

Відповіді
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
на зауваження викладені у звіті експертної групи
«Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми 37122 Маркетинг, рівень вищої освіти Доктор
філософії,
спеціальність 075 Маркетинг»

Співпраця з експертною групою була змістовною й продуктивною. Ми вдячні експертам за ґрунтовні обговорення й відзначені сильні сторони ОНП Маркетинг. Окремі рекомендації слугуватимуть покращенню реалізації ОНП та її подальшому вдосконаленню у відповідності до цілей ОНП й узгоджень зі стейкхолдерами. Водночас ми маємо певні заперечення щодо окремих позицій звіту:

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
II. Резюме. Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення	– 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.	На економічному факультеті і кафедрою міжнародної економіки та маркетингу систематично і регулярно протягом останніх років проводяться зустрічі, консультації та обговорення ОНП, результатів опитування стейкхолдерів (на засіданнях кафедри, у форматі круглих столів тощо), що засвідчено у відповідних протоколах засідань кафедри і протоколах круглих столів, інформація про які розміщена на Google disk аспірантури економічного факультету у комірці 075 Маркетинг: https://drive.google.com/drive/folders/1KEsRBoRdqb0Oo_7Xpxl5tMS476vKEu9H?usp=sharing , та https://drive.google.com/drive/folders/1KEsRBoRdqb0Oo_7Xpxl5tMS476vKEu9H . Ця інформація надавалась членам ЕГ.
	– 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.	Специфіка підготовки здобувачів вищої освіти, на відміну від підготовки бакалаврів та магістрів, має суттєву науково-аналітичну складову. Практичні аспекти маркетингової діяльності викладаються за допомогою інтерактивних методів та інноваційних підходів, таких, як case study, тренінгові методики, дослідження ринків, розробка маркетингових стратегій (бізнес-консультавання) тощо. Лекції практиків бізнесу можуть носити прецедентний і несистемний характер, демонструючи якусь особливість ведення бізнесу і підкріплюватись досвідом практичних ринкових досліджень, протягом яких відбувається системна комунікація здобувачів з

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
		експертами-представниками бізнесу .
	<ul style="list-style-type: none"> - 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). 	<p>Не відповідає дійсності. Офіційний сайт Університету при україномовному запиті відкривається україномовною версією. Російськомовна версія відкривається, якщо в посиланні вказати додаткове ru, як це, невідомо чому, наведено у зауваженнях ЕГ: (http://www.univ.kiev.ua/ru/)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - На сайті Університету не розміщено інформацію про допустимий рівень унікальності тексту у залежності від типу наукової праці. 	<p>Дотримання принципів академічної доброчесності передбачає 100-відсоткову унікальність тексту (одне речення плагіату – вже є порушенням цих принципів). Всі здобувачі, викладачі, наукові керівники ознайомлені з таким підходом і дотримуються правил. На сайті КНУТШ (http://senate.univ.kiev.ua/?p=1352), економічного факультету, кафедри міжнародної економіки та маркетингу опубліковано низку документів, у т.ч. монографія Старостіної А.О., щодо вимог до унікальності текстів, академічного плагіату та запозичень тощо. Ця інформація представлена у самозвіті і висвітлювалась в процесі обговорення на фокус-групах з викладачами, здобувачами, науковими керівниками, адміністрацією та ін.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Здобувачі не поінформовані про уповноважену особу, відповідальну за запобігання корупції в Університеті. 	<p>В Університеті розроблені та поширені принципи «Етичного кодексу академічної спільноти» (http://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/ethical-code/Ethical-code-of-the-university-community.pdf), де представлена процедура запобігання корупції та порядок вирішення проблеми у разі її виявлення. Окремо інформація щодо запобігання корупції подана на сайті університету в розділі офіційна інформація http://univ.kiev.ua/ua/official/preventing-corruption Стосовно ОНП PhD 075 Маркетинг випадків корупції не виявлялось.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - На офіційному web-сайті Університету також не відображено результати виконання широкомасштабної програми інформатизації Університету з метою оптимальної та ефективної організації навчальної, наукової, управлінської діяльності. 	<p>Не зрозуміле зауваження. В університеті на високому рівні відбувається регулярне, своєчасне і оперативне інформування університетської спільноти про події і документи, необхідні учасникам ОНП, через сайти Університету, економічного факультету, кафедри міжнародної економіки та маркетингу, а також, шляхом оперативних персоналізованих розсилок інформації, як зазначає ЕГ, «з метою оптимальної та ефективної організації навчальної, наукової, управлінської діяльності». Не зрозуміло, що мається на увазі під «результатами широкомасштабної програми інформатизації». Високий рівень інформатизації в Університеті існує і розвивається вже багато років. Водночас, ЕГ в оцінці критерію 4, пункт 2 зазначає що «..всім учасникам освітнього процесу вчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв</p>

Критерії	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
		оцінювання у межах окремих освітніх компонентів, що підтверджено ЕГ під час ознайомлення з робочими програмами навчальних дисциплін та спілкування в фокус-групі здобувачів».
