

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Хмельницький національний університет
Освітня програма	5931 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Хмельницький національний університет
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	5931
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Макаренко Наталія Олексіївна, Сіменик Євгеній Станіславович, Зайцева Олена Іванівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	25.10.2023 р. – 27.10.2023 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://khmnu.edu.ua/wp-content/uploads/vs-m-075-mr-23-24.pdf>
Програма візиту експертної групи <https://khmnu.edu.ua/wp-content/uploads/pv-m-075-mr-23-24.pdf>

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

Експертна група відзначає, що в ХНУ панує атмосфера співколегіальності, де всі члени академічної спільноти співпрацюють як єдина команда однодумців. Констатуємо системність роботи, яка полягає у кооперації учасників академічного процесу із зовнішніми стейкхолдерами, випускниками, українськими та іноземними партнерами, що забезпечує якісну реалізацію освітнього процесу за ОП Маркетинг. Кафедра маркетингу має наукове середовище з високим рівнем публікаційної активності та відповідності дисциплінам, які викладаються. Інфраструктура університету забезпечує повноцінну академічну, практичну та наукову діяльність, яка приносить позитивні результати і здобутки (з госпдоговірні теми, співпраця із роботодавцями, іноземними партнерами тощо). Створено безпечні та інклюзивні умови для впровадження освітньої діяльності (8 укріплень загальною місткістю 4000 особи, пандуси, лабораторія інклюзивної педагогіки, лабораторія з ерготерапії тощо). Враховані рекомендації попередніх акредитацій (придбано та впроваджено ліцензійне програмне забезпечення М.Е.Дос, ПРРО Cashalot; доопрацьовано методичне забезпечення шляхом розробки посібників, підручників, методичних рекомендацій; розширена співпраця з іноземними партнерами, як-от: Academy of Silesia, Університет торгівлі і послуг в Познані, AKG Global Support Serviced. Створюється проєкт Центру ветеранського розвитку і соціальної адаптації. В межах реалізації ОП відбувається комерціалізація наукових досліджень і залучення до них здобувачів ВО.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

ОП Маркетинг реалізується відповідно до місії і стратегії розвитку ХНУ в напрямку соціально-відповідальної і патріотичної позиції, через спільний з Міністерством ветеранів України пілотний проєкт зі створення Центру ветеранського розвитку і соціальної адаптації. Групою забезпечення ОП Маркетинг в контексті проєкту розроблено 3 сертифікатні програми для ветеранів війни, членів їх сімей та членів сімей загиблих військовослужбовців (Маркетинг, Цифровий маркетинг, Бізнес у соціальних мережах). В межах реалізації ОП відбувається комерціалізація наукових досліджень і залучення до них здобувачів ВО. На базі Центру маркетингових ініціатив на замовлення роботодавців викладачами групи забезпечення ОП разом зі здобувачами виконуються госпдоговірні науково-дослідні роботи, проводяться маркетингові дослідження, розробляються стратегії розвитку регіональних підприємств.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

ЕГ рекомендує: сприяти залученню здобувачів ВО до участі в програмах академічної мобільності шляхом посилення інформування під час проведення занять, розсилкою інформаційних повідомлень, на зборах студентського наукового гуртка тощо. Для забезпечення прозорості та публічності доцільно опублікувати необхідні положення на відповідних вкладках офіційного веб-сайту ЗВО, які на момент акредитації не були оприлюднені (Положення про первинну профспілкову організацію, Положення про органи громадського самоврядування (загальні збори трудового колективу – вищий орган громадського самоврядування тощо). Задекларована в ОП обов'язкова умова надання здобувачам ВО знань та навичок роботи із сучасними діджитал інструментами в сфері маркетингу потребує додавання до переліку програмних компетенцій і результатів навчання відповідних ФК і ПРН (наприклад: ФК Здатність застосовувати цифрові маркетингові інструменти для просування та продажу товарів/послуг цільовим інтернет-аудиторіям). З метою підвищення якості практичної підготовки здобувачів ОП Маркетинг ЕГ рекомендує зазначити в програмі виробничої практики правила та вимоги щодо її проходження в умовах воєнного стану. ЕГ рекомендує: посилити стимулювання НПП щодо підвищення рівня володіння іноземною мовою, що сприятиме розвитку професійних компетенцій викладачів в контексті викладання фахових освітніх компонентів ОП іноземною мовою, підвищення якості і посилення престижності підготовки здобувачів, а також надасть можливість залучити до навчання іноземних здобувачів. Вказані рекомендації сприятимуть покращенню якості реалізації цілей та програмних результатів навчання ОП Маркетинг. Рекомендовано розглянути при перегляді і оновлені ОП і врахувати в проєкті ОП 2024 року.

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.

ОП Маркетинг розроблено відповідно до Стандарту ВО України другого (магістерського) рівня, галузі знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг (Наказ МОН №960 від 10.07.2019 р.), затверджено Вченою радою Хмельницького національного університету (Протокол №11 від 30.03.2023 р.) і введено в дію наказом ректора №24 від 05.07.2023 р. Програма є актуалізованим і вдосконаленим варіантом попередніх освітніх програм в контексті осучаснення змісту існуючих і внесення нових освітніх компонент, таких як: Менеджмент он-лайн продаж та HR-маркетинг. ОП має чітко сформульовані цілі і мету, що полягає у формуванні особистості фахівця, який володіє системними знаннями, фаховими компетентностями, інноваційним, креативним мисленням та здатен розв'язувати складні нестандартні задачі і проблеми в сфері маркетингу у процесі навчання та/або в професійній діяльності, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. У відомостях про СО наголошено, що обов'язковою умовою у підготовці конкурентоспроможних фахівців за даною ОП є надання знань та навичок роботи із сучасними діджитал інструментами в сфері маркетингу. Аналіз місії і стратегії розвитку ХНУ, які оприлюднено на сайті (<https://khmnu.edu.ua/wp-content/uploads/normatyvni-dokumenty/ustanovchi/strategiya-rozvytku-khnu-na-2021-2025.pdf>), дозволив ЕГ зробити висновок про те, що цілі ОП Маркетинг в цілому узгоджені із загально університетськими і зосереджені на створенні нової моделі сучасного університету, що гармонійно поєднує традиції і новації в освіті, науці та підприємницькій діяльності на засадах міждисциплінарності і трансферу технологій, свідомого вибору альтернатив, прозорості, академічної свободи і доброчесності, системного професійного розвитку, сприятливого середовища взаємоповаги, довіри всіх учасників освітнього процесу та патріотизму. Суспільна і відповідальна місія закладу ВО підтверджується тим, що ХНУ уклав договір про співпрацю з Міністерством ветеранів України щодо пілотного проекту зі створення Центру ветеранського розвитку і соціальної адаптації. В межах проекту групою забезпечення ОП Маркетинг розроблено 3 проекти сертифікатних програм для ветеранів війни, членів їх сімей та членів сімей загиблих військовослужбовців: Маркетинг на 500 годин, Цифровий маркетинг на 120 год і Бізнес у соціальних мережах на 30 год.

