових профілів штатних викладачів кафедри міжнародної економіки та маркетингу на web-сайті Університету (<https://cutt.ly/Gar3Hdv>) дозволяє зробити висновок, що сформоване на економічному факультеті наукове середовище має «критичну масу» фахівців – потенційних рецензентів наукових досліджень, що мають достатню кількість публікацій, тематика яких в цілому відповідає науковому напрямку (тематичі) дослідження здобувача ОНП «Маркетинг», серед яких є статті у періодичних наукових виданнях зарубіжних країн, які включені до наукометричних баз Scopus або Web of Science Core Collection.

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

На фокус-групі з керівництвом та менеджментом ЗВО, що проводилась відповідно до програми роботи ЕГ 02.07.2020р. (день І), присутній проректор з науково-педагогічної роботи, проф. Бугров В.А. і начальник відділу підготовки та атестації науково-педагогічних працівників Шевчук В.П., охарактеризували діючу систему відбору кадрів. В ЗВО діє Положення про порядок проведення конкурсу на заміщення вакантних наукових посад у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, затверджене та введене в дію наказом від 01.10.2018р. №850-32 (<https://cutt.ly/Aar3307>). Оголошення про проведення конкурсу на заміщення вакантних посад публікується в газеті «Сучасна освіта України» та розміщується на сайті Вченої ради Університету (<http://senate.univ.kiev.ua/>) у розділі «Оголошення про конкурс» (<http://senate.univ.kiev.ua/?cat=9>). Вимоги до претендентів відповідають вимогам чинного законодавства, зокрема Закону України «Про вищу освіту» і Кодексу законів про працю в Україні. Під час фокус-групи проректор з науково-педагогічної роботи, проф. Бугров В.А. підкреслив, що «Університет користується можливістю встановлювати додаткові вимоги», відповідно «ще п'ятнадцять років тому» додатковою вимогою «була цифрова компетентність, десять років тому - це було знання англійської мови крім філологічних спеціальностей на рівні не нижче В2... Університет мав спеціальну концепцію вивчення англійської мови», до якої долучалися викладачі. Оголошення про конкурс на заміщення вакантних посад і посад, вакантних з 01.07.2020 року, яке у т.ч. поряд з іншими, містить пропозицію на заміщення посади «доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу», розміщене на момент проведення акредитаційної експертизи за посиланням <http://senate.univ.kiev.ua/?p=1416> та опубліковане в газеті «Сучасна освіта України» (від 25.05.2020р. №21), містить такі вимоги до претендентів на посади доцента: науковий ступінь або вчене звання; стаж науково-педагогічної роботи не менше як 5 років; володіння сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями у відповідній галузі. Зазначене підтверджує, що в Університеті дотримуються встановлені процедури конкурсного добору викладачів, які є прозорими і у цілому, з урахуванням додаткових вимог до науково-педагогічних працівників, дозволяють забезпечити достатньо високий рівень професіоналізму при викладанні за ОНП «Маркетинг».

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

На фокус-групі з роботодавцями (зустріч б), що проводилась відповідно до програми роботи ЕГ 02.07.2020р. (день 1), а саме з виконавчим директором ГО «Об'єднання маркетологів України» к.е.н., Дьоміною О.М., директором ТОВ «МАРКІН МЕДІА ГРУП» Маркіним В.О., генеральним директором «AdvanterGroup», д.е.н., доцентом Длігачем А.О., Директором ТОВ «САЙРЕКС» Суворовим О.С., Заступником директора ТОВ «СанагроУкраїна» Колесниковим Д.В., Президентом «JCI Dnipro» (філіал Міжнародної федерації молодих лідерів та виробників) Масленников М.О., було підтверджено їх готовність і надалі приймати участь у критичному оцінюванні ОНП; надавати можливість аспірантам для апробації результатів наукових досліджень; приймати участь у консультуванні, засіданнях, науково-практичних семінарах, круглих столах та інших заходах кафедри міжнародної економіки та маркетингу; залучати в компанії, зокрема які діють на міжнародному ринку, фахівців-маркетологів, що мають PhD ступінь; бути залученими до освітнього процесу, зокрема до проведення аудиторних занять, а також надавати фінансову допомогу в рамках реалізації науково-дослідної діяльності здобувачів ОНП «Маркетинг» на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Так, зокрема Длігач А.О. звернув увагу, що у наслідок того, що публікація наукової статті в Scopus та інших наукометричних базах є завданням самого аспіранта, то «для аспірантів можливо створювати гранти», і висловив готовність «фінансувати, з бізнесової сторони, публікації аспірантів, що навчаються на PhD програмі». Таке комплексне організаційне та фінансове співробітництво у ланцюжку «кафедра – роботодавці» є важливою і безпрецедентною практикою, яку можна вважати кращою. Слід додати, що в Університеті, у якості проєкту, розглядається Положення про ради роботодавців у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<http://job.univ.kiev.ua/img/pr.pdf>), в якому передбачено створення експертних рад роботодавців, які функціонально мають здійснювати експертне оцінювання ОП та навчальних планів, брати участь у їх розробці та реалізації.

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

На підтвердження інформації, наведеної у відомостях самооцінювання стосовно участі викладачів та наукових керівників здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг» у практичній та науковій діяльності різних установ, крім Київського національного університету імені Тараса Шевченка, в індивідуальному плані виконання ОНП здобувача Скрипки О.О. у блоці дисциплін за вибором аспіранта є ОК «Сучасні інформаційні технології в економічних дослідженнях», в індивідуальному плані виконання ОНП здобувачки Кузнецової Ю.В. – ОК «Кількісні методи мікро-, мезо-, макроекономічних досліджень», що викладаються відповідно д.е.н., проф. Затонацькою Т.Г. та д.е.н., проф. Ковтун Н.В., які крім залучення в освітній процес за ОНП «Маркетинг» в Університеті займаються зовнішньою фаховою практичною діяльністю (д.е.н., проф. Затонацька Т.Г. – завідувач відділу фінансово-економічного прогнозування ДННУ «Академія фінансового управління», д.е.н., професор Ковтун Н.В. – провідний статистик компанії EDETEK, INC, завідувач кафедри). Виходячи з відповідей роботодавців на фокус-групі (зустріч б), що проводилась за програмою роботи ЕГ 02.07.2020р. (день І), можна зробити висновок, що запрошення практиків до аудиторної роботи відбувається

епізодично та ситуативно, але крім цього здобувачі користуються можливістю проходження стажування (зокрема в аналітичних центрах «AdvanterGroup») та наданим доступом до серії відкритих заходів (зустрічей здобувачів PhD з деканом економічного факультету, заступником декана з наукової роботи та керівником відділу аспірантури (<https://cutt.ly/pa09dL3>), тижнях лекцій від провідних компаній України (<https://cutt.ly/Wa03gbE>), лекцій гостьових професорів, успішними українськими бізнесменами, зокрема з Євгеном Черняком, що входить в TOP-100 Forbes та за сумісністю є одним із TOP-30 найбагатших людей України (<https://cutt.ly/oa03Ysq>), циклу відео-презентацій викладачів економічного факультету до Дня науки (<https://cutt.ly/Sar4Wh8>; <https://cutt.ly/ear4J1b>; <https://cutt.ly/Sar4od4>), міжнародного конкурсу креативних ідей BIG IDEA CHALLENGE 2020 за підтримки Британської Ради (<https://cutt.ly/Jar7Uey>) тощо).