	– 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.	Інформація про ідентифікатори ORCID, ResearcherID, Google Scholar тощо є технічною і, за наявності детального опису значних і наукових здобутків викладачів (наявність якого визнається членами ЕГ), не є обов'язковою та критичною для здобувачів і не впливає на якість ОНП; водночас, така інформація була представлена в таблицях відповідності тем аспірантів науковим інтересам керівників та ін.
	– 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 – 37ВБ, вибірковий блок 2 – 9ВБ).	Не відповідає дійсності. На сайті економічного факультету у розділі «Аспірантура та докторантура» (http://econom.univ.kiev.ua/science/phd_and_doc/work-programs/) є пряме посилання на деталізований перелік програм загальноуніверситетських дисциплін вільного вибору (вибірковий блок 1 – 37ВБ (http://asp.univ.kiev.ua/index.php/osvitno-naukova-prohrama-pidhotovky-doktora-filosofii/181-anotatsii-dystsypliny-vilnoho-vyboru-aspiranta-dva), а також представлено всі програми дисциплін вільного вибору професійного спрямування (вибірковий блок 2 – 9ВБ) http://econom.univ.kiev.ua/science/phd_and_doc/work-programs/selective-subjects/
	– Список рекомендованих літературних джерел у робочих програмах навчальних дисциплін потребує перегляду на предмет його актуалізації та включення англійських наукових праць.	Незрозуміле зауваження. Всі програми містять англійські джерела у кількості, необхідній для освітньої діяльності з дисципліни, втім, програми, а, відповідно, і джерела інформації оперативно щорічно оновлюються і затверджуються Вченою радою факультету та проректором з наукової роботи Університету.
	– 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.	Здобувачі ОНП PhD 075 Маркетинг чітко усвідомлюють необхідність обов'язкового долучення до міжнародного освітньо-наукового простору і фактично долучені через участь у міжнародних конференціях, форумах, круглих столах, публікації у зарубіжних виданнях, зарубіжні стажування та інші заходи, які організуються в Україні міжнародними організаціями та компаніями. Наприклад, аспірантка 4 року денної форми навчання Кузнецова Ю.В. має публікації у Чехії та Латвії, виступала ко-спікером на міжнародній конференції (Латвія, 2020), брала участь у низці міжнародних освітніх проектів (напр., <i>Startup Valuation Methods</i> , Duke University, Coursera, має

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
		сертифікат). Аспірант 2 року навчання заочної форми Скрипка О.О. (навчається за кошти юридичної особи) за час перебування в аспірантурі взяв участь у 7 міжнародних фахових конференціях і семінарах за межами України. Міжнародна орієнтація наукової діяльності аспірантів, як зазначалось у звіті самооцінювання і неодноразово проголошувалось на фокус групах, органічно і нерозривно пов'язана із науковою тематикою кафедри міжнародної економіки та маркетингу.
	<ul style="list-style-type: none"> – 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). 	Аспірант Скрипка О.О. навчається по замовленню міжнародної компанії за кошти юридичної особи. Тема його дослідження була узгоджена з керівництвом компанії і в якій вона дуже зацікавлена. Такий аспірант не може вільно вибирати програми мобільності. Але компанією для дослідження міжнародних ринків мінеральних добрив країн було організовано ряд закордонних відряджень (2018 рік Індонезія, Китай, В'єтнам, Малайзія, Білорусь, в 2019 році Китай, М'янма, Бангладеш, В'єтнам, Туреччина, Білорусь, країни Бенілюкс). Практично виробничі завдання були пов'язані з науковими дослідженнями. Здобувачем була зібрана первинна і вторинна маркетингова інформація в повному обсязі для підготовки експериментальної частини дослідження. Це можна вважати унікальним досвідом. За цей період на відмінно і добре завершив теоретичне навчання і пройшов педагогічну практику. Звичайно це призвело до зниження публікаційної активності, що зазначено експертами і в атестації здобувача кафедрою. На даний момент здобувач активно надолужує це відставання.