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

Цілі та ПРН ОП сформовані на основі громадського обговорення та врахування інтересів усіх стейкхолдерів. Проекти ОП розміщуються на офіційному сайті ХНУ (<https://bit.ly/3P4GSRm>) і сайті кафедри (<https://bit.ly/3QMpphH>, <https://bit.ly/47HKPCA>) для. Пропозиції роботодавців щодо змістовного наповнення ОП враховано під час публічного обговорення, на засіданнях кафедри і круглих столів (<https://bit.ly/3QMpphH>), шляхом опитування (<https://bit.ly/3slWsPC>). Роботодавці надають потужну підтримку в реалізації ОП: у місцях практики, працевлаштуванні випускників, рецензуванні ВКР, ведуть гостьові лекції і практичні заняття, замовляють маркетингові дослідження. На замовлення роботодавців викладачами групи забезпечення ОП разом зі здобувачами виконано госпдоговірні науково-дослідні роботи: «Формування механізмів маркетингового управління дистрибутивною політикою підприємства», 0117U005269, 2018-2019 рр., замовник ТОВ-підприємство «АВІС»; «Маркетингова стратегія формування міжфірмових зв'язків підприємства, 0121U111778, 2021-2022 рр., замовник ТОВ «Металсервіс»; «Формування стратегії просування підприємства в інтернет-мережі на засадах SMM-маркетингу», 0122U201589, 2022-2023 рр., замовник ТОВ «ХІЛАРІ КОСМЕТИКС» (<https://mr.khmnu.edu.ua/gospdogovirni-naukovi-temy/>). До обговорення проекту ОП 2023 р. долучалися генеральний директор ТОВ «Престиж-Авто», директор фірмового магазину ТОВ «ЛІТМА», директор ТОВ «Дрім Світ», президент Хмельницької торговопромислової палати, які запропонували перенесення ОК Стратегічний маркетинг з 1 в 2 семестр і додавання 1 кредиту для написання курсової роботи з метою практичної підготовки до ВКР. Моніторинг задоволеності здобувачів якістю освітніх послуг, змістом навчальних дисциплін та їх презентацією у MOODLE визначається в процесі опитування (<https://bit.ly/48DkYfJ>). Здобувачі ВО і випускники під час обговорення надають власні рекомендації щодо оновлення ОП, а також підтримують пропозиції НПП і роботодавців. Таким чином до обов'язкової частини структури ОП було введено ОК 02 Іноземна мова за професійним спрямуванням (протокол № 11 від 27.06.2020 р.), запроваджено використання Google-сервісів (протокол № 8 від 18.02.2022 р.), за ОК Менеджмент он-лайн продаж збільшено кількість практичних робіт (протокол № 8 від 09.03.2023 р.). Представники академічної спільноти є постійними учасниками процесу оновлення ОП. Враховано пропозицію д.е.н., проф. кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету О. Кузьмака щодо впровадження ОК Інноваційний маркетинг, враховано пропозицію В. Нянька, проректора Хмельницького університету економіки і підприємництва щодо перерозподілу кредитів на переддипломну практику та написання кваліфікаційної роботи, що надало змогу забезпечити збалансованість та узгодженість етапів освітнього процесу. Врахування позицій і потреб стейкхолдерів було підтверджено на зустрічах 2,4,6,7, тому ЕГ мала змогу пересвідчитися, що залучення стейкхолдерів мало справжній, а не формальний характер.

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.

Контекст, у якому існує ОП, її цілі та ПРН відображають тенденції розвитку спеціальності та дозволяють випускникам програми бути конкурентоспроможними на регіональному та державному ринках праці. ОП та ОК вдосконалюються на основі пропозицій представників ринку праці і з урахуванням світових трендів цифровізації економіки. В розрізі цього до викладання ОК Менеджмент он-лайн продаж запрошено фахівця-практика О. Голубовську (PPC-Specialist OM OMD GROUP), також актуалізовані окремі теми ОК: Стратегічний маркетинг, Іноваційний маркетинг (<https://bit.ly/3REbx9A>). При формуванні цілей та ПРН ОП Маркетинг враховано галузевий та регіональний

контекст, зокрема, Стратегія розвитку м. Хмельницький до 2025 р. (<https://bit.ly/3qJbRsz>). Робочою групою здійснюється системний моніторинг ринку праці щодо попиту на фахівців з маркетингу і наявності відповідних вакансій, відстежується зайнятість випускників, їх працевлаштування за спеціальністю, відповідність вимогам роботодавців. Випускники працюють на с/г та промислових підприємствах, що домінують в регіоні, укладені договори про співпрацю і працевлаштування магістрів з ПрАТ «ОБОЛОНЬ «Солодовий завод», ТОВ «ЛІТМА» і проходження практики з СТОВ «Аграрник», ТОВ «Дрім Світ», ТОВ «Гамма Техніка» та іншими підприємствами (<https://bit.ly/3HLKxPQ>). Викладачі групи забезпечення ОП є членами Української асоціації маркетингу, громадської організації Міжнародна фундація науковців та освітян, в межах якої І. Закрижевська, В. Карпенко пройшли міжнародне стажування «Управління науковими та освітніми проектами: міжнародний досвід». При формуванні ОП враховано досвід аналогічних закладів науки і освіти: а) вітчизняних – НТУ «Дніпровська політехніка» (<https://bit.ly/3QMaowv>), Сумського національного аграрного університету (<https://bit.ly/3E1AqEr>), НУ «Львівська політехніка» (<https://bit.ly/44kmIah>), НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://bit.ly/3sj7S6A>), Луцького національного технічного університету (<https://bit.ly/45f7rZL>); б) іноземних – в розрізі магістерської програми Digital Marketing (<https://bit.ly/3KPeD6F>) Akademia Leona Koźmińskiego, Польща (<https://bit.ly/3KJkr1d>, <https://bit.ly/3qCxf8>) для підсилення digital-складової, до переліку вибіркових дисциплін ОП включено ОК Digital-marketing, також проектна група вивчала магістерські програми: Suffolk University, США (<https://bit.ly/3E05dS1>); Royal Holloway University of London, Великобританія (<https://bit.ly/3qC1Ope>); University of Liecester, Великобританія (<https://bit.ly/45gn2Iu>), завдяки чому було актуалізовано теми ОК у відповідності з світовими тенденціями розвитку маркетингу. Таким чином, ЕГ пересвідчилась, що врахування досвіду аналогічних ОП спрямовано на підготовку компетентних, затребуваних ринком фахівців, спроможних будувати кар'єру в Україні та за її межами.

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.

Перелік компонентів ОП є ідентичним нормативному змісту стандарту ВО за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня (Наказ МОН № 960 від 10.07.2019 року). Матриця відповідності компетенцій та результатів навчання компонентам освітньої програми демонструє, які освітні компоненти відповідають за реалізацію конкретних компетенцій та відповідних програмних результатів навчання. Порядок і логіка набуття компетенцій та ПРН відображена у структурно-логічній схемі ОП. Програмні результати навчання забезпечуються обов'язковими освітніми компонентами, що свідчить про досягнення результатів навчання і дає право ЕГ стверджувати, що освітня програма 2023/2024 року навчання розроблена у відповідності до діючого стандарту ВО. Проте у відомостях про СО наголошено, що обов'язковою умовою у підготовці конкурентоспроможних фахівців за даною ОП є надання знань та навичок роботи із сучасними діджитал інструментами в сфері маркетингу, тому до переліку програмних компетенцій і результатів навчання доцільно додати відповідні ФК і РН.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

Соціально-відповідальна місія і патріотична позиція ХНУ реалізуються у спільному з Міністерством ветеранів України пілотному проєкті зі створення Центру ветеранського розвитку і соціальної адаптації. Групою забезпечення ОП Маркетинг в контексті проєкту розроблено 3 сертифікатних програми для ветеранів війни, членів їх сімей та членів сімей загиблих військовослужбовців: Маркетинг на 500 годин, Цифровий маркетинг на 120 год і Бізнес у соціальних мережах на 30 год.

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

Реалізація задекларованої в ОП обов'язкової умови надання здобувачам ВО знань та навичок роботи із сучасними діджитал інструментами в сфері маркетингу, потребує додавання до переліку програмних компетенцій і результатів навчання відповідних ФК і ПРН, дану рекомендацію можна розглянути при перегляді і оновленні ОП і реалізувати в проєкті ОП 2024 року.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідає загальним цілям, соціально-відповідальній місії та стратегії ХНУ, враховує тенденції розвитку спеціальності, ринку праці та регіональні потреби, програма розроблена на основі громадського обговорення та врахування інтересів усіх стейкхолдерів, в межах програми комерціалізуються наукові дослідження НПП із залученням здобувачів ВО. Рекомендацією ЕГ є додавання до переліку фахових компетенцій і програмних результатів навчання таких, які дозволяють застосовувати сучасні діджитал інструменти в сфері маркетингу. З урахуванням сильних сторін, ЕГ вбачає, що ОП Маркетинг відповідає рівню В за критерієм 1.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня ВО розроблено в 2023 році на основі попередніх ОПП 2019-2022 рр., та відповідно до вимог Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого Наказом МОН України від 10.07.2019 р. № 960. Відомості про самооцінювання відповідають ОП 2023 р. та НП 2023 р. ОП «Маркетинг» затверджено Вченою радою ХНУ, протокол № 11 від 30 березня 2023 р. До ОПП додано навчальні плани денної та заочної форми навчання (затверджені Вченою радою ХНУ 30.03.2023р.). Обсяг ОПП «Маркетинг» 2023 р. відповідає Стандарту ВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) та складає 90 кредитів ЄКТС. При цьому нормативна складова становить 66 кредитів ЄКТС (73%), що спрямовані на досягнення ПРН, та 24 кредити ЄКТС – загальний обсяг ОК за вибором здобувачів, що становить 27%. ОПП оприлюднено на сайті Хмельницького національного університету в розділі «Навчання» (<https://khmnu.edu.ua/075-mg-m-op/>). Навчальний план денної та заочної форми навчання розміщено на сайті кафедри маркетингу ХНУ в розділі Освітня діяльність за покликанням <https://mr.khmnu.edu.ua/navchalni-planu-3/>. Обсяг ОП відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для другого (магістерського) рівня ВО та відповідного стандарту.