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

Комплексність професійного розвитку викладачів в Університеті підтримується створеною системою підвищення кваліфікації науково-педагогічних кадрів, що підтверджується наявністю Положення про наукову і науково-технічну діяльність у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, затвердженого Вченою радою Університету від 09.09.2019р. протокол №1 та введеного в дію наказом ректора від 16.09.2019р. №718-32 (<http://senate.univ.kiev.ua/?p=1185>) та Положення про організацію та проведення підвищення кваліфікації науково-педагогічних та педагогічних працівників (<https://cutt.ly/Fa083ze>). Проведення фундаментальних досліджень у різних галузях, зокрема у галузі соціально-економічних наук, а також виконання прикладних досліджень і розробок з метою ефективного використання і розвитку наукового потенціалу є одним з головних завдань Університету в галузі ННТД (Положення про наукову і науково-технічну діяльність, с.2). Постійне залучення професорсько-викладацького складу до проведення фахових НДДКР є додатковим підтвердженням практичної науково-дослідної діяльності та постійного професійного удосконалення дослідницьких компетентностей викладачів. Професійному розвитку також сприяє організація та проведення наукових та науково-практичних заходів (семінарів, конференцій, конгресів, симпозіумів, шкіл), наукове співробітництво із закордонними та вітчизняними осередками академічної та галузевої науки тощо. Відповідно до Положення про організацію та проведення підвищення кваліфікації, науково-педагогічні та педагогічні працівники зобов'язані підвищувати свою кваліфікацію не рідше одного разу на п'ять років, які самостійно обирають конкретні форми, види, напрями та суб'єктів надання освітніх послуг з підвищення кваліфікації. Зокрема наукові керівники здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг» д.е.н., проф. Старостіна А.О. і д.е.н., проф. Канищенко О.Л. мали такі види стажування як: British Council Ukraine, Оксфордський Університет (11-15.01.2016р., м. Київ, Academic Teaching Excellence – English as the Medium of Instruction Course); Академічне товариство Міхала Балудянського (Словаччина) з інноваційних методів та підходів в освіті (32 год.), м. Братислава, 15-18.03.2016р. За рахунок безпосередньої науково-дослідної діяльності та стажування, спрямованого на підвищення рівня педагогічної майстерності, професійному розвитку викладачів стає цілісним та збалансованим і, як наслідок, сприяє зростанню якості викладання за ОНП.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Стимулювання викладацької майстерності науково-педагогічних працівників регулюється Положенням про стимулювання співробітників Київського національного університету імені Тараса Шевченка за результатами наукової діяльності (наказ від 31.01.2014р. №71-32) (<https://cutt.ly/xa04zsu>, маршрут «Накази і розпорядження Університету» – «Завантажити»). Положенням передбачено матеріальне стимулювання викладачів, зокрема преміювання за результатами аналізу публікаційної активності за останні три роки. Під час фокус-груп, які проводились відповідно до програми роботи ЕГ 02.07.2020р. (день І), а саме з: керівником та менеджментом ЗВО (зустріч 1) та академічним персоналом (зустріч 2) було підтверджено інформацію, подану у відомостях самооцінювання щодо стимулювання розвитку викладацької майстерності закладом вищої освіти, зокрема щодо форм матеріального та нематеріального заохочення.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

В Університеті створене високопрофесійне науково-дослідне середовище, що розвивається на системних засадах та має значний потенціал для подальшого удосконалення освітнього процесу і здійснення творчої та інноваційної науково-дослідної діяльності. Так звана «критична маса» фахових науковців і викладачів забезпечує здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, які навчаються та проводять дослідження за ОНП «Маркетинг», необхідними знаннями та фаховим науковим консультуванням.

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

ЕГ під час фокус-груп переконалась, що процедурно не визначено та не формалізовано процеси (мається на увазі складання плану-графіку зустрічей на навчальний рік, тем, анонсу зустрічі тощо) залучення представників роботодавців і фахівців галузі до проведення аудиторних занять, проведення консультацій здобувачів за тематикою їх досліджень (за необхідності), експертного оцінювання робочих програм навчальних дисциплін. Залучення практиків та експертів галузі, окрім проф. Длігача А.О. та доц. Дьоміної О.М., які є співробітниками кафедри міжнародної економіки та маркетингу, до аудиторних занять не відбувається на системних, документально врегульованих, планомірних засадах.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Загалом ОНП «Маркетинг» відповідає вимогам Критерію 6, виявлені недоліки щодо процедурної невизначеності процесів участі роботодавців в розробці, експертному оцінюванні та реалізації освітніх програм і навчальних планів, а також залучення практиків та експертів галузі до аудиторних занять не є суттєвими.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Огляд матеріально-технічної бази Університету було продемонстровано в реальному онлайн режимі деканом економічного факультету та супроводжене коментарями гаранта ОНП. ЕГ пересвідчилася у тому, що Університет має сучасну матеріальну та розвинену соціальну інфраструктуру. Аудиторії обладнані мультимедійною технікою; є комп'ютерні класи з відповідним ліцензованим програмним забезпеченням, інтерактивною дошкою; коворкінг; їдальня; кафе; гардероб; спортивний стадіон; музей економічного факультету, який поповнюють експонатами випускники. Здобувачі забезпечені вільним доступом до wi-fi. Наукова бібліотека Університету ім. М. Максимовича укомплектована науковою, навчальною, довідковою, методичною, періодичною та іншою літературою більше ніж 30 мовами світу. Щороку фонди бібліотеки поповнюються на 35000-40000 томів. Матеріально-технічна база Університету є потужною і повною мірою забезпечує досягнення визначених освітньою програмою цілей та програмних результатів навчання. Зі всіх обов'язкових дисциплін ОНП «Маркетинг» розроблено інформаційні пакети та робочі програми, доступ до яких є вільним на сторінці Аспірантури та докторантури на web-сайті Університету (<https://cutt.ly/Lao4OUR>). У холі Університету є стенд з виставкою власних підручників з маркетингу кафедри, зокрема за ред. проф. Старостіної А.О. Проте, ЕГ констатує, що на момент проведення акредитаційної експертизи, не всі робочі програми навчальних дисциплін, які зазначені у переліку вибіркового дисциплін ОНП, представлені на сайті, з 46-ти вибіркового дисциплін, які зазначені у навчальному плані, представлено лише 13-ть (28%): (<https://cutt.ly/uao4XYo>).

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.

ЕГ на фокус-групах пересвідчилася, що Університет повною мірою забезпечує безоплатний доступ викладачів та здобувачів вищої освіти до всієї інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОНП. Наукова бібліотека забезпечує безкоштовний доступ здобувачів та викладачів до міжнародної реферативної бази (<https://cutt.ly/oa047TT>). Під час спілкування зі здобувачами, представниками Ради студентського самоврядування та Ради молодих вчених цей факт було підтверджено. Під час інтерв'ювання здобувачів, ЕГ отримала інформацію, що кафедра надає можливість здобувачам друкувати документи, необхідні для виконання індивідуального плану.

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.