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
<p>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 2.</p>	<p>1) 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.</p> <p>2) 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.</p> <p>3) 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».</p>	<p>1) Зауваження незрозуміле. Структура ОНП відповідає вимогам чинних документів. Рекомендації щодо майбутнього розвитку не можуть, на наш погляд, знижувати загальну оцінку якості ОНП сьогодні. Перспективи розвитку ОНП PhD 075 Маркетинг передбачають її оновлення і удосконалення, особливо, після затвердження відповідного Стандарту, якого досі ще не затверджено.</p> <p>2) Кількість ПРН на момент затвердження програм була обґрунтована.</p> <p>3) Співвідношення обсягів навчальних занять та самостійної роботи (поняття «аудиторне навантаження» в сучасній нормативній базі відсутнє) встановлено згідно визначених в Університеті нормативів. Фраза «з урахуванням ризиків зменшення аудиторного навантаження ...» не зрозуміла (тим більш що заняття за індивідуальним графіком мають значно вищий рівень ефективності), рекомендації ж щодо збільшення кількості навчальних занять є особистою точкою зору членів ЕГ, яка, з одного боку, не базується на об'єктивних даних (потребах здобувачів освіти), а з іншого – не враховує фінансових наслідків.</p> <p>Таким чином, переконливих підстав для зниження оцінки за Критерієм 2 до рівня В немає.</p>
<p>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті</p>	<p>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 англійських наукових праць.</p>	<p>Зауваження і рекомендації або незрозумілі або некоректно сформульовані. Програми (структура і сутнісне наповнення) навчальних дисциплін ОНП PhD 075 Маркетинг, зокрема, програма ОК «Студії з маркетингу», формуються визнаними фахівцями у сфері маркетингу, обговорюються на засіданнях кафедри і затверджуються після обговорення Вченою радою економічного факультету.</p> <p>1) На кафедрі міжнародної економіки та маркетингу працює на сьогодні одна</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
Критерію 4.	<p>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 проєктах в рамках міжнародної академічної мобільності.</p>	<p>з перших і найпотужніших в Україні наукових шкіл з маркетингу на чолі з її фундатором д. е. н., проф. Старостіною А.О. Заслуженим діячем науки і техніки України, Лауреатом державної премії в галузі маркетингу у складі колектив у 2011 році., ініціатором і фундатором першої в історії України Української Асоціації Маркетингу 1997 р., автором і одним з засновників ГО «Об'єднання маркетологів України» 2019 р., автором одних з перших в Україні підручників та навчальних посібників з маркетингу, промислового маркетингу, маркетингових досліджень національних і міжнародних ринків. Старостіна А.О. є ініціатором і розробником програми отримання другої вищої освіти в галузі маркетингу, і Бізнес-школи, очолювала одну з перших в Україні кафедр з маркетингу і продовжує очолювати, випустила сотні фахівців в галузі маркетингу. Вона підготувала одних з перших кандидатів економічних наук з маркетингу і продовжує їх систематично готувати (20 к.е.н. з маркетингу і міжнародного маркетингу і два доктора економічних наук з цього напрямку). Старостіна А.О. пройшла десятки стажувань і програм в Канаді, США, Великобританії, Болгарії, Швеції, Південній Кореї, НРК, Німеччині, Словачині, Італії, Угорщині тощо. Вона є розробником авторської концепції маркетингу і методик аналізу сучасного бізнес- середовища, маркетингових досліджень, вперше в Україні розробила методіку дослідження міжнародних ринків і так далі. В своїй концепції використовує лише власно сконструйований понятійно- категоріальний апарат, чому вчить і майбутніх докторів філософії і що є ключовою компетентністю даної ОП. Авторський курс проф. Старостіної «Студії з маркетингу» розрахований на здобувачів, які є не лише випускниками даної кафедри а і інших ЗВО, тому вимагає глибокого розуміння предметної області (суті і змісту теорії і практики маркетингу) в сучасну, новітньому розумінні. Так, як зміст маркетингу розкривається через специфіку здійснення його етапів, то і всі її авторські методологічні і методичні підходи розкриваються через його аналіз. Це і є розкриття змісту! На жаль, не всі правильно розуміють предметну область маркетингу (досі зводять її до збуту, реклами, брендингу); розуміння сучасної концепції маркетингу має методологічною базою глибоке розуміння його змісту, тобто етапів. Що стосується до трактування внутрішнього маркетингу, то це одна з найбільш актуальних проблем маркетингу. Він включає такі актуальні проблеми, як стратегічне управління, бізнес планування, побудову адекватних організаційних структур управління і що</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