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 ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», має чітку структуру. Включені до ОП ОК становлять логічну систему та в сукупності дають можливість досягнути заявлених цілей та ПРН. Обов'язкові ОК складають - 66 кредитів ЄКТС (73%). З них: 10 (15,2%) – загальної підготовки, 26 (39,4%) – професійної підготовки, 12 (18,2%) – практичної підготовки (переддипломна практика) і 18 (27,2%) – кваліфікаційна робота. Загальний обсяг ОК за вибором здобувачів – 24 кредити ЄКТС (27%). Наведена в ОП структурно-логічна схема відображає взаємозв'язок ОК. НП сформовано відповідно до опису ОП та структурно-логічної схеми. Аналіз Матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП та Матриці забезпечення ПРН відповідними ОК вказує на те, що ОП забезпечує формування всіх програмних компетентностей і досягнення всіх включених до неї ПРН. Проаналізована ЕГ Матриця відповідності ПРН, освітніх компонентів, методів навчання, форм та методів оцінювання вказує на повне забезпечення обов'язковими компонентами ОП ПРН, визначених Стандартом ПРН 1-15, при цьому відсутні додаткові ПРН 16-18. На зустрічі 1 з гарантом ЕГ було уточнено, що ОК, які належать до обов'язкової і вибіркової складових ОП достатнім чином забезпечують формування загальних і спеціальних компетентностей досягнення відповідних ПРН, визначених Стандартом. У НП не конкретизовано перелік вибіркового дисциплін. У ОП зазначено, що перелік освітніх компонентів формується здобувачами вищої освіти з університетського каталогу дисциплін вільного вибору, що розміщений на сайті Хмельницького національного університету в розділі «Навчання» (<https://khmnu.edu.ua/075-mg-m-op/>), а кількість заліків залежить від вибору здобувачами вищої освіти дисциплін вільного вибору, що дає можливість оцінити перелік вибіркового ОК та абітурієнтам і здобувачам ознайомитись з усіма ОК ОП. Загалом, аналіз ЕГ робочих програм, силабусів навчальних дисциплін, програми переддипломної практики щодо змісту та ПРН вказує на те, що включені до ОП ОК дозволяють досягти заявлених цілей та ПРН.

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

ОП Маркетинг є освітньо-професійною програмою, метою якої є «Формування особистості фахівця, який володіє системними знаннями, фаховими компетентностями, інноваційним, креативним мисленням та здатен розв'язувати складні нестандартні задачі і проблеми в сфері маркетингу у процесі навчання та/або в професійній діяльності, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог». ЕГ визначила, що ОПП в загальному відповідає предметній області, визначеній Стандартом спеціальності 075

Маркетинг другого (магістерського) рівня ВО спеціальності 075 «Маркетинг» (Наказ МОН від 10.07.2019 р. № 960). Обов'язкові ОК циклу загальної підготовки «Методологія і організація наукових досліджень» та «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» формують дослідницькі та мовні навички магістрів з маркетингу; ОК циклу професійної підготовки «Маркетинговий менеджмент», «Інноваційний маркетинг» та «Стратегічний маркетинг» передбачають засвоєння здобувачами сутності, основних концепцій, принципів маркетингу; можливості використання набутих знань та навичок в практичній діяльності передбачено ОК «Переддипломна практика» та «Кваліфікаційна робота». Обов'язкові ОК циклу професійної підготовки «HR-маркетинг», «Менеджмент он-лайн продаж» забезпечують опанування знань і вмінь важливих у контексті діджиталізації. ЕГ визначила, що об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання зазначені в ОПП відповідають визначенню у Стандарті.

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

Здобувачі ВО мають можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії. ОП «Маркетинг» включає вибіркові ОК обсягом 24 кредити ЄКТС (26,67% від загального обсягу ОП) (2 семестр навчання). Формування індивідуальної освітньої траєкторії в ХНУ нормативно забезпечено Положенням про порядок реалізації права здобувачів на вільний вибір навчальних дисциплін (<https://bit.ly/42to4fm>). Право на вибір навчальних дисциплін здобувачі вищої освіти реалізують згідно з Положенням про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін у ХНУ (<https://bit.ly/42to4fm>). Здобувачі мають можливість обирати дисципліни із загальноуніверситетського Каталогу вибіркових дисциплін, який містить їх описи і силабуси, представленому в розділі Навчання сайту ХНУ (<https://bit.ly/3LUITOX>). Під час зустрічі 4 здобувачі зазначили про зрозумілість процедури вибору дисциплін та ЕГ з'ясувала (зустріч 4) процедуру вибору ОК: після ознайомлення з каталогом, здобувачі вищої освіти подають заяви на вивчення вибіркових навчальних дисциплін через персональний кабінет в ІС Електронний університет. Після перевірки контингенту, формування груп і погодження вибіркові дисципліни додаються деканатом до індивідуальних навчальних планів здобувачів у персональних кабінетах (зустріч 8). Ознайомлення здобувачів з порядком і можливостями реалізації права вибору навчальних дисциплін здійснюється на зустрічах із гарантом (зустріч 1). Інформація також є доступною у відкритих джерелах на сайті ХНУ та кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3M3G5hU>). Внесення істотних змін до порядку реалізації вільного вибору навчальних дисциплін можливе лише за згодою студентського самоврядування (зустріч 5). На основі аналізу документів, що регулюють порядок вибору дисциплін, інформації, отриманої під час візиту від гаранта та здобувачів ЕГ дійшла висновку, що в університеті існують прозора процедура і можливість вибору навчальних дисциплін.

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

ОП Маркетинг передбачено 56 кредити (62,2%) циклу професійної підготовки, що включає переддипломну практику у 3 семестрі. Практична підготовка ЗдВО здійснюється відповідно до Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти ХНУ (<https://bit.ly/3NU6Jei>) та Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3npx84xc>). ОП передбачає практичну підготовку здобувачів через виконання практичних завдань під час вивчення обов'язкових і вибіркових ОК, написання курсової роботи з ОК Стратегічний маркетинг та проходження переддипломної практики (12 кредитів/7 тижнів). Проходження практики забезпечене програмою та методичними рекомендаціями, передбачає узагальнення і вдосконалення набутих практичних умінь і навичок шляхом дублювання функцій фахівців різних рівнів на виробництві у сфері маркетингу, оволодіння професійним досвідом та перевірку готовності до самостійної трудової діяльності. ЕГ ознайомила з програмою та методичними рекомендаціями щодо організації проходження переддипломної практики здобувачами ОС «Магістр», Зазначимо, що в програмі виробничої практики не зазначено умов та вимог щодо її проходження в умовах воєнного стану. З метою забезпечення індивідуальної траєкторії щодо проходження переддипломної практики здобувачами, які із-за військового стану мають статус внутрішньопереміщених осіб або виїхали за кордон, рекомендуємо визначити умови і процедури проходження практики для таких здобувачів та внести зміни до програми практики до кінця поточного навчального року. Згідно з матрицею забезпечення ПРН відповідними компонентами ОП ОК «Переддипломна практика» забезпечує досягнення ПРН3, 5, 8, 11, 12,15 Стандарту, Загальну організацію практики і контроль за її проведенням здійснює завідуючий відділом практики університету (зустріч 8). Ознайомлення ЕГ з наказами про проходження практики показало, що базами є СТОВ «Аграрник», ТОВ «Гамма техніка, ТОВ «Дрім світ», ТОВ «ІКЛАВ», ТОВ «Автоцентр Статус Авто», Хмельницьке відділення ПрАТ СК «Уніка», ТДВ «Хмельницькзалізобетон». Експерти дійшли висновку, що під час практики здобувачі набувають навички оволодіння практичним досвідом та забезпечення готовності майбутнього фахівця до професійної діяльності, а також збору матеріалів для підготовки кваліфікаційної (дипломної) роботи (зустрічі 4, 6). ЕГ з'ясувала, що здобувачі мають можливість обирати серед запропонованих баз практик або шукати базу практики самостійно (зустрічі 1, 4). Під час зустрічі 6 роботодавці Кравчук Ю. (ТОВ «УДЗТРЕЙД ЮА»), Замялий Д. (ТОВ «Смарт Логістик дистрибушн»), Пилипчук В. (ТОВ «Хіллари Косметік»), Зозуля О. (ТОВ «СТАЛКОН») зазначили про постійність залучення здобувачів на практику, а також назвали конкретні випадки подальшого працевлаштування здобувачів на їхні підприємства. Випускники висловили задоволеність здобутими під час практичної підготовки на ОП компетентностями, необхідними для професійної діяльності (зустріч 7).