Університет забезпечує дотримання безпечних умов здійснення освітньої та наукової діяльності. Під час спілкування з гарантом, викладачами та здобувачами, ЕГ отримала інформацію про те, що в Університеті проводиться постійний інструктаж з питань БЖД, навчальні аудиторії є достатньо освітленими. В Університеті

функціонують Університетська клініка (вул. Ломоносова, 36) та психологічна служба. Google-запит про Університетську клініку дозволив ознайомитися ЕГ з оцінками і відгуками - за 5-ти бальною шкалою клініку оцінено у 2,4 бали (28 відгуків) (<https://cutt.ly/Gar5Flf>). Однак, зазначена інформація не впливає на зниження рівня відповідності по критерію. Здобувачі під час інтерв'ювання, зазначили, що не стикаються із проблемами безпеки в Університеті.

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

Під час онлайн зустрічі, здобувачі та представники Ради студентського самоврядування відзначили, що найчастіше з усіх освітніх та позаосвітніх питань звертаються до кафедри, деканату, відділу аспірантури та докторантури. Всі здобувачі задоволені взаємодією з науковими керівниками. Якість роботи допоміжних підрозділів оцінюють на високому рівні. Інформаційна підтримка включає у себе наявність зручної та ефективної системи інформування здобувачів освіти. Здобувачі мають доступ до необхідної інформації на сайті Університету. На сайті Університету є доступ здобувачів до розкладу занять, форм документів, міжнародних програм академічної мобільності (<https://cutt.ly/xar6t55>; <https://cutt.ly/7ar6kNU>; <https://cutt.ly/Nar6mFS>). В Університеті функціонує Науково-консультаційний центр, який здійснює технічне забезпечення (аудіозапис) засідання спеціалізованої вченої ради із захисту дисертацій; підготовку документів до та після захисту дисертацій. Аспірантам, які навчаються на денній формі навчання (з відривом від виробництва) за кошти державного бюджету, призначаються академічні стипендії на підставі наказу про зарахування до аспірантури Університету відповідно до рішення стипендіальної комісії Університету. Іногороднім аспірантам, які навчаються з відривом від виробництва, надається місце у гуртожитку Університету. Під час онлайн-зустрічі ЕГ з гарантом, було повідомлено, що серед здобувачів, які навчаються на ОНП «Маркетинг» потреби у поселенні у гуртожитку не виникало.

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

Університет вжив усіх залежних від нього заходів для забезпечення необхідних умов для здобуття права на освіту тим здобувачам, які мають особливі освітні потреби – розроблено Концепцію розвитку інклюзивної освіти «Університет рівних можливостей», Порядок супроводу осіб з інвалідністю (<https://cutt.ly/aar6Ory>), є пандус, спеціально обладнані ліфти, туалетні кімнати для осіб з особливими потребами.

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.

В Університеті, в рамках політики і процедури вирішення конфліктних ситуацій, затверджено Антикорупційну програму (<https://cutt.ly/4ar6HoT>). Під час онлайн-спілкування зі здобувачами ЕГ отримано інформацію про те що, вони не знають, хто є уповноваженою особою, відповідальною за запобігання корупції в Університеті. Згідно п. 9.1.1 Антикорупційної програми, уповноважена особа призначається наказом ректора. На сторінці сайту Університету у розділі «Запобігання та протидія корупції», не зазначено уповноважену особу і відсутній відповідний наказ ректора. Проте, процедура вирішення конфліктних ситуацій є доступною для всіх учасників освітнього процесу. За інформацією, отриманою під час онлайн-зустрічі з гарантом, деканом економічного факультету та здобувачами, випадків конфліктних ситуацій на освітньо-науковій програмі «Маркетинг» не було зафіксовано.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

В Університеті функціонує наукова бібліотека імені М. Максимовича, яка є однією з найбільших і найстаріших бібліотек ЗВО України. Здобувачі мають безоплатний доступ до міжнародної реферативної бази. Освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів та у повній мірі задовольняє їхні потреби та інтереси. Університет забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти та створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами. В Університеті є приміщення, необхідні для забезпечення результативності наукових досліджень аспірантів та створені всі умови для уможливлення вичерпного ознайомлення аспірантів та їх керівників із найновішими науковими публікаціями за дослідницькими напрямками і тематикою дисертацій. Здобувачі не стикаються з проблемами безпеки в Університеті.

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

Робочі програми з вибіркового дисциплін не представлені на сайті у повному обсязі (зі 46-ти вибіркового дисциплін, які зазначені у навчальному плані, представлено лише 13-ть). Здобувачі не поінформовані про уповноважену особу, відповідальну за запобігання корупції в Університеті. Рекомендаціями ЕГ є: 1) надати доступ здобувачам до робочих програм навчальних дисциплін, які відображені у переліку вибіркового дисциплін ОНП, що відображений на сайті Університету; 2) на сайті Університету та інформаційних стендах оприлюднити інформацію про уповноважену особу, відповідальну за запобігання корупції в Університеті; 3) провести опитування здобувачів щодо рівня задоволеності послугами Університетської клініки та прийняти необхідні рішення.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Матеріально-технічна база Київського національного університету імені Тараса Шевченка, класичного університет дослідницького типу, який більше 185-ти років примножує наукові добутки країни, є потужною і повною мірою забезпечує досягнення визначених освітньо-науковою програмою цілей та програмних результатів навчання. Однак, навчально-методичне забезпечення ОНП не представлено на офіційному сайті Університету всіма робочими програмами навчальних дисциплін, що відносяться до вибіркового.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Організація внутрішнього забезпечення якості вищої освіти здійснюється згідно Положення про організацію освітнього процесу в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (2018р.) (<https://cutt.ly/Wa05A23>), Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (протокол від 26.06.2019р. №16 <https://cutt.ly/sa054Vz>). Вченими Університету у 2018р. видано монографію «Досвід участі Київського національного університету імені Тараса Шевченка у розвитку системи забезпечення якості вищої освіти в Україні (за матеріалами проекту QUAERE)» (<https://cutt.ly/iatqr4b>). В Університеті система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти має п'ять інституційних рівнів: 1) здобувачі освіти Університету та їх ініціативні групи; 2) викладачі, які забезпечують освітні компоненти та ініціативні групи здобувачів освіти за програмою, роботодавці; 3) структурні підрозділи, які здійснюють освітню діяльність (факультети, інститути), органи студентського самоврядування; 4) загальноуніверситетські структурні підрозділи, органи студентського самоврядування; 5) наглядова рада, ректор, вчена рада.

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

Здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування і Раду молодих вчених залучені до перегляду ОНП (ОНП розроблена у 2016 р., переглянута у 2018 та 2019 роках) та інших процедур забезпечення її якості. Формою такої взаємодії є електронне анонімне опитування та участь в обговоренні у присутності гаранта ОНП. Пропозиції здобувачів, за результатами анкетного опитування, такі як включення до навчального плану вибіркового дисциплін з вивчення східних мов, бізнес-аналітики заплановано до обговорення на вченій раді Університету. Університет організовує та оприлюднює опитування здобувачів, викладачів та роботодавців (<https://cutt.ly/ха06ЕВВ>). Під час фокус-груп з представниками студентського самоврядування та Ради молодих вчених, ЕГ пересвідчилася, що здобувачі приймають участь в анкетному опитуванні щодо якості освіти, їх пропозиції щодо організації освітнього процесу сприймається Університетом серйозно. Університетом приймаються рішення з урахуванням думки здобувачів. ЕГ дійшла висновку, що здобувачі є повноцінними партнерами у процесах забезпечення якості освіти, зокрема за ОНП «Маркетинг».