		<p>особливо актуально маркетинг персоналу, маркетинговий консалтинг і аудит. Тому це актуальне джерело майбутніх наукових проблем дослідження не лише підготовки докторів філософії, а і докторів економічних наук з маркетингу. На жаль, проф. Старостіна А.О. не була запрошена на фокус-групу з викладачами, які викладають на даній ОНП із-за «конфлікту інтересів». Які можуть бути «конфлікти інтересів» в даному випадку? За цією логікою жоден професор, який є керівником аспірантів не може взагалі брати участь у викладанні на будь-яких ОНП. Взагалі, такі речі і категоричні оцінки змістовних аспектів викладання авторських курсів, можуть бути предметом дискусій науково-методологічних семінарів, симпозіумів, конференцій, а не критерієм оцінки програм. Тим більше, що деякі члени експертної групи є відомими фахівцями в галузі економіки транспорту, державних закупівель тощо, що лежить поза сферою предметної області маркетингу.</p> <p>2) В переліку літератури з дисципліни «Студії з маркетингу», який є авторським курсом проф. Старостіної А.О. включені видання в яких, всебічно розкривається її авторські підходи та методики, і це є закономірним. В список літератури включені всесвітньо відомі роботи видатних іноземних фахівців з маркетингу (Ф. Котлера, Д. Крвенса, М.Б. Вуда, П. Джестера і Д. Хассі, А.Томсона і А.Стрикленда, Шоу Роберта, Меррика Девида, С.Миннета, Т. Харві), в яких висвітлені методологічні, теоретичні, методичні проблеми маркетингу і які є фундаментальною основою підготовки маркетологів в ведучих університетах світу. Курс маркетингу і повинен орієнтуватись на складні теоретичні і методологічні положення сучасної світової фундаментальної теорії маркетингу. Необхідно зазначити, що Старостіна А.О. впродовж десятків років є науковим редактором перекладу більшості цих видань і багатьох інших видань, що виходять у видавництві “Prentice Hall”, що до речі є колосальною науковою роботою. Вони є на кафедрі і в англomовному варіанті і широка використовуються при вивченні ділової англійської мови. Ці роботи і перекладалися для того, щоб полегшити сприйняття світових досягнень і сформуванню українську теорію маркетингу і науковий категоріальний апарат. А не викривлювалися деяким сучасним фахівцями, які паплюжать українську мову і «таргетують», а не відбирають цільові ринки, «медіа бають», і т.п. ОНП PhD 075 Маркетинг не є англomовною. І не має завданням покращення мовної практики, що є виправданим для інших рівнів навчання. Всі слухачі, які навчаються на ОНП</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
		<p>володіють мовою на рівні B2,C1, а аспірант Скрипка О.О. володіє на цьому рівні чотирма мовами. Крім цього, як мали помітити шановні експерти, поки що на програмі навчається три аспіранти і, тому, кожному з них курс викладався індивідуально з урахуванням їх індивідуальних наукових проблем і освітньої траєкторії. Тому найсучасніша англомовна література підбиралася як керівником курсу, так і аспірантами індивідуально, що можна перевірити в списках їх літературних джерел. Це одне з ключових завдань. А включати це в загальний список літератури для всіх з різними темами є недоцільним. Щоб сформулювати свою авторську категорію всі мусять знати всі статті опубліковані за цією темою в зарубіжній і вітчизняній літературі в тому числі за останні п'ять років. Ми не вважаємо що знання англійської мови є необхідною і достатньою ознакою інноваційності. Знання мови і зарубіжної літератури для наших аспірантів є аксіоматичним завданням. Всі вони на завершені мають свої англомовні статті.</p> <p>3) Протягом десяти років аспіранти кафедри, а зараз – здобувачі ступеню доктор філософії, виконуючи наукові дослідження, базують свої висновки і обґрунтовують наукові гіпотези збором первинної маркетингової інформації в ході проведення маркетингових досліджень національних і міжнародних ринків, які ефективно обробляються програмами SPSS. В жодній країні світу вони не визнані, як застарілі! До речі проф. Старостіна А.О. є визнаним фахівцем в галузі маркетингових досліджень. Вона має свої авторські методики в цій сфері, була науковим редактором 3 та 4-го російськомовних видань відомого підручника американського дослідника Н.К. Малхотри. Ця робота використовується в якості базового підручника в більш ніж 140 університетах США і більшості провідних університетів світу. В ній використовуються ці програми. Ми вважаємо, що взагалі збір первинної маркетингової інформації в ході вибіркового спостережень, як обов'язковий елемент дисертацій визначальною рисою і перевагою даної програми і її ключовою компетенцією. Інші програми також використовуються аспірантами в залежності від потреби.</p> <p>4) Перш за все, ким і на яких практиках (програма підготовки докторів філософії в Україні у всіх університетах добігає четвертого року) було доведено, що здобувачі, які були на програмах мобільності раніше і більш якісно підготували свої дисертації? Може для здобувачів в галузі біології,</p>

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