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

Набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям ОП, здійснюють шляхом опанування загальних компетентностей (ЗК6, ФК3, ФК9) та відповідних ПРН1,3,4,5,15, що включено до ОП. Аналіз матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОПП вказує на те, що загальні компетентності формують переважна більшість обов'язкових ОК. За зустрічі 2 ЕГ з'ясувала, що ОК циклу загальної підготовки «Методологія і організація наукових досліджень» та «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» допомагають майбутнім фахівцям набутти навички здатності до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел й презентування та обговорення результатів наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. ОК професійної підготовки формують soft skills щодо здатності генерування нових ідей, адаптації та дій в нових ситуаціях, виявлення ініціативи та підприємливості; до лідерства, ділових комунікацій та управлінських здібностей в організації та керуванні діяльністю маркетингового підрозділу; до прийняття обґрунтованих тактичних і стратегічних рішень, в тому числі в он-лайн середовищі, побудови довгострокових взаємовідносин з іншими суб'єктами ринку через застосування таких методів навчання, як дискусії, обговорення, презентації, практичні завдання, рольові імітації, ситуативні ігри, вправи для розвитку аналітичного мислення, дослідницький метод. Здобувачі та випускники під час зустрічей 4, 7 зазначили соціальні навички (вміння вести комунікацію, вміння підлаштовуватися, вміння працювати в команді, критичне мислення, формування лідерських якостей, патріотичне виховання), здобуті у процесі навчання за ОП «Маркетинг» шляхом обговорення кейсів і роботи підгрупах на практичних заняттях, проходження переддипломної практики, захисту кваліфікаційної (дипломної) роботи, участі в наукових конференціях та конкурсах, а також висловили задоволення можливістю застосування цих навичок у практичній діяльності. Під час фокус-груп (зустріч 6) роботодавці вказали, що для розширення міжнародних можливостей випускників програми буде корисно подальше поглиблення рівня підготовки з англійської мови. З урахуванням цього експерти рекомендують поглибити мовну підготовку НПП та внести в програму професійні дисципліни англійською мовою.

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

Професійний стандарт з маркетингу відсутній.

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.

Норми навантаження ЗдВО у ХНУ передбачені Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3nx84xc>). Аналіз навчального плану дає підстави зазначити, що обсяг ОП в кредитах ЄКТС рівномірно розподілений між семестрами навчання (30 кредитів у кожному семестрі), зокрема кількість годин аудиторних занять в ОК становить від 33 до 50 відсотків. Обсяг одного кредиту ЄКТС відповідає вимогам ЗУ Про вищу освіту і складає 30 годин. Обсяг кожної обов'язкової ОК, як правило, складає 5 кредитів, вибіркової ОК – 4 кредити. При цьому слід зазначити, що обсяг переддипломної практики – 12 кредитів та кваліфікаційної (дипломної) роботи – 18 кредитів. Обсяг усіх вибіркової ОК становить по 4 кредити. ЕГ зазначає, що тижневе аудиторне навчальне навантаження здобувачів за НП становить 18 год. у 1 семестрі та 22 год. у 2 семестрі. Самостійна робота здобувачів вищої освіти в ХНУ регламентується Положенням про організацію та контроль самостійної роботи здобувачів вищої освіти ХНУ (<https://bit.ly/3M3CH6P>) і є невід'ємною складовою освітнього процесу в ХНУ. Навчальний час, відведений для виконання самостійної роботи, регламентується вище зазначеним положенням та навчальним планом й становить не менше 1/2 та не більше 2/3 від загального обсягу навчального часу (у годинах), відведеного на вивчення ОК. Кількість заліків та іспитів у кожному семестрі не перевищує 8-ми, що включає самостійну навчальну та дослідницьку роботу, яку здобувач виконує у позааудиторний (вільний від обов'язкових навчальних занять) час за завданнями і під методичним керівництвом викладача чи наукового керівника, але без його безпосередньої участі.

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

За даною ОП підготовку здобувачів за дуальною формою освіти не здійснюють.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 2 не виявлено.

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

ЕГ рекомендує з метою підвищення якості практичної підготовки здобувачів ОП Маркетинг зазначити в програмі виробничої практики умови та вимоги щодо її проходження в умовах воєнного стану: для здобувачів освіти, які знаходяться за кордоном чи є внутрішньо переміщеними особами розглянути можливість документального оформлення проходження переддипломної практики на закордонних підприємствах (укладання угод про співпрацю і договорів на проходження практики), а також на вітчизняних підприємствах в дистанційному та/або очному режимі, дану рекомендацію можна реалізувати до кінця навчального року.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

ЕГ встановила, що обсяг ОП та окремих ОК відповідає Стандарту вищої освіти; зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг» та дозволяє досягти заявлених цілей та ПРН. Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) не виявлено. Рекомендація щодо визначення умов та вимог проходження виробничої практики в умовах воєнного стану сприятиме підвищенню якості практичної підготовки здобувачів. Виявлений недолік за підкритерієм 5 не має фундаментального характеру і може бути усунутий до кінця навчального року.

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.

На офіційному сайті ЗВО у розділі Вступникам - вкладка Приймальна комісія <https://pk.khmn.edu.ua/> розміщено всю необхідну інформацію щодо вступу. Правила прийому <https://ill.innk/nnvDO> та додаткових до них розміщені у вільному доступі <https://ill.innk/pjNyO>. Встановлено, що вони не містять дискримінаційних положень, є чіткими та зрозумілими для вступників. Крім того, на сайті кафедри у розділі Абітурієнту висвітлена інформація щодо особливостей спеціальності <https://ill.innk/faxhZ>, сфер працевлаштування <https://ill.innk/dMZoZ>, умов вступу магістрів <https://ill.innk/iltJA>.

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

Правила прийому <https://ill.innk/nnvDO> на навчання за ОП Маркетинг розміщені у вільному доступі та враховують особливості самої програми. Вступ для здобуття ступеня магістра з ОП Маркетинг здійснюється на основі раніше здобутого ступеня бакалавра (НРК6) або магістра (ОКР спеціаліст) (НРК7). Для участі у конкурсному відборі на основі НРК6 абітурієнт повинен подати результати ЄВІ 2023 року та ЄФВВ 2023 року. Для вступу на основі НРК7 необхідно скласти фахове випробування у ЗВО, іспит з іноземної мови у ЗВО або подати результати ЄВІ 2023 р. та ЄФВВ 2023 р. У ЗВО передбачено спеціальні умови вступу (перелік категорій передбачені у Правилах прийому, розділ VIII Спеціальні умови участі у вступній кампанії), згідно яких замість ЄВІ вступник проходить співбесіду з іноземної мови та/або складає фаховий вступний іспит замість ЄФВВ. Мінімальна кількість балів для участі у конкурсному відборі - 100. Вступ здійснюється за широким конкурсом на бюджет та контракт (у 2023-2024 н.р. виділено 4 бюджетні місця). На сайті ЗВО оприлюднено програму фахового іспиту <https://ill.innk/8gRBW>, яка передбачає тестову перевірку знань з комплексу дисциплін професійного спрямування: «Маркетингові комунікації», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Логістика». Вступний іспит з іноземної мови (англійської) <https://ill.innk/nfGZk> передбачає тестовим методом визначення рівня знань англійської мови (від початкового до професійно-спрямованого). Крім того, на сайті кафедри маркетингу оприлюднено коротку інформацію щодо особливостей вступу (основні вимоги, дати, програми підготовки тощо) <https://ill.innk/JPccI>.

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.