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

Взаємодія Університету з роботодавцями носить серйозний та постійний характер. Університет запрошує роботодавців до проведення відкритих лекцій, що було підтверджено під час онлайн зустрічі ЕГ зі здобувачами. На ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти навчається здобувач Скрипка О.О., який був направлений на навчання в Університет за кошти юридичної особи для здійснення дисертаційного дослідження за темою: «Стратегічне економічне партнерство виробників мінеральних добрив на ринках Південно-Східної Азії». Під час фокус-групи з роботодавцями, ЕГ отримала інформацію щодо їх зацікавленості у співпраці з Університетом для підготовки аналітиків та експертів з науковим ступенем. Також роботодавцями відзначено, що наявність в команді докторів філософії піднімає рейтинг компанії при співпраці з іноземними партнерами під час реалізації міжнародних проєктів з дослідження ринку. Роботодавці підтвердили інформацію, що у 2016р. приймали участь у форматі фокус-групи при обговоренні компетентностей для ОНП «Маркетинг» рівня PhD; у 2019 р. обговорювалися нові вимоги до наукового лідерства, тренди та нові компетентності в горизонті п'яти наступних років. Представник роботодавців Суворов О.С., директор ТОВ «САЙРЕКС» повідомив, що у 2021 р. планують направити 1-го, а у 2022р. – 2-х співробітників компанії на навчання в аспіранту виключно до Університету.

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

В Університеті існує практика збирання інформації щодо випускників економічного факультету за період 1949-2008 рр., що відображено на web-сторінці Асоціації (<http://alumni.econom.univ.kiev.ua/>). Проте, останні новини і анонси Асоціації датовані 2014 р. Також є сторінка Асоціації випускників економічного факультету Університету у соцмережі Facebook (<https://www.facebook.com/efknu/>) (близько 220 членів). В Університеті з 2018 р. функціонує Громадська організація «Асоціація випускників та друзів економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка» (керівник – Балицька М.В.) (<https://clarity-project.info/edr/42936727>).

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

Внутрішня система забезпечення якості забезпечила адекватне реагування на недоліки, які виявлялися в ОНП під час здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості, а також дозволила поширити позитивні практики, наявні на ОНП. В Університеті створено електронний ресурс «Наукові публікації університету» (<http://dsr.univ.kiev.ua/pub/index.php>). Це електронна база, яка дозволяє отримувати дані та формувати звіт за видом і типом наукової роботи викладачів та здобувачів, роком видання, галуззю знань, авторами, факультетом, кафедрою тощо (<http://dsr.univ.kiev.ua/pub/reports/fc/?year=588>). Наразі Університет проводить тестування власно створеної сучасної платформи дистанційного навчання. Однак, для запрошення якомога широкого обговорення ОНП, у т.ч. випускниками, доцільно створити механізм електронного обговорення документа.

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 ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти є первинною.

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

Під час зустрічей з різними групами стейкхолдерів Університету відчувається сформована на високому рівні культура якості та лідерство, що сприяє розвитку даної ОНП.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

Здобувачі та роботодавці є повноцінними партнерами у всіх процесах забезпечення якості освіти за даною ОНП. Відчувається лідерство та сформована на високому рівні культура якості усіх учасників освітньо-наукового середовища Університету. Гарною практикою є можливість формування викладачами та здобувачами автоматичних звітів на основі електронного ресурсу «Наукові публікації університету», відбуваються електронні опитування здобувачів, результати яких враховуються у контексті забезпечення якості вищої освіти.

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

Відсутність механізму відкритого і широкого обговорення ОНП усіма зацікавленими особами (стейкхолдерами), у т.ч. випускниками. Рекомендаціями ЕГ є: 1) запровадити механізм електронного обговорення ОНП; 2) актуалізувати електронну базу випускників економічного факультету Університету після 2008р.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Університет послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу, періодичного перегляду та закриття освітньої програми. Здобувачі вищої освіти та роботодавці залучені до перегляду ОНП у форматі анкетного опитування та фокус-групи при обговоренні компетентностей, освітніх компонент та ПРН. Роботодавці зацікавлені у підготовці кадрів за програмою ОНП «Маркетинг». В Університеті існує практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників, функціонує ГО «Асоціація випускників та друзів економічного факультету». Однак, для запрошення якомога широкого кола зацікавлених осіб до обговорення ОНП, у т.ч. випускників, доцільно, особливо у сучасних умовах, створити механізм електронного обговорення документів.

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.

В Університеті визначено чіткі та зрозумілі процедури, що регулюють права та обов'язки усіх учасників освітньо-наукового процесу, які відображені у відповідних документах, оприлюднених у відкритому доступі на офіційному web-сайті (<http://knu.ua/ua/official>), а саме: Статуті Київського національного університету імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/ApQNuVL>), Етичному кодексі університетської спільноти (<https://cutt.ly/1pQHZul>), Положенні про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/1pQKjS3>), Правилах внутрішнього розпорядку Університету (<https://cutt.ly/YpQZ8h1>), Положенні про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (МАКЕТ) (<https://cutt.ly/TrQVeGE>), внутрішніх управлінських документах Університету, економічного факультету, кафедри міжнародної економіки та маркетингу. На фокус-групі встановлено, що аспіранти ОНП «Маркетинг», мають доступ і право користуватись матеріально-технічною базою, що використовується під час реалізації ОНП, інформаційним і методичним забезпеченням ОК, отримують консультації щодо власного дослідження від наукового керівника, а також виконують індивідуальний план підготовки доктора філософії та систематично звітують про хід його виконання на засіданні кафедри міжнародної економіки та маркетингу, що підтверджено відповідними записами в їх індивідуальних планах (додаються). Наукові керівники д.е.н., професори Старостіна А.О. та Канищенко О.Л., використовують кращі практики наукового керівництва, маючи багаторічний досвід підготовки наукових кадрів, долучаючи до освітнього процесу представників роботодавців та експертів галузі, які можуть здійснювати фахову експертизу отриманих аспірантами первинних даних в межах дослідження та здійснювати їх апробацію (зокрема, Длігач А.О., д.е.н., доцент, генеральний директор «AdvanterGroup», та Дьоміна О.М., к.е.н., виконавчий директор ГО «Об'єднання маркетологів України», які також є співробітниками кафедри). На фокус-групах також було підтверджено, що здобувачі, НПП та роботодавці обізнані про наявність та можливість доступу до основних нормативно-правових документів, що регламентують їх права та обов'язки.

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.