		<p>інженерних наук тощо це і є винятково доцільним в світлі використання новітнього обладнання технологій тощо. Що стосується досліджень в галузі маркетингу в це може мати місце в плані участі в освітній частині ОП, що було більш актуально в минулому, коли був обмежений доступ до наукової світової літератури. Зараз подібних обмежень немає. Тому іноді це лише відволікає на зосереджені на темі, призводить до недоцільної втрати часу і тісної системної роботи з керівниками. Тому в кожному випадку це має вирішуватись виважено.</p> <p>По-друге, на програмі здобувачі навчаються як на денній, так і на заочній формах і підхід може бути різний. Так, на ПО з маркетингу навчається один студент заочної форми по замовленню міжнародної компанії за кошти юридичної особи. Тема його дослідження була узгоджена з керівництвом компанії і в якій вона дуже зацікавлена. Такий аспірант не може вільно вибирати програми мобільності. Але компанією для дослідження міжнародних ринків мінеральних добрив країн було організовано ряд закордонних відряджень (2018 рік Індонезія, Китай, В'єтнам, Малайзія, Білорусь, в 2019 році Китай, М'янма, Бангладеш, В'єтнам, Туреччина, Білорусь, країни Бенілюкс). Практично виробничі завдання були пов'язані з науковими дослідженнями. Здобувачем була зібрана первинна і вторинна маркетингова інформація в повному обсязі для підготовки експериментальної частини дослідження. Це можна вважати унікальним досвідом. За цей період на відмінно і добре завершив теоретичне навчання і пройшов педагогічну практику. Звичайно це призвело до зниження публікаційної активності, що зазначено експертами і до речі в атестації здобувача кафедрою. На даний момент здобувач активно надолужує це відставання.</p> <p>Таким чином, підстав для зниження оцінки за Критерієм 4 до рівня В немає, а враховуючи її явно виражену інноваційність пропонуємо змінити оцінку за цим критерієм на рівень А.</p>
<p><i>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо</i></p>	<p>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 недоброчесності, у подальшому також культивувати відкрите та усвідомлене</p>	<p>Некоректне зауваження. В Університеті, як детально описано у звіті самооцінювання і продемонстровано в процесі обговорення на фокус-групах, приділяється багато уваги створенню атмосфери академічної доброчесності, яку не можна виміряти у відсотках.</p> <p>1) Дотримання принципів академічної доброчесності передбачає 100-</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
<p><i>удосконалення у контексті Критерію 5.</i></p>	<p>ставлення усіх учасників освітнього процесу до проблем академічної доброчесності; 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.</p>	<p>відсоткову унікальність тексту (одне речення плагіату – вже є порушенням цих принципів). Всі здобувачі, викладачі, наукові керівники ознайомлені з таким підходом і дотримуються правил. На сайті КНУТШ (http://senate.univ.kiev.ua/?p=1352), економічного факультету, кафедри міжнародної економіки та маркетингу опубліковано низку документів, у т.ч. монографія Старостіної А.О., щодо вимог до унікальності текстів, академічного плагіату та запозичень тощо. Роботи перевіряються на текстові запозичення.</p> <p>Ця інформація представлена у звіті самооцінювання і висвітлювалась в процесі обговорення на фокус-групах з викладачами, здобувачами, науковими керівниками, адміністрацією та ін. Розміщення інформації щодо кількості допустимих запозичень вважаємо кроком хибним і шкідливим – такої запозичення неприпустимі як явище.</p> <p>Таким чином, підстав для зниження оцінки за Критерієм 5 до рівня В немає, і пропонуємо змінити оцінку за цим критерієм на рівень А.</p>
<p><i>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 6.</i></p>	<p>1) 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.</p> <p>2) 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.</p>	<p>1) Некоректне зауваження. На економічному факультеті і кафедрою міжнародної економіки та маркетингу систематично протягом останніх років проводяться зустрічі з роботодавцями, консультації та обговорення ОНП, результатів опитування стейкхолдерів (на засіданнях кафедри, у форматі круглих столів тощо), що засвідчено у відповідних протоколах засідань кафедри і протоколах круглих столів, інформація про які розміщена на Google disk аспірантури економічного факультету у комірці 075 Маркетинг: https://drive.google.com/drive/folders/1KEsRBoRdqB0Oo_7XpxI5tMS476vKEu9H?usp=sharing, та https://drive.google.com/drive/folders/1KEsRBoRdqB0Oo_7XpxI5tMS476vKEu9H. Ця інформація надавалась членам ЕГ.</p> <p>Формалізувати і бюрократизувати зустрічі з представниками вважаємо недоцільним і неможливим через чисельні форс-мажорні перешкоди, починаючи від зайнятості представників бізнесу і закінчуючи обмеженнями спілкування, викликаними COVID-19.</p> <p>2) Недостовірна інформація. Окрім д.е.н., доцента Длігача А.О. та к.е.н. Дьоміної О.М. до обговорення ОНП і проблем розвитку маркетингу як науки</p>