У Хмельницькому національному університеті розроблені положення, що регулюють визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності: Положення про порядок визнання та зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у Хмельницькому національному університеті (розділ 2 Порядок визначення академічного розходження і зарахування результатів навчання, набутих особою у формальній освіті та розділ 3 Визнання та зарахування результатів навчання учасникам програм академічної мобільності) <https://ill.innk/gjenN>, Положення про порядок відрахування, поновлення і переведення здобувачів вищої освіти та надання їм академічної відпустки у Хмельницькому національному університеті (розділ 6 Визнання і зарахування результатів навчання) <https://ill.innk/gxXfm>, Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Хмельницького національного університету <https://ill.innk/YaWWQ>, Положення про порядок конкурсного відбору учасників освітнього процесу для участі у програмах академічної мобільності у Хмельницькому національному університеті <https://ill.innk/jhtsP>. Процедура: здобувач освіти подає заяву та підтверджуючий документ (диплом іншого ЗВО, академічної довідки тощо) до деканату. Декан за погодженням із завідувача кафедри, за якою закріплена навчальна дисципліна, погоджує заяву. В окремих випадках може створюватися експертна комісія, яка вивчає подані матеріали студента. Може призначатися співбесіда з метою уточнення інформації або додаткова атестація. На підставі отриманих даних формується висновок про зарахування/незарахування дисципліни чи окремих її тем. Результати вносяться до Індивідуального плану. Під час зустрічей з фокус-групами було встановлено, що здобувачі освіти проінформовані про можливість визнання результатів навчання, в т.ч. під час академічної мобільності. Дана практика відсутня на ОП Маркетинг. ЕГ рекомендує, враховуючи співпрацю ХНУ з ЗВО України <https://ill.innk/UOPld>, <https://ill.innk/WwLIB> та світу <https://ill.innk/zzgi>, <https://ill.innk/qkd1x> посилити інформування та мотивування здобувачів вищої освіти під час освітнього процесу щодо програм академічної мобільності (під час занять, шляхом розсилки інформаційних матеріалів тощо) з метою популяризації даного напрямку. Відмітимо, що присутня публікаційна активність студентів ОП Маркетинг у міжнародних наукових збірниках конференцій <https://ill.innk/iTaDB>.

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.

У ЗВО розроблено та оприлюднено положення, що регулює правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: Положення про порядок визнання та зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у Хмельницькому національному університеті (розділ 4 Порядок визнання і зарахування результатів навчання, набутих особою у неформальній / інформальній освіті та розділ 5 Подання заяв та ідентифікація результатів неформального /інформального навчання) <https://ill.innk/TvoMR>. Процедура: студент звертається із заявою та підтверджуючим документом (сертифікат, диплом тощо) до декану факультету. Декан створює експертну комісію, до якої входять: гарант ОП, завідувач кафедри, викладач відповідної дисципліни. Комісія працює не більше 10 робочих днів. За необхідності може направити запит на додаткові документи до суб'єкта підвищення кваліфікації та/або призначити додаткову атестацію студенту з метою підтвердження набутих знань. На підставі роботи комісії може бути прийняте рішення про зарахування/незарахування результатів навчання. Відповідне рішення доводиться до заявника і у разі позитивного рішення вносяться дані до документів. Загальний обсяг освітніх компонентів ОП, що зараховуються студенту за підсумками визнання результатів неформального/інформального навчання не може перевищувати 25% від обсягу ОП. Під час зустрічей з фокус-групами було встановлено, що студенти проінформовані про таку можливість. Практика визнання результатів навчання, отриманих у неформальній/інформальній освіті, присутня, що підтверджується відповідними матеріалами <https://ill.innk/eRdCn> та відповідями здобувачів вищої освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 3 не виявлено.

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

ЕГ рекомендує з метою підвищення якості ОП залучати здобувачів освіти ОП Маркетинг до участі в програмах академічної мобільності (фізичної та/або дистанційної) шляхом посилення інформування під час проведення занять, розсилкою інформаційних повідомлень, на зборах студентського наукового гуртка, мотивувати здобувачів освіти перезарахуванням окремих кредитів навчальних дисциплін тощо. Враховуючи співпрацю Хмельницького національного університету з закордонними інституціями (Academy of Silesia, Університет торгівлі і послуг в Познані, AKG Global Support Serviced тощо), дану рекомендацію можна реалізувати до кінця навчального року.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

ЕГ встановила, що дана ОП відповідає нормативним вимогам Критерію 3. Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) не виявлено. Рекомендація щодо залучення здобувачів освіти до участі у програмах академічної мобільності, враховуючи співпрацю ЗВО з освітніми інституціями України та світу, сприятимуть підвищенню якості ОП, розвитку soft/hard skills та можуть бути реалізовані до кінця навчального року.

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.

Навчання на ОП Маркетинг здійснюють за денною та заочною формами. Освітній процес реалізують згідно з Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3OH6JLy>) і Порядком організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання (<https://bit.ly/3Qkf3Cr>). Формами організації освітнього процесу в університеті є навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка і контрольні заходи. Навчальний процес відбувається із застосуванням традиційних та інноваційних методів, таких як імітаційне навчання, ігрові та ситуативні кейс-методи, проблемноорієнтовані індивідуальні завдання. Викладачі ОК самостійно визначають способи проведення занять, методи та форми викладання застосовувати авторські методики. На сайті кафедри (<https://bit.ly/41SJMfW>) розміщено силабуси ОК, а у ІС Модульне середовище розміщено РП та силабуси ОК, в яких зазначено форми навчання та критерії оцінювання. Здобувачі ВО ОП мають право на вільний вибір напрямів і методів власних досліджень, самостійно обирають вибіркові ОК, теми ІДЗ, курсової та кваліфікаційної робіт, наукових керівників, бази практики. Всі учасники освітнього процесу безкоштовно користуються інформаційними ресурсами і послугами навчальних, навчально-методичних, наукових структурних підрозділів ХНУ. Здобувачі отримують знання відповідно до своїх потреб та наукових інтересів і вільно обирають дисципліни з (<https://bit.ly/3P3EY3a>). Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у ОП Маркетинг цілей та ПРН. Між НПП, адміністрацією і здобувачами існує взаємоповага і взаємодія, що відповідає принципам академічної свободи і студентоцентрованого підходу, задекларованого в Стратегії розвитку ХНУ на 2021-2025 рр. (<https://bit.ly/45DgNOOr>), і сприяє досягненню заявлених у ОП цілей та ПРН, що підтверджено документально (Положення, ОП, НП, силабуси ОК) та онлайн-зустрічами 2,4,5,6.

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 іншій подібній спосіб).

Інформація про розклад занять і консультацій є у вільному доступі і розміщена в ІС Електронний університет, на сайтах факультету економіки і управління (<https://bit.ly/46hv3oi>), кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3qCxnIK>, <https://bit.ly/3qNHent>). Інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК доводиться здобувачам ВО на першому занятті, вона зазначена у силабусах, які розміщено на сайті кафедри та робочих програмах, розміщених у ІС Модульне середовище. ОП розміщена на сайті ХНУ у вкладці Освітні програми (<https://bit.ly/45y19nJ>) та на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/44lboxw>). Реалізація ОП відбувається згідно з Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3OH6JLy>) та Положенням про контроль та оцінювання результатів навчання здобувачів ВО у ХНУ (<https://bit.ly/3beVE48>). У ІС Модульному середовищі розміщено лекційні матеріали, методичні вказівки до виконання практичних робіт, написання КР (для здобувачів ЗФН) та курсової роботи. Рівень задоволеності якістю викладання та навчання, визначається за допомогою опитування здобувачів ВО «Оцінювання якості ОПП» (<https://bit.ly/46nsrht>), результати якого оприлюднені на сайті кафедри (<https://bit.ly/46mv96C>) і свідчать, що здобувачі задоволені змістовним і якісним наповненням ОПП, проте виявили бажання додати діджитал складові до ОК, на основі чого в ОК Стратегічний маркетинг та ОК Інноваційний маркетинг було додано відповідні теми (<https://bit.ly/3REbx9A>). ЕГ дійшла до висновку, що учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих ОК, між здобувачами і викладачами є відкритий зворотній зв'язок, що підтверджено документально (ОП, НП, силабуси ОК, інформаційні портали) та на онлайн зустрічах 2,4,5,6.