З метою отримання пропозицій та зауважень стейкхолдерів до ОНП «Маркетинг» на web-сторінці економічного факультету у вкладенні «Студенту» - «Аспірантура та докторантура» - «Зворотній зв'язок» (<https://cutt.ly/ZpElzZK>), розміщено ОНП в редакціях 2016-2019 рр., а також зазначено контактний телефон (+38044-521-32-27) та e-mail (наука701@ukr.net), для надання пропозиції. Також, на фокус-групі, зі слів директора Науково-методичного центру організації навчального процесу Університету, канд. геол.-мін. наук, доцент, член сектору вищої освіти Науково-методичної Ради МОН України Гожик А.П. було підтверджено, що за відсутності Стандарту вищої освіти за третім

(освітньо-науковим) рівнем зі спеціальності 075 Маркетинг внутрішній Тимчасовий стандарт вищої освіти із зазначених спеціальностей та рівня вищої освіти в Університеті не розроблявся, а ОНП «Маркетинг» було розроблено у відповідності до вимог НРК України.

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.

Зі змістом ОНП «Маркетинг», включаючи її цілі, програмні компетентності, ПРН та переліком освітніх компонент, всі заінтересовані сторони (стейкхолдери) можуть ознайомитись на web-сторінках економічного факультету (<https://cutt.ly/dpEJWsr>) та кафедри міжнародної економіки та маркетингу (<https://cutt.ly/9pEKgpP>).

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Необхідна інформація, а саме основні нормативно-правові акти, що діють в ЗВО та забезпечують чіткість й зрозумілість правил щодо прав та обов'язків усіх учасників освітнього процесу, розміщена на офіційному веб-сайті Університету. ЕГ констатує, що прозорість та публічність інформації щодо ОНП «Маркетинг» в ЗВО забезпечується. Здобувачі освітніх послуг, роботодавці та інші заінтересовані сторони обізнані про наявність та можливість доступу до основних нормативно-правових документів, що регламентують їх права та обов'язки. У Програмі розвитку Київського національного університету імені Тараса Шевченка на 2012-2020 роки (http://science.univ.kiev.ua/documents/rozvytok/Progran_Univ_2020.pdf), зазначено, що одним із основних завдань в освітній сфері є участь у розробленні та впровадженні державних стандартів освіти нового покоління, національної системи кваліфікацій, інформатизації та комп'ютеризації навчально-виховного процесу. За результатами роботи ЕГ, можна констатувати, що це завдання Університетом виконане. Зокрема, завдання щодо інформатизації також деталізоване у Стратегічному плані розвитку Університету на період 2018-2025 року (затверджений Вченою радою Університету 25.06.2018р. http://asp.univ.kiev.ua/doc/NP_Baza_univ/Development-strategic-plan_2018-2025.pdf), у розділі IV. Інформатизація, що включає у себе створення сучасного інформаційного середовища та інформатизацію в суспільній та культурній сфері.

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

При переході на офіційний веб-сайт Університету (<http://www.univ.kiev.ua/ru/>) відкривається російськомовна його версія (зокрема через пошукові системи Opera та Google Chrome). У переліку дисциплін вільного вибору ОНП на веб-сторінці економічного факультету у розділі «Аспірантура та докторантура» (<https://cutt.ly/9pTcyrC>) представлено 13 із 46 загальної їх кількості (вибірковий блок 1 – 37ВБ, вибірковий блок 2 – 9ВБ). На офіційному веб-сайті Університету не відображено результати виконання широкомасштабної програми інформатизації Університету з метою оптимальної та ефективної організації навчальної, наукової, управлінської діяльності. Також в розділі «Склад кафедри» кожна індивідуальна сторінка викладача містить інформацію про стажування, трудову та громадську діяльність, дисципліни, що викладаються, наукові інтереси, основні публікації тощо, при цьому посилання на наукові ідентифікатори (ORCID, ResearcherID, Google Scholar тощо) відсутні. Рекомендовано активізувати роботу щодо заповнення наукових ідентифікаторів НПП, розміщення необхідної актуальної інформації, що стосується навчального процесу, особливо у період проведення навчання у дистанційній формі.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Прозорість та публічність інформації щодо ОНП «Маркетинг» забезпечується шляхом розміщення її на офіційному веб-сайті Університету та веб-сторінках економічного факультету; кафедри міжнародної економіки та маркетингу; аспірантури, докторантури та ад'юнктури. Попри це, процес пошуку необхідної інформації на офіційному сайті для ознайомлення, зокрема з документами, що стосуються реалізації ОНП «Маркетинг» і знаходяться у відкритому доступі, дещо ускладнений (тобто не є «user friendly»). Також потребує пошукової оптимізації маршрут розміщення пропозицій та зауважень стейкхолдерів до ОНП «Маркетинг». В розділі «Склад кафедри» індивідуальні сторінки

викладачів не містять посилання на наукові ідентифікатори (ORCID, ResearcherID, Google Scholar тощо). Загалом ОНП відповідає вимогам Критерію 9, виявлені недоліки не є суттєвими.

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.

Під час фокус-груп з аспірантами різних років навчання, а саме обговорення процедури і обґрунтованості вибору ОК, процедури вибору наукового керівника і напряму дослідження, ознайомлення із обґрунтуваннями і назвами затверджених темами їх дисертаційних досліджень та підходами Університету і кафедри до організації асистентської педагогічної практики, ЕГ констатує, що зміст ОНП «Маркетинг» відповідає науковим інтересам аспірантів і дозволяє забезпечити їх повноцінну підготовку до дослідницької та викладацької діяльності. Зміст ОНП «Маркетинг» та навчального плану, зокрема зазначені в них обов'язкові ОК, відповідають вимогам Постанови КМУ від 23.03.2016 р. №261 (зі змінами від 03.04.2019р. №283) та дозволяють набуту здобувачу компетентностей відповідно до Національної рамки кваліфікацій та досягти ПРН. Обов'язкові компоненти ОНП зорієнтовані на здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою (ОК1 – ПРН 38,40), оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями (ОК2 – ПРН 1,6,14,19,41,43,45,46,47), здобуття глибинних знань із спеціальності (ОК3 – ПРН 2,5,7-13,16,21,25,26-37,49), набуття універсальних навичок дослідника (ОК4 – ПРН 1,3,4,6,15,17,18,20,22-24,39,40,42,44,46,48). В цілому зміст ОНП, наявна взаємодія аспірантів з науковими керівниками, експертами галузі, а також доступність до ресурсів бібліотеки Університету, у т.ч. до різних наукометричних баз, зокрема Scopus та Web of Science, сприяє забезпеченню дослідницької діяльності. Підготовка аспірантів до викладацької діяльності реалізується в ОК5 (10 кредитів ЄКТС), яка дозволяє досягти ПРН 38,41,50. Аналіз індивідуальних планів виконання ОНП аспірантами дозволяє підтвердити дотичність обраних ними вибірових ОК тематиці наукового дослідження, а також набуті знань і здібностей у вузькій спеціалізації, релевантній для конкретного дослідження аспіранта. Так, аспіранти Кузнецова Ю.В. (2016р. вступу) та Скрипка О.О. (2018р. вступу) обрали ОК «Універсальні (м'які) здібності «Soft skills» (ВБ 1.37), Кузнецова Ю.В. - ОК «Методи і моделі обґрунтування економічних рішень» (ВБ 2.6), «Кількісні методи мікро-, мезо-, макроекономічних досліджень» (ВБ 2.3), Скрипка О.О. - ОК «Методологічні та практичні аспекти міжнародного маркетингу (англійською мовою)» (ВБ 2.5), «Сучасні інформаційні технології в економічних дослідженнях» (ВБ 2.2). Аспірантка Білокриницька С.О. (2019 р. вступу) обрала ОК «Методологічні та практичні аспекти міжнародного маркетингу (англійською мовою)» (ВБ 2.5), ОК «Методи стратегічного управління» (ВБ 2.1). Змістовне наповнення робочих програм обраних ОК відповідає тематиці наукових досліджень аспірантів, про що було зазначено на фокус-групі. В цілому можна констатувати, що перелік вибірових компонент ОНП (вибірковий блок 1 – 37ВБ, вибірковий блок 2 – 9ВБ), кореспондується з науковими напрямами та конкретними науковими дослідженнями аспірантів.