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
		<p>і практики у різні періоди залучались Маркін Василь Олексійович, Директор ТОВ "МАРКІН МЕДІА ГРУП", Суворов Олексійсергійович, Директор ТОВ "САЙРЕКС", Колесников Дмитро Валентинович, Заступник директора ТОВ «СанагроУкраїна» та ін., які взяли участь у роботі фокус-групи в ході візиту ЕГ, а також, представники інших ЗВО, які багато років виступають роботодавцями для аспірантів – випускників кафедри міжнародної економіки та маркетингу.</p> <p>В цілому, зустрічі з роботодавцями – практиками бізнесу плануються в рамках планів проведення засідань кафедри міжнародної економіки та маркетингу, а також плану проведення конференцій, круглих столі та ін. економічного факультету, і ця інформація оприлюднюється на сайті факультету.</p> <p>Категорично не згодні з оцінкою людських ресурсів, які забезпечують ОНП PhD 075 Маркетинг. На сьогодні на програмі склався унікальний колектив викладачів – переважно докторів та кандидатів наук, які мають базову освіту і значні здобутки та досвід наукової, педагогічної та організаційної роботи, розробили авторські підручники та методики викладання. Укладачі програм, зокрема, наукові керівники аспірантів проф. Старостіна А.О. та проф. Канищенко О.Л., протягом багатьох років займалися розбудовою теорії і практики маркетингу в Україні, були Головою та секретарем Спеціалізованої вченої ради зі спеціальності 08.00.04, на засіданнях якої фахівцями з усієї України обговорювались методологічні аспекти розвитку маркетингу та проблеми практичної імплементації результатів наукових досліджень, досліджувався а акумулювався досвід багатьох провідних ЗВО та академічних наукових інститутів України, виступали опонентами на захистах кандидатських та докторських дисертацій з маркетингу, як члени МНК МОН України розробляли Стандарти вищої освіти рівня бакалавр, магістр та доктор філософії тощо. На кафедрі міжнародної економіки та маркетингу склався потужний колектив професіоналів у сфері маркетингу, які захистили в КНУТШ свої кандидатські та докторські дисертації, мають практичний досвід маркетингової діяльності, проходили довготривалі стажування за кордоном, вільно володіють англійською та іншими мовами, відзначаються високим рівнем публікаційної активності тощо (доктор економічних наук, доцент Длигач А.О., кандидати економічних наук, доценти Кочкіна Н.Ю.,</p>

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
		<p>Пашук Л.В., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.М., Данілова Н.В.).</p> <p>Таким чином, підстав для зниження оцінки за Критерієм 6 до рівня В немає, і, враховуючи унікальний кадровий склад викладачів які забезпечують програму, пропонуємо змінити оцінку за цим критерієм на рівень А.</p>
<p>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 7.</p>	<p>Робочі програми з вибірових дисциплін не представлені на сайті у повному обсязі (зі 46-ти вибірових 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 вибірових 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.</p>	<p>Не відповідає дійсності. 1) На сайті економічного факультету у розділі «Аспірантура та докторантура» (http://econom.univ.kiev.ua/science/phd_and_doc/work-programs/) є пряме посилання на деталізований перелік програм загальноуніверситетських дисципліни вільного вибору (вибірковий блок 1 – 37ВБ (http://asp.univ.kiev.ua/index.php/osvitno-naukova-prohrama-pidhotovky-doktora-filosofii/181-anotatsii-dystsypliny-vilnoho-vyboru-aspiranta-dva), а також представлено всі програми дисциплін вільного вибору професійного спрямування (вибірковий блок 2 – 9ВБ) http://econom.univ.kiev.ua/science/phd_and_doc/work-programs/selective-subjects/</p> <p>2) В Університеті розроблені та поширені принципи «Етичного кодексу академічної спільноти» (http://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/ethical-code/Ethical-code-of-the-university-community.pdf), де представлена процедура запобігання корупції та порядок вирішення проблеми у разі її виявлення. Детальна інформація щодо Антикорупційної програми Київського національного університету імені Тараса Шевченка а також порядку звернень із повідомленням про корупційні дії висвітлена на сторінці офіційна інформація: http://univ.kiev.ua/ua/official/preventing-corruption</p> <p>У висновку ЕГ зазначено, що на ОНП PhD 075 Маркетинг випадків корупції не виявлялось.</p> <p>3) Опитування проводились на рівні Університету, економічного факультету, кафедри міжнародної економіки (результати оприлюднені на сайтах http://econom.univ.kiev.ua/science/phd_and_doc/poll/). Щодо задоволеності послугами університетської клініки безпосередньо аспірантами ОНП PhD 075 Маркетинг, то таке опитування безпредметне, оскільки ніхто з них послугами цієї поліклініки не користується – згідно правил запроваджених згідно медичної реформи, громадяни України звертаються до своїх сімейних</p>

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