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

ХНУ впроваджує НДР в освітній процес, що регламентується Положенням про науково-дослідну роботу студентів ХНУ (<https://bit.ly/3P921qd>). Здобувачі приймають участь у науково-практичних конференціях, які ініційовані і щорічно проводяться кафедрою: ВНПК Маркетинг очима молоді та МНПК Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України. Здобувачі ВО при Центрі маркетингових ініціатив (<https://bit.ly/3KN7m7i>) долучені до виконання госпдоговірної теми кафедри «Формування стратегії просування підприємства в інтернет-мережі на засадах SMM-маркетингу» (№ ДР 0122U201589, керівник доц. З. Андрушкевич). Елементи наукового дослідження передбачені ОК Методологія та організація наукових досліджень і при написанні кваліфікаційної роботи. За 2018-2023 рр. на Всеукраїнські та Міжнародні конкурси НР і олімпіади було подано 41 роботу, з яких 14 отримали призові місця; опубліковано 8 статей у фахових виданнях категорії В; велику кількість тез доповідей, у тому числі і за кордоном (<https://bit.ly/3KP4EOv>). На кафедрі працює студентський науковий гурток «Modern marketing» (<https://bit.ly/3KPCzXk>). Під час інтерв'ювання керівник гуртка розповіла про його діяльність, плани і перспективи. Участь у науковій роботі дає можливість студентам отримати коригуючі бали з ОК, в межах яких виконані наукові роботи. ЗВО забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП відповідно до спеціальності та цілей ОП, що підтверджено документально (силабуси ОК, збірники тез, інформаційні портали) та онлайн зустрічами 2,4,5,6,7.

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

Моніторинг якості і оновлення ОП в ХНУ відбувається у відповідності з Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3OGMdN5>). Потреба в перегляді та оновленні РП ОК обговорюється на засіданнях кафедри відповідно до пропозицій стейкхолдерів в контексті сучасних практик маркетингу та наукових досягнень НПП, які корелюють з ОК і відображені в темах обов'язкових дисциплін: ОК HR-маркетинг та ОК Маркетинговий менеджмент (<https://bit.ly/3OGMhfN>, <https://bit.ly/3OKRB1K>); ОК Інноваційний маркетинг (<https://bit.ly/3OZFxLr>, <https://bit.ly/3P2Qkn9>, <https://bit.ly/45v8pR2>); ОК Менеджмент он-лайн продаж (<https://bit.ly/3KNasZ5>, <https://bit.ly/3QMdKj5>, <https://bit.ly/45moAjj>, <https://bit.ly/3rH2IS4>); ОК Стратегічний маркетинг (<https://bit.ly/47EoYMo>). НПП системно підвищують кваліфікацію і проходять стажування за фахом, діють у тісній співпраці з стейкхолдерами і роботодавцями. За період 2018-2023 рр. Центру маркетингових ініціатив замовлено 3 госпдоговірні теми актуальних досліджень (<https://bit.ly/3KN7m7i>), результати яких використовуються в освітньому процесі. НПП оновлюють зміст ОП і ОК на основі наукових досягнень і сучасних практик, що підтверджено документально (протоколи кафедри, силабуси ОК, наукові публікації НПП, навчально-методичні праці) та онлайн зустрічами 1,2,4,5,6,7.

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

Міжнародне співробітництво ХНУ відбувається на постійних засадах відповідно Стратегії інтернаціоналізації ХНУ (<https://bit.ly/3YFjLQs>) і Положень: Про порядок реалізації права на академічну мобільність (<https://bit.ly/3P48jds>) та Про відділ міжнародних зв'язків ХНУ (<https://bit.ly/3qCrEch>). Міжнародна активність викладачів за даною ОП підтверджена участю у: міжнародних наукових конференціях (<https://bit.ly/3KP4Xc7>); публікаціями у колективних міжнародних монографіях, публікаціями статей у виданнях, які входять до баз WoS, Scopus та виданнях країн ОЕСР (<https://bit.ly/47x1vg2>). Університет створює умови для наукового і професійного стажування НПП: В. Карпенко, І. Закрижевська (2023 р.) пройшли міжнародне стажування бази Авіаційного університету Грузії, Венеціанського університету Ка Фоскарі; К. Олександренко (2022 р.) пройшла МС «Digital Future: Blended Learning» в Анхальтському університеті прикладних наук; Р. Бойко (2022 р.) пройшов МС «The International Historical Biographical Institute (Dubai – NewYork – Rome –Jerusalem – Beijing)»; А. Тельнов (2021 р.) пройшов МС в Університеті третього віку у Громадка гміни Громадка; З. Андрушкевич, І. Закрижевська, В. Карпенко (2021 р.) пройшли міжнародне підвищення кваліфікації в Науководослідному інституті Люблінського науково-технологічного парку м. Люблін (Польща) (<https://bit.ly/44gX3PG>). Міжнародна діяльність здобувачів підтверджена участю у міжнародних наукових конференціях (<https://bit.ly/3KP4EOv>) та міжнародній академічній мобільності: здобувач спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня ВО А. Михайлов долучився до участі у курсі Busiskills асоціації BUSINET (<https://bit.ly/3P3Fqhs>). ЕГ під час огляду матеріально-технічної бази вдалося з'ясувати, що ХНУ надає вільний доступ до іноземних електронних ресурсів та наукометричних баз даних Scopus і Web of Science. ЕГ зазначає, що на даній ОП наявна практика міжнародної мобільності серед здобувачів і міжнародного стажування викладачів, що підтверджено документально (договори про співпрацю, сертифікати стажування і підвищення кваліфікації, протоколи кафедри, наукові публікації НПП, навчально-методичні праці) та онлайн зустрічами 1,2,3,8. Проте активність здобувачів ВО у міжнародних заходах не є високою.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

В межах реалізації ОП відбувається комерціалізація наукових досліджень і залучення до них здобувачів ВО. На замовлення роботодавців викладачами групи забезпечення ОП разом зі здобувачами виконуються госпдоговірні науково-дослідні роботи з відповідним позабюджетним фінансуванням.

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

Активність здобувачів, які беруть участь у міжнародних проєктах, конференціях, програмах міжнародної мобільності не є високою: спостерігаються поодинокі випадки участі здобувачів. У зв'язку з тим, що фізична/онлайн мобільність учасників ОП через війну значно обмежена, ЕГ рекомендує активізувати участь у програмах міжнародної мобільності в онлайн форматі, стимулювати здобувачів за ОП до участі у програмах шляхом проведення роз'яснювальної роботи (інформаційна розсилка, під час роботи студентського наукового гуртка тощо) щодо важливості отримання міжнародного досвіду навчання і спілкування та зазначити це в планах роботи Центру маркетингових ініціатив та студентського наукового гуртка "Modern marketing" на 2024-2025 навчальний рік.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Експертна група вважає, що вимоги Критерію 4 при реалізації ОП дотримано в контексті форм і методів навчання, які відповідають студентоцентрованому підходу та принципам академічної свободи. Цілі, зміст, ПРН своєчасно доводяться до всіх учасників освітнього процесу, забезпечуються поєднання навчання на ОП з дослідженнями, які спрямовані на інтернаціоналізацією освітнього процесу. ЕГ рекомендує посилити стимулювати здобувачів за ОП до участі у програмах міжнародної мобільності в онлайн форматі.

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.

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів ВО, а також форми контрольних заходів та критерії оцінювання є чіткими, зрозумілими, вони здійснюються у відповідності до Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (<http://bitly.ws/AU8K>) і Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUn2>). Контрольні заходи здійснюються через поточний і підсумковий (семестровий, підсумкова атестація) контроль. Поточний контроль навчальних досягнень здобувачів ВО відбувається через усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист практичних та індивідуальних робіт, написання есе. Згідно НП формою підсумкового контролю для обов'язкових дисциплін є екзамен, для вибіркових – залік. Перелік форм контрольних заходів щодо ОК, розподіл аудиторних годин та самостійної роботи здобувачів ВО відображено у навчальному плані ОП, індивідуальних навчальних планах здобувачів, в інформаційній системі ІС Електронний університет <https://bit.ly/3xOsa87> на персональних сторінках здобувачів в розділі Навчальний процес. Оцінювання відбувається згідно п. 2.6 Положення за інституційною чотирибальною шкалою ("відмінно", "добре", "задовільно", "незадовільно"), таблиця переведення результатів оцінювання академічних досягнень студента із інституційної (чотирибальної) шкали та шкали ЄКТС у 100-бальну шкалу представлена у додатку А зазначеного Положення. Після кожного заняття оцінки заносяться до Електронного журналу. Форми проведення поточного та семестрового контролю, критерії оцінювання, вагові коефіцієнти, зміст контрольних заходів відображено в РП та силабусах ОК. Захист курсової роботи здобувачів ВО відбувається перед комісією і оцінюється за критеріями: актуальність теми, теоретичний, дослідницький, практичний рівень написання курсової роботи, презентацію та доповідь студента, повноту та правильність відповідей на поставлені запитання. Захист звітів з практики оцінює комісія, сформована завідувачем кафедри. Здобувачі ВО (зустріч 4) підтвердили, що на зборах на початку семестру гарант ОП ознайомила їх з системою контролю, формуванням зворотного зв'язку НПП із здобувачами під час занять, також викладачі на початку курсу донесли вимоги, критерії оцінювання і форми контролю.