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

Під час фокус-груп зі здобувачами, науковими керівниками та адміністративним персоналом, зокрема з Ігнатюк А.І., д.е.н., проф., деканом економічного факультету та Шевчук В.П., начальником відділу підготовки та атестації науково-педагогічних кадрів, було підтверджено дотримання формальних процедур обрання наукового напряму, формулювання, обговорення і затвердження теми дисертації та виробу наукового керівника. Наступними етапами є оформлення і погодження з науковим керівником та затвердження Вченою радою економічного факультету індивідуального плану виконання ОНП підготовки доктора філософії (протягом двох місяців з дати зарахування до аспірантури), що містить обов'язкове обґрунтування вибору теми дисертаційної роботи, загальний план виконання ОНП, перелік обов'язкових і вибірових ОК, а також індивідуальний план наукової роботи. Зазначені процедури відповідають Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах) (Постанова КМУ від 23.03.2016р. №261 (зі змінами внесеними згідно з Постановою КМУ від 03.04.2019 р. № 283) і дотримуються ЗВО. Індивідуальні плани роботи здобувачів додаються. Системність і послідовність процедур обговорення, вибору й затвердження тем наукових досліджень здобувачів дозволяє дотримуватись відповідності основним науковим напрямам діяльності кафедри (<http://surl.li/dzdc>) та тематиці й напрямам досліджень їх наукових керівників. На фокус-групі, здобувачі продемонстрували обізнаність про напрями досліджень і сфери інтересів, як наукових керівників, так і потенційних наукових рецензентів через їх публікаційну активність у різних наукових профілях та інформацію на сторінці викладача (Старостіна А.О.: <https://cutt.ly/YpLYDyN>; <https://cutt.ly/HpLYVnn>; Канищенко О.Л.: <https://cutt.ly/GpLY8mm>; <https://cutt.ly/NpLYUsCT>). Дотичність тем наукових досліджень здобувачів напрямом досліджень їх наукових керівників та потенційних наукових рецензентів представлено у табл. 1-2, що додаються. Також аналіз табл. 1 «Інформація за ОНП «Маркетинг» щодо оцінювання спроможності створення у ЗВО разових спеціалізованих вчених рад для захисту дисертаційних робіт аспірантів» дозволяє стверджувати, що по здобувачам Кузнецова Ю.В., Альмер М.Р. та Скрипка О.О. не дотримано вимоги Постанови КМУ «Про проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії» від 06.03.2019р. №167, зокрема п. 7, де зазначено, що «у складі ради не менше трьох вчених повинні мати ступінь доктора наук (голова ради, один з рецензентів, один з опонентів)» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2019-%D0%BF#Text>).

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).

В Університеті та на економічному факультеті (м. Київ, вул. Васильківська, 90-а) створено всі організаційні та матеріальні можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень здобувачів ступеня вищої освіти доктор філософії (використання комп'ютерних лабораторій з ліцензованим програмним забезпеченням, аудиторій з мультимедіа, конференц-зали, ресурсів бібліотеки тощо). На web-сторінках аспірантури, докторантури та ад'юнктури Університету (<http://surl.li/dzcz>), економічного факультету (<http://surl.li/dzcr>), а також науково-дослідної частини Університету міститься інформація про організаційні та наукові заходи (як анонси, так і результати їх проведення), зокрема розміщена актуальна інформація щодо можливості участі здобувачів у конференціях, проектах, програмах тощо (<http://surl.li/dzcy>). Усі здобувачі очної (денної) та заочної форм навчання мають інформацію про перелік наукових журналів КНУ ім. Т. Шевченка (<http://surl.li/dzcg>), у яких можуть опублікувати результати наукових досліджень, зокрема у фаховому виданні факультету «Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Серія: Економіка» (<http://surl.li/dzct>) у співавторстві з науковим керівником публікація безкоштовна, а також поінформовані про план-графік проведення науково-практичних конференцій Університету (2019 р.: <http://surl.li/dzcu>; 2020 р.: <http://surl.li/dzcv>). Щорічно, починаючи з 2003р., в Університеті проводиться міжнародна наукова міждисциплінарна конференція студентів, аспірантів та молодих вчених «Шевченківська весна» (<http://surl.li/dzcg>), у якій прийняли участь з підготовкою тез доповіді здобувачі Кузнецова Ю.В., Скрипка О.О. та Білокриницька С.О. У 2019 р. аспіранти мали змогу прийняти участь у Міжнародному форумі EFBM 2019 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Глобальні економічні виклики та можливості у цифрову епоху», організованому на економічному факультеті (<https://www.efbm.org/>). На фокус-групі Голова Ради молодих вчених, д.е.н., доц. Вірченко В.В. зазначив, що періодично, у межах виконання проєктів та грантових програм і досліджень, участь аспірантів у конференціях Університету може відбуватись на безоплатній основі. Також на web-сторінці Ради молодих вчених (<http://rnm.knu.ua/>) аспіранти мають змогу ознайомитись з актуальною інформацією щодо переліку українських наукових журналів, які індексуються в міжнародних наукометричних базах Scopus та/або Web of Science (<http://surl.li/dzcu>), анонсами та результатами проведених наукових заходів тощо. Здобувачі ОНП «Маркетинг» мають можливість відвідувати міждисциплінарний лекторій для аспірантів та ад'юнктів Університету з актуальних проблем сучасної науки, у т.ч. онлайн, який започатковано з 1 вересня 2014 р. (<http://surl.li/dzcx>). Також слід зазначити про готовність представників роботодавців та експертів галузі до перевірки поставлених гіпотез наукових пошуків, фахової експертизи результатів апробації наукових досліджень відповідно до тематики аспірантів і можливої їх комерціалізації, про що було зазначено на фокус-групі.

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.