		<p>лікарів (як правило, за місцем проживання). Жоден з трьох аспірантів ОНП у гуртожитку не проживає і не має сімейного лікаря в університетській клініці.</p> <p>Таким чином, підстав для зниження оцінки за Критерієм 7 до рівня В немає, і пропонуємо змінити оцінку за цим критерієм на рівень А.</p>
<p>Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 8.</p>	<p>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.</p>	<p>Не відповідає дійсності. Неможливо погодитись із визначенням експертів що слабкою стороною програми «відсутність механізму відкритого і широкого обговорення ОНП усіма зацікавленими особами (стейкхолдерами), у т.ч. випускниками, які є членами «Асоціації випускників та друзів економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка»». У звіті самооцінювання надано детальну інформацію, яку підтверджено і доведено в процесі фокус-груп, а також схвалено ЕГ.</p> <p>1) На економічному факультеті і кафедрою міжнародної економіки та маркетингу систематично і регулярно протягом останніх років проводяться зустрічі, консультації та обговорення ОНП, результатів опитування стейкхолдерів (на засіданнях кафедри, у форматі круглих столів тощо), що засвідчено у відповідних протоколах засідань кафедри і протоколах круглих столів, інформація про які розміщена на Google disk аспірантури економічного факультету у комірці 075 Маркетинг: https://drive.google.com/drive/folders/1KEsRBoRdqB0Oo_7Xpxl5tMS476vKEu9H?usp=sharing , та https://drive.google.com/drive/folders/1KEsRBoRdqB0Oo_7Xpxl5tMS476vKEu9H. Ця інформація надавалась членам ЕГ.</p> <p>2) На економічному факультеті функціонує клуб випускників, деталізований облік яких відбувається за напрямками підготовки. Першого випуску докторів філософії ще не було, але всі випускники аспірантури спеціальності 08.00.04, які навчались на кафедрі міжнародної економіки та маркетингу, залишились працювати викладачами на кафедрі (д.е.н., доцент Длігач А.О., к.е.н., доц. Журило В.В., к.е.н., доц. Пашук Л.В. та ін.).</p> <p>Наведене зауваження не дає підстав для зниження оцінки за Критерієм 8 до рівня В, і ми пропонуємо змінити оцінку за цим критерієм на рівень А.</p>
<p>Слабкі</p>	<p>1) При переході на офіційний web-сайт Університету</p>	<p>1) Не відповідає дійсності. Офіційний сайт Університету при</p>

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
<p>Критерій 9. <i>сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 9.</i></p>	<p>(http://www.univ.kiev.ua/ru/) відкривається російськомовна його версія (зокрема через пошукові системи Opera та Google Chrome).</p> <p>2) У переліку дисциплін вільного вибору ОНП на web-сторінці економічного факультету у розділі «Аспірантура та докторантура» (https://cutt.ly/9pTcyтC) представлено 13 із 46 загальної їх кількості (вибірковий блок 1 – 37ВБ, вибірковий блок 2 – 9ВБ).</p> <p>3) На офіційному web-сайті Університету не відображено результати виконання широкомасштабної програми інформатизації Університету з метою оптимальної та ефективної організації навчальної, наукової, управлінської діяльності.</p> <p>4) 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.</p>	<p>україномовному запиті відкривається україномовною версією. Російськомовна версія відкривається, якщо в посиланні вказати додаткове ru, як це, судячи із тексту звіту ЕГ (http://www.univ.kiev.ua/ru/) і зробила (невідомо чому) експертна група</p> <p>2) На сайті економічного факультету у розділі «Аспірантура та докторантура» (http://econom.univ.kiev.ua/science/phd_and_doc/work-programs/) є пряме посилання на деталізований перелік програм загальноуніверситетських дисципліни вільного вибору (вибірковий блок 1 – 37ВБ (http://asp.univ.kiev.ua/index.php/os_vitno-naukova-prohrama-pidhotovky-doktora-filosofii/181-anotatsii-dystsypliny-vilnoho-vyboru-aspiranta-dva), а також представлено всі програми дисциплін вільного вибору професійного спрямування (вибірковий блок 2 – 9ВБ) http://econom.univ.kiev.ua/science/phd_and_doc/work-programs/selective-subjects/</p> <p>3) Незрозуміло навіщо на сайті мають розміщуватись «результати виконання широкомасштабної програми інформатизації Університету» і який це має стосунок до оцінки рівня прозорості освітньої діяльності загалом і за даною освітньою програмою зокрема.</p> <p>4) Інформація про ідентифікатори ORCID, ResearcherID, Google Scholar тощо є технічною і, за наявності детального опису значних і наукових здобутків викладачів (наявність якого визнається членами ЕГ), не є обов’язковою та критичною для здобувачів і не впливає на якість ОНП; водночас, така інформація була представлена в таблицях відповідності тем аспірантів науковим інтересам керівників та ін.</p> <p>Наведене зауваження не дає підстав для зниження оцінки за Критерієм 9 до рівня В, і ми пропонуємо змінити оцінку за цим критерієм на рівень А.</p>