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

Атестація здобувачів ВО в ХНУ здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає вимогам Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня підготовки. Процедура атестації, формування і діяльність екзаменаційної комісії визначені у Положенні про атестацію здобувачів вищої освіти у ХНУ <http://bitly.ws/AUn6>. Кваліфікаційні роботи ЗдВО перевіряються на унікальність за допомогою ПТЗ Unicheck та AntiPlagiarism (<https://bit.ly/3E7bifr>). Після перевірки експертна комісія, до складу якої входять: завідувач кафедри, гарант освітньої програми та керівник кваліфікаційної роботи допускає роботу до захисту. Кваліфікаційні роботи розміщені в інституційному репозитарії ХНУ (<https://bit.ly/3Q6CrWD>). Зазначену інформацію підтверджено на зустрічах 1,2,4,8.

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

Правила проведення контрольних заходів послідовно дотримуються під час реалізації ОП, спрямовані на забезпечення об'єктивності екзаменаторів і регулюються такими документами ХНУ: Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<http://bitly.ws/AU8K>), Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUn2>), Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності у ХНУ (<http://bitly.ws/AUkL>), Положенням про організацію та контроль самостійної роботи здобувачів вищої освіти ХНУ (<https://bit.ly/3M3CH6P>), Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUn6>), Порядком організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання (<https://bit.ly/3LlOS9d>). Процедури запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій, оскарження результатів контрольних заходів та їх повторного проходження прописані чітко і зрозуміло у відповідному положенні (<http://bitly.ws/AUoR>). Повторне складання семестрового контролю з ОК, у випадку отримання незадовільної оцінки, допускається не більше двох разів. Здобувачі ВО, які не ліквідували заборгованість в установлені терміни, мають право подати заяву на ім'я ректора щодо перенесення на наступний семестр вивчення ОК. Повторне складання іспиту здійснюється викладачеві, другий – комісії, яку призначає декан. Здобувач ВО, який повторно отримав негативну оцінку відраховується академічну заборгованість. ЕГ підтверджує, що зазначені Положення розміщені на офіційному сайті ХНУ у вкладці Нормативні документи/Положення та є загальнодоступними для усіх НПП і здобувачів ВО, це також підтверджено здобувачами, НПП, керівництвом ХНУ і відповідних структурних підрозділів на зустрічах 2, 3, 4, 8.

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.

В ХНУ визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності усіма учасниками освітнього процесу, що визначені у таких документах: Статуті ХНУ (<http://bitly.ws/AU4n>), Стратегії розвитку ХНУ на 2021-2025 рр. (<http://bitly.ws/AU8c>), Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUqP>), Положенні про систему забезпечення академічної доброчесності в ХНУ (<http://bitly.ws/AUkL>), Кодексі академічної доброчесності учасників освітнього процесу ХНУ (<https://bit.ly/3srqZv6>), Положенні про діяльність ХНУ у сфері інтелектуальної власності (<http://bitly.ws/AUqX>), Положенні про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUr3>), Положенні про запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій у ХНУ (<https://bit.ly/4419oTT>), Положенні про порядок запобігання і врегулювання потенційного та реального конфлікту інтересів в діяльності посадових осіб ХНУ (<https://bit.ly/3QMeO6z>). ХНУ популяризує академічну доброчесність у науково-педагогічному середовищі і веде роз'яснювальну роботу зі здобувачами ВО, використовує відповідні технологічні рішення протидії порушенням академічної доброчесності (Anti-Plagiarism та Unicheck для перевірки унікальності тексту (<https://bit.ly/3E7bifr>)). Усі учасники освітнього процесу підписують Декларації щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/458UoJP>). Відділ забезпечення якості ВО ХНУ проводить заходи зі здобувачами ВО щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/3RG59i3>), на кафедрі проводиться опитування щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/44fnYlW>, <https://bit.ly/3zsgeD9b>). На сайті ХНУ створено скриньку для пропозицій і відгуків (<https://bit.ly/45gtMpK>), створено скриньку довіри на сайті факультету (<https://bit.ly/47EqvC8>) та кафедри (<https://bit.ly/45dHTw7>). В холі 4 корпусу є скриньки довіри від ректорату та від студентського самоврядування. Порушень академічної доброчесності учасниками освітнього процесу за ОП не зафіксовано, також про порушення не заявлено здобувачами ВО, НПП, керівництвом ХНУ і представниками відповідних структурних підрозділів на зустрічах 2, 3, 4, 8.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 5 не виявлено.

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

Слабких сторін та недоліків за даним критерієм не виявлено.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ЕГ встановила, що за формами атестації і контрольних заходів, критеріями оцінювання здобувачів ВО, які є чіткими, зрозумілими і сприяють досягненню ПРН, а також зрозумілими і доступними правилами проведення контрольних заходів, які забезпечують об'єктивність екзаменаторів і дотримання стандартів академічної доброчесності всіма учасниками освітнього процесу дана ОП відповідає нормативним вимогам Критерію 5. Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) та слабких сторін, недоліків не виявлено.

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.

Підготовку здобувачів ОП «Маркетинг» кафедра маркетингу здійснює із залученням викладачів кафедр ділової іноземної мови; економіки, аналітики, моделювання та інформаційних технологій в бізнесі. До реалізації ОП залучено 6 НПП, науковий ступінь доктора наук має 3 НПП атестат професора - 2 НПП, науковий ступінь кандидата наук – 3 НПП, атестат доцента – 4 НПП. Аналіз структури кадрів даної ОП підтверджує наступне: 1. Академічний та професійний рівень викладачів гарантує досягнення визначених цілей та програмних результатів ОП. Усі викладачі за освітою та науковими ступенями відповідають тематиці дисциплін. 2. Усі викладачі відповідають вимогам, визначеним у пункті 30 Ліц. умов провадження освітньої діяльності, забезпечуючи від 4 до 10 п. кадрових вимог. Гарант програми доцент Ірина Закрижевська відповідає за 7 п. 3. Високою є публікаційна активність НПП, що викладають обов'язкові ОК. Відповідність кваліфікаційного рівня викладачів забезпечується публікаціями за останні 5 р.: монографіями, навчальними посібниками, методичними роботами, науковими статтями, у т. ч. у Scopus і WoS, (проф. П.Григорук - 6, доц. К. Олександренко – 15, проф. А.Тельнов – 15, доц. В.Карпенко – 12, доц. І.Закрижевська – 12, доц. З. Андрушкевич - 10) та доповідями на конференціях (проф. П.Григорук - 5, доц. К. Олександренко – 8, доц. В.Карпенко – 5, доц. І.Закрижевська – 5, доц. З. Андрушкевич - 5). 4. Усі викладачі, які забезпечують викладання обов'язкових ОК, пройшли підвищення кваліфікації протягом останніх п'яти років як в Україні, так і за кордоном. 5. Три НПП є членами спеціалізованих вчених рад (проф. П.Григорук, доц. К.Олександренко, проф. А.Тельнов). 6. П'ять НПП є членами орг. комітетів, галузевих конкурсних комісій Всеукраїнських конкурсів наукових робіт зі спеціальності (проф. П.Григорук, проф. А.Тельнов, доц. В.Карпенко, доц. І.Закрижевська, доц. З. Андрушкевич). 7. Три НПП є членами редакційних колегій наукових журналів зі спеціальності (проф. П.Григорук, доц. К.Олександренко, проф. А.Тельнов). 8. Шість НПП є членами професійних та громадських об'єднань (проф. П.Григорук, доц. К. Олександренко, проф. А.Тельнов, доц. В.Карпенко, доц. І.Закрижевська, доц. З. Андрушкевич). 9. Два НПП приймали участь в атестації наукових кадрів в якості офіційних опонентів (доц. К.Олександренко, доц. І.Закрижевська). 10. Два НПП є експертами НАЗЯВО (проф. П.Григорук, доц. В.Карпенко). Інтерв'ювання ЕГ фокус-груп НПП, здобувачів, роботодавців, випускників та працівників структурних підрозділів ЗВО (зустрічі 2,4,6,7,8,10) підтверджує достатній рівень кваліфікації викладачів, що забезпечують освітній процес за ОП «Маркетинг».