В Університеті, що займає лідируючі позиції в рейтингах, створені можливості для долучення аспірантів до міжнародної академічної спільноти та участі у програмах академічної мобільності. За наданою і підтвердженою на фокус-групах інформацією, Університет має 360 партнерських угод із 69 країн світу, з яких на економічному факультеті реалізується 25 (<https://cutt.ly/epz8aEI>), в рамках яких аспіранти мають право брати участь в програмах обмінів, стажуваннях, спільних дослідницьких проєктах, конференціях та публікації результатів наукових досліджень (інформація додається). Інформація про міжнародні грантові програми, програми академічної мобільності, стажування тощо, розміщено на сторінках Науково-дослідної частини (<https://cutt.ly/7plKXQB>) та відділу міжнародного співробітництва Університету (<https://cutt.ly/oplJX3j>). Порядок організації програм академічної мобільності здобувачів регламентується Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність Київського національного університету імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/VplZlAE>). Залучення здобувачів ОНП «Маркетинг» до міжнародної академічної спільноти відбувається через публікацію результатів наукових досліджень у європейських наукових журналах, а саме: аспірантка Кузнецова Ю.В. має дві публікації за темою дисертації (Kanishchenko O., Kuznetsova Y. Startup marketing strategy to attract venture capital at the age of digitalization - Economics & Education. – International Scientific Journal, Riga, Latvia. - Vol. 5, Issue 1. – p. 23-28 (<https://cutt.ly/4pzRUDG>); Danylova N., Kuznetsova Y. Market analysis instruments in the development of the startup marketing strategy – European Journal of Economics and Management. – Vol. 6 Issue 2, 2020 – p. 150-163 (<https://cutt.ly/NpzRX4g>)). Аспірант Альмер М.Р., який наразі перебуває у академічній відпустці, прийняв участь у двох міжнародних конференціях: Innovative Potential of Socio-Economic Systems: Challenges for the Global World (University of Business and Economics at NOVA University, Lisbon, Portugal, Dec 28, 2018) та Imperatives of civil society development in promoting national competitiveness (Batumi Navigation Teaching University, Batumi, Georgia, Dec. 13-14, 2018). Однак, у межах реалізації ОНП «Маркетинг», під час фокус-груп, було з'ясовано, що здобувачі не приймали участь у міжнародних програмах академічної мобільності.

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

Участь наукових керівників аспірантів у дослідницьких проєктах реалізується в рамках грантових програм з зарубіжними партнерами, стажуваннях та обміні досвідом, налагоджені стратегічної співпраці та реалізації спільних проєктів з партнерами-ЗВО, а також у виконанні фундаментальної науково-дослідної роботи 16КФ040-07 на тему

«Стратегії міжнародного співробітництва за умов поглиблення регіональної економічної інтеграції» в межах кафедральної тематики (затверджена на засіданні кафедри міжнародної економіки та маркетингу від 23.03.2016 р. №11). Керівником даної НДР є д.е.н., проф. Старостіна А.О. Термін виконання квітень 2016 р. – грудень 2021 р. Теми наукових досліджень здобувачів ОНП «Маркетинг» дотичні до розділів зазначеної кафедральної тематики НДР. Зокрема теми дисертацій Кузнецової Ю.В. «Маркетингові стратегії підприємств на ринку венчурних інвестицій», Альмера М.Р. «Маркетингова стратегія компаній в умовах міжнародних економічних санкцій», Скрипки О.О. «Маркетинг партнерських відносин в діяльності виробників мінеральних добрив на міжнародних ринках», Білоцерківської С.О. «Маркетинг підприємницьких університетів в Україні», дотичні до очікуваних результатів виконання розділів НДР у 2018-2020 рр. (<https://cutt.ly/Lpz58x7>). Результати участі наукових керівників у дослідницьких проєктах регулярно публікуються, у т.ч. у співавторстві зі здобувачами, у монографіях, навчальних посібниках, наукових статтях, матеріалах конференцій тощо (<https://cutt.ly/Wpz4XvH>). Під час проведення фокус-груп було зазначено, що наукові керівники аспірантів, зокрема д.е.н., проф. Старостіна А.О., приймають участь у міжнародних дослідницьких проєктах, а саме у співпраці з Університетом м. Мачерата (Італія), з яким укладена Рамкова Угода про наукову та навчальну співпрацю (<https://cutt.ly/ppxhtP1>), а також згідно угоди на академічну мобільність здобувачів та НПП в межах проєкту Erasmus+ Inter-institutional agreement, термін дії 2015-2020[21] (<https://cutt.ly/spxhTRi>). Зі слів гаранта ОНП д.е.н., проф. Каніщенко О.Л., в рамках угоди про співпрацю з Університетом Мачерата здійснено низку заходів, серед яких читання лекцій та підписання рамкової угоди про співпрацю на рівні аспірантури, зокрема з 2015 р. д.е.н., проф. Старостіна А.О. є науковим керівником аспіранта Карло Адамі з м. Мачерата (Італія) та має з ним публікацію у колективній монографії (Starostina A.O., Adami S. (2017) The Role of the Economic Intelligence in the Modern International Economic Relations, Article for International Monograph: Innovations in Development of Socio-Economic Systems, Aleksandras Stulginskis University, Lithuania, p. 1-15). Також д.е.н., проф. Каніщенко О.Л. у 2019 році пройшла стажування у ISMA University (Вища школа менеджменту інформаційних систем) за програмою «Internationalization of University activities: European experience» (Riga, Latvia).

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.

На проведених онлайн-зустрічах з різними фокус-групами було підтверджено, що в Університеті, на економічному факультеті й на кафедрі міжнародної економіки та маркетингу культивується дотримання принципів академічної доброчесності усіма учасниками освітньо-наукового процесу. Основними нормативними документами, що урегульовують процедури виявлення та запобігання академічного плагіату, а також сприяють дотриманню наукової етики та усвідомленню відповідальності за порушення принципів академічної доброчесності, зокрема наукових керівників та аспірантів, в Університеті є: Етичний кодекс академічної спільноти (<https://cutt.ly/orxEtBH>), Положення про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/qrxEiNX>), Положення про організацію освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (<https://cutt.ly/СрxEvOv>), Положення про створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату, що затверджене рішенням Спеціалізованої вченої ради Д 26.001.12 економічного факультету (протокол від 12.06.2019 р. №7) та кафедри міжнародної економіки та маркетингу економічного факультету (протокол від 19.06.2019 р. №14) (<https://cutt.ly/HpxYMLD>). Здобувачі на фокус-групі підтвердили, що вони поінформовані про діючі в Університеті принципи академічної доброчесності, а також зазначили, що ці питання обговорюються при вивченні теми 1. Проблеми розвитку сучасної науки. Принципи академічної доброчесності. Змістовного модуля 1: «Зміст та процедура наукових досліджень» ОК4 «Методологія та організація наукових економічних досліджень» (<https://cutt.ly/lrxFnq3>). Згідно умов укладеного у 2018 р. договору Університету про співпрацю з компанією «Антиплагіат», яка надає доступ до використання сервісу пошуку ознак плагіату Unicheck (<http://www.univ.kiev.ua/news/9593>), науково-консультаційний центр починаючи з 2020 р. здійснює на безоплатній основі технічну перевірку дисертацій здобувачів на антиплагіат і видає довідку про результати такої перевірки. Під час фокус-групи зі здобувачами, було отримано інформацію, що вони обізнані про процедури перевірки наукових робіт (дисертаційного дослідження, наукових публікацій, тез доповіді тощо), при цьому допустимий ступінь унікальності дисертаційної роботи має становити на менше 95%. Відповідно до зазначеного вище Положення про організацію освітнього процесу, зокрема у пп. 9.8.3 та 10.7.3, за порушення академічної доброчесності здобувачі, педагогічні та науково-педагогічні працівники можуть бути притягнені до академічної відповідальності.