<p>Слабкі сторони, недоліки та</p>	<p>1) 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</p>	<p>Не погоджуємось із зауваженнями:</p> <p>1) Висновок ЕГ «здобувачі ... не усвідомлюють... » не базується на</p>

Критерій	Звіт Експертної групи	Коментар Університету
<p>рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 10</p>	<p>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).</p> <p>2) 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.</p> <p>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 проектних пропозицій в міжнародних та</p>	<p>об'єктивній інформації. Здобувачі освіти за ОНП PhD 075 Маркетинг чітко усвідомлюють необхідність обов'язкового долучення до міжнародного освітньо-наукового простору через участь у міжнародних конференціях, форумах, круглих столах, публікації у зарубіжних виданнях. Зокрема:</p> <p>- аспірантка 4 року денної форми навчання Кузнецова Ю.В. має публікації у Чехії та Латвії, виступала ко-спікером на міжнародній конференції (Латвія, 2020), брала участь у низці міжнародних освітніх проектів (напр., <i>Startup Valuation Methods</i>, Duke University, Coursera, має сертифікат; <i>Venture School Accelerator Sector</i>, де спікерами та модераторами комунікації виступали член Європейської та фінської мереж бізнес-ангелів Х. Раутайокі (Фінляндія), партнер Capital A Partners А. Нордваль (Швеція), партнер Opencircle Capital в Литві і Science Ventures Denmark в Данії Й. Дамсгаарда (Данія, Литва), засновник інвестиційної компанії Aboa Advest Т. кетони, партнер Micro Venture Capital Fund в 500 Startups М. Ляо (США);</p> <p>- аспірант 2 року навчання заочної форми Скрипка О.О. (навчається за кошти юридичної особи) за час перебування в аспірантурі взяв участь у 7 міжнародних фахових конференціях і семінарах за межами України (Сінгапур, Китай, Канада, В'єтнам, Білорусь, Австралія, Індонезія), вільно володіє 4 мовами.</p> <p>2) Щодо «низької публікаційної активності» аспіранта О.О.Скрипки можемо повідомити наступне: він навчається по замовленню міжнародної компанії за кошти юридичної особи. Тема його дослідження була узгоджена з керівництвом компанії і в якій вона дуже зацікавлена. Такий аспірант не може вільно вибирати програми мобільності. Але компанією для дослідження міжнародних ринків мінеральних добрив країн було організовано ряд закордонних відряджень (2018 рік Індонезія, Китай, В'єтнам, Малайзія, Білорусь, в 2019 році Китай, М'янма, Бангладеш, В'єтнам, Туреччина, Білорусь, країни Бенілюкс). Практично виробничі завдання були пов'язані з науковими дослідженнями. Протягом цього періоду здобувачем була зібрана первинна і вторинна маркетингова інформація в повному обсязі для підготовки експериментальної частини дослідження. Це можна вважати унікальним досвідом. За цей період на відмінно і добре завершив теоретичне</p>

<i>Критерій</i>	<i>Звіт Експертної групи</i>	<i>Коментар Університету</i>
	<p>європейських грантових програмах; б) 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 (голову ради, одного з рецензентів, що є штатними працівниками).</p>	<p>навчання і пройшов педагогічну практику. Звичайно це призвело до зниження публікаційної активності, що зазначено експертами і в атестації здобувача кафедрою. На даний момент здобувач активно надолужує це відставання. Здобувач Білокриницька С ще не закінчила перший курс навчання (фактично перебувала в аспірантурі 5 місяців). На відмінно завершила теоретичне навчання, здійснила збір первинної маркетингової інформації в рамках стажування в ГО «Об'єднання маркетологів України», підготувала статтю англійською мовою в видання, що входить до міжнародних наукометричних баз і знаходиться на етапі виправлення зауважень. На рецензуванні у керівника два параграфи першого розділу. А взагалі для оцінювання рівня і якості виконання завдань здобувачів є відрегульована система до якої у експертів зауважень немає.</p> <p>Щодо рекомендацій ЕГ, то більшість із них носить загальний, декларативний, характер. З їх приводу зауважимо лише що:</p> <ul style="list-style-type: none"> - міжнародна орієнтація наукової діяльності аспірантів, як зазначалось у самозвіті і неодноразово проголошувалось на фокус групах, органічно пов'язана із науковою тематикою кафедри міжнародної економіки та маркетингу; - рекомендація «запропонувати компенсаційні курси, наукові семінари, спецкурси або факультативи тощо, що дозволять досягти задекларованих ПРН» є дивною оскільки програмні результати навчання досягаються обов'язковими компонентами програми і не залежать від обраної здобувачем траєкторії; - рекомендація «переглянути склад потенційних голів та наукових рецензентів для створення в Університеті разових спеціалізованих вчених рад» є дивною. А рекомендація щодо обов'язкового включення не менш як двох вчених зі ступенем доктора наук є нічим не обґрунтованою і сама по собі не забезпечує якості. <p>Таким чином, наведені зауваження та рекомендації не дають підстав для зниження оцінки за Критерієм 10 до рівня В, і ми пропонуємо змінити оцінку за цим критерієм на рівень А.</p>