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

В цілому, в Університеті створене сприятливе для реалізації ОНП «Маркетинг» освітньо-наукове, інформаційне та матеріально-технічне середовище, що дозволяє здобувачам третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти успішно реалізувати, як освітню, так і наукову складову ОНП. До сильних сторін ОНП слід віднести відповідність тем наукових досліджень напрямкам досліджень наукових керівників, системність підходу до формулювання, погодження та затвердження тем дисертаційних робіт аспірантів, участь наукових керівників аспірантів у дослідницьких проєктах в рамках грантових програм з зарубіжними ЗВО-партнерами, стажуваннях та обміні досвідом, налагоджені стратегічної співпраці та керівництві дисертацій здобувачів іноземних ЗВО, виконання фундаментальної науково-дослідної роботи кафедри на тему «Стратегії міжнародного співробітництва за умов

поглиблення регіональної економічної інтеграції», до розділів якої також дотичні теми наукових досліджень здобувачів ОНП «Маркетинг», залучення здобувачів ОНП «Маркетинг» до міжнародної академічної спільноти відбувається через публікацію результатів наукових досліджень у європейських наукових журналах, періодично, у межах виконання проєктів та грантових програм і досліджень, участь аспірантів у конференціях Університету може відбуватись на безоплатній основі, в Університеті культивується дотримання принципів академічної доброчесності усіма учасниками освітньо процесу.

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

У межах реалізації ОНП «Маркетинг», під час фокус-груп, було з'ясовано, що здобувачі рівня вищої освіти доктор філософії на даній ОНП не усвідомлюють надані можливості і необхідність обов'язкового долучення до міжнародного освітньо-наукового простору, а відтак не приймають участь у міжнародних програмах академічної мобільності. ЕГ виявила, що не зовсім коректно представлена інформація щодо досягнення ПРН в ОНП та робочих програмах навчальних дисциплін (ОК2, ОК3, ОК4), а також невідповідність деяких їх назв (ОК4). До слабких сторін також слід віднести низький рівень публікаційної активності аспірантів Скрипки О.О. та Білокриницької С.О., у яких на момент проведення акредитаційної експертизи було опубліковано лише одні тези доповіді. Рекомендаціями ЕГ є: 1) активізувати використання існуючого потенціалу програм внутрішньої та міжнародної академічної мобільності здобувачів ОНП «Маркетинг»; 2) посилити роботу із публікації результатів наукових досліджень аспірантів у виданнях Університету і виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science, у т.ч. у співавторстві з науковими керівниками; 3) обґрунтовано оптимізувати та гармонізувати кількісні показники задекларованих в ОНП та Робочих програмах навчальних дисциплін програмних результатів навчання; 4) оскільки структура освітньо-наукової програми передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін у обсязі, передбаченому законодавством, але й через інші інструменти формування індивідуальної освітньої траєкторії, тому доцільно ЗВО запропонувати компенсаційні курси, наукові семінари, спецкурси або факультативи тощо, що дозволять досягти задекларованих ПРН; 5) науковим керівникам, представникам Ради молодих вчених та викладачам інших кафедр, залучених до реалізації ОНП, які мають вагомий науковий і організаційний потенціал, посилити активність у формуванні проєктних пропозицій в міжнародних та європейських грантових програмах; 6) переглянути склад потенційних голів та наукових рецензентів для створення в Університеті разових спеціалізованих вчених рад для захисту дисертаційних робіт аспірантів, до яких включити не менше двох вчених зі ступенем доктора наук (голови ради, одного з рецензентів, що є штатними працівниками).

Рівень відповідності Критерію 10.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

В цілому зміст ОНП відповідає науковим інтересам аспірантів і забезпечує їх повноцінну підготовку до дослідницької та викладацької діяльності, наукова діяльність аспірантів відповідає напрямам досліджень наукових керівників. При цьому ЕГ виявила відсутність кореляції у представлені інформації щодо досягнення ПРН в ОНП та робочих програмах навчальних дисциплін (ОК2, ОК3, ОК4), а також невідповідність їх назв (ОК4). Для проведення і апробації результатів наукових досліджень аспірантів в Університеті створені необхідні організаційні та матеріальні можливості, а також умови для долучення аспірантів до міжнародної академічної спільноти. Попри це, на фокус-групі було встановлено, що участь здобувачів ОНП «Маркетинг» у проєктах та програмах з міжнародної академічної мобільності відсутня. Науковий керівник аспірантів Скрипки О.О. та Білокриницької С.О. професор Старостіна А.О. є керівником кафедральної фундаментальної науково-дослідної роботи на тему «Стратегії міжнародного співробітництва за умов поглиблення регіональної економічної інтеграції» (2016-2021рр.), що дозволяє регулярно публікувати результати її виконання. Проте, відповідно до наданої інформації (табл. 2, додається), аспірант Скрипка О.О., у межах зазначеної НДР кафедри, опублікував лише одні тези доповіді. В Університеті забезпечується дотримання академічної доброчесності у науковій діяльності наукових керівників та аспірантів. Загалом ОНП відповідає вимогам Критерію 10, виявлені недоліки не є суттєвими.

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.

Під час роботи з документами та інформацією, наданою гарантом ОНП, розміщеною на офіційному web-сайті Київського національного університету імені Тараса Шевченка, а також при проведенні фокус-груп зі здобувачами вищої освіти, представниками студентського самоврядування та Ради молодих вчених, науковими керівниками аспірантів, гарантом та розробниками ОНП, науково-педагогічним та адміністративним персоналом, персоналом допоміжних (сервісних) структурних підрозділів, представниками роботодавців, керівним менеджментом ЗВО одним із важливих пріоритетів було визначено перспективи розвитку ОНП «Маркетинг». В цілому, організаційна, матеріально-технічна, навчально-методична та соціальна інфраструктура відповідають вимогам забезпечення якості вищої освіти для реалізації та розвитку ОНП «Маркетинг».

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	B
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	B
Критерій 6. Людські ресурси	B
Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси	B
Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми	B
Критерій 9. Прозорість та публічність	B
Критерій 10. Навчання через дослідження	B

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Таблиця 1 Потенційні рецензенти.pdf</i>	Ac3NMOKoYrjGTui1IPUQ7sOueh1UzBm+hXtWOpIveK8=
Додаток	<i>Таблиця 2 Відповідність тем.pdf</i>	RWytdo+4RLchm98f1Qu+YXO8tgHLNN9wZZ67pC7O8f4=
Додаток	<i>Кузнецова Ю.В. Инд.план.pdf</i>	SQUlghySBV5GuvdZ1RC1/fsqDZqIi8rVFUHP6i/cqdU=
Додаток	<i>Зведена таблиця про викладачів.pdf</i>	ydk3VFAOvPjECWhggvFgbzH7r86nbTa17AzG/Gnfgc=
Додаток	<i>Скрипка О.О. Инд.план.pdf</i>	jYQ++vOOQiJhciOQ2ffli4Ur67rNLRZc37zuBGk7oOBA=
Додаток	<i>Білокриницька С.О. Инд.план.pdf</i>	2XBUWj+HBSHpudk7Qiq947l7SFov+qNqTCObkXWO+Qk=

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

Сагайдак Михайло Петрович

Члени експертної групи

Яновська Вікторія Петрівна

Ткаченко Наталія Борисівна