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

Конкурсний відбір НПП регламентується Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП ХНУ (<https://bit.ly/3Yp9CRd>), що забезпечує відкритість, законність та обґрунтованість прийняття рішень шляхом виконання умов проведення конкурсу, вимог до претендентів на посади НПП, процедури конкурсного відбору та обрання за конкурсом, а також умови укладання трудового договору. Оголошення про конкурс в установлений термін оприлюднюється на сайті ХНУ (<https://bit.ly/3E51fYe>). При спілкуванні с представниками допоміжних структур ХНУ було з'ясовано, що претендент зобов'язаний надати: висновок про

професійні та особистісні якості, у якому відображена інформація про вищу освіту, рівень наукового ступеня та вченого звання, відповідність ОК який планує забезпечувати претендент, підвищення кваліфікації, відповідність встановленій кількості пунктів ліцензійних вимог, список наукових праць та копії документів, що підтверджують підвищення кваліфікації; стисло характеристику звіту про навчальну, методичну, наукову, організаційну, виховну роботу, підсумки рейтингового оцінювання за останні 5 років (для НПП ХНУ). Для оцінювання рівня професійної кваліфікації претендента, який не є викладачем кафедри, кафедра може запропонувати провести пробні лекції, практичні заняття у присутності НПП кафедри. У процесі конкурсного відбору враховують науковий доробок викладача, відповідність ліцензійним умовам, наявність практичного досвіду у певній сфері; стаж науково-педагогічної роботи; публікації у виданнях; участь у стажуваннях; підвищення кваліфікації рейтингування викладачів, результати опитування студентів. Процедури конкурсного добору НПП є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП, що підтверджено документально (положення та зустріч 8).

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

В ХНУ діє Положення про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3КОAmvz>), яким керується кафедра у процесі залучення роботодавців до забезпечення освітнього процесу. Під час зустрічі 6 підтверджено, що роботодавці (директор ТОВ «СТФАЛКОН», Президент Хмельницької торгово-промислової палати та Генеральний директор ТОВ «Престиж-Авто») беруть участь у розробці та перегляді освітньої програми, консультуючи щодо сучасних компетентностей та програмних результатів навчання, а також змісту окремих курсів. На офіційному веб-сайті розміщено 4 відгуки від роботодавців. Представники бізнесу, які взяли участь у зустрічах з експертною групою, підтвердили свою активну участь у таких процесах: Регіональний конкурс студентських рекламних проєктів, серед журі конкурсу роботодавці: Вадим Пилипчук – директор ТОВ «Хілларі Косметік», Наталія Буднецька – керівник відділу продажів ТОВ «ЛІТМА»; міжнародна конференція «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», яка проводиться кафедрою. Кафедрою маркетингу університету встановлено партнерські відносини та налагоджено співпрацю з ТОВ «ЛІТМА» ТОВ «Аквалон-Т», ПрАТ «Оболонь «Солодовий завод», ТОВ «Престиж-Авто», ТОВ «СТФАКОН», укладено договори, в межах дії яких здобувачі забезпечуються базами практик з можливістю написання наукових, кваліфікаційних (дипломних) робіт за реальною тематикою виробничо-комерційної діяльності підприємств СТОВ Аграрник», ТОВ «Гамма Техніка», ТОВ «Дрім Світ», ТОВ «ІКЛАВ», ТОВ «Автоцентр Статус Авто», Хмельницьке відділення ПрАТ СК «Уніка», ТДВ «Хмельницькзалізобетон». Роботодавці також долучаються до проведення атестації здобувачів вищої освіти (екзаменаційну комісію по захисту кваліфікаційних робіт магістрів очолювала протягом 2020-2022 рр. президент Хмельницької торгово-промислової палати Наталія Белякова).

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

У відомостях про СО зазначено та підтверджено під час інтерв'ювання гаранта ОП та фокус-груп НПП і роботодавців (зустрічі 1,2,6), про долучення професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців до проведення тренінгів та лекцій (за 2022-2023 рр. - 14 заходів). Зокрема: гостьова лекція «Marketing&Design» в межах вивчення ОК «Менеджмент он-лайн продаж» із залученням Анастасії Голуб, Web-Designer, Team Lead WEBMOZAİKA AGENCY, гостьова лекція «Формування та підтримка лояльності до бренду» Наталії Буднецької, директора фірмового магазину ТОВ «ЛІТМА», гостьова лекція «SMM стратегії та планування» магістрантки заочної форми навчання Анжеліки Слободянюк. Оксана Голубовська, PPC спеціаліст «OM OMD GROUP» забезпечує викладання практичних занять з ОК «Менеджмент он-лайн продаж» що дозволяє посилити практичну складову ОП. Здобувачі під час зустрічі 4 повідомили, що професіонали-практики, під час аудиторних занять розповідають про особливості професійної діяльності у маркетинговій сфері, проводять тренінги, розбирають кейси.

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

У ЗВО розроблено систему професійного розвитку викладачів, що відповідає потребам та інтересам НПП. Професійний розвиток викладачів ОП відбувається згідно Положення про підвищення кваліфікації науково-педагогічних і педагогічних працівників ХНУ. Для НПП Університету підвищення кваліфікації є обов'язковою складовою системи забезпечення якості освіти. Передбачено обрання викладачами форми підвищення кваліфікації (очна, заочна, дистанційна, мережева, дуальна, на робочому місці, на виробництві тощо). У ході зустрічі 8 було з'ясовано, що науково-педагогічним працівникам Університету рекомендується підвищувати кваліфікацію не рідше ніж один раз на п'ять років обсягом не менше 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Центр післядипломної освіти щороку формує план підвищення кваліфікації, а викладачі проходять його на базі ХНУ та за межами. Зокрема, на базі ХНУ отримали підвищення кваліфікації: П.Григорук, І.Закрижевська, А.Тельнов, З.Андрушкевич за програмою «Організація підготовки та процедура акредитації освітньої програми» у 2023 р., П.Григорук, І.Закрижевська за програмою «Розвиток професійних компетентностей» у 2022 р., І.Закрижевська, В.Карпенко, А.Тельнов, З.Андрушкевич за програмою «Педагогічна майстерність» у 2021 р., П.Григорук за програмою «Підготовка грантової заявки – від теорії до практики» у 2021 р., К.Олександренко за програмою «Ресурси та методи проведення

навчальних занять on-line в умовах карантину» у 2021 р. В.Карпенко, І.Закрижевська, З.Андрушкевич за програмою «Проектування освітніх програм в контексті стандартів вищої освіти» у 2018 р. Міжнародні стажування пройшли: В.Карпенко, І.Закрижевська у 2023 р., А.Тельнов у 2022 р., К.Олександренко в Анхальтському університеті прикладних наук «Digital Future: Blended Learning» (10.10.22-30.11.22). О.Голубовська підвищила кваліфікацію на засадах неформальної освіти: Google Ads Display Certification, Google Ads Video Certification. Під час інтерв'ювання фокус групи НПП (зустріч 2) було з'ясовано, що вони щорічно беруть участь у тренінгах, вебінарах з професійної тематики з метою особистісного та професійного розвитку і відповідності ОК, які вони викладають. Сертифікати викладачів розміщено на сайті кафедри в рубриках «Міжнародна діяльність» та «Організаційна діяльність».

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

У відомостях СО зазначено, що механізм стимулювання розвитку викладацької майстерності має матеріальний і нематеріальний характер. Нематеріальне стимулювання передбачає занесення на дошку пошани (П. Григорук наказ 66 від 16.06.2022 р.), до книги пошани, подяки ректора (А. Тельнов наказ 8-кв від 12.10.2022 р.), грамоти університету (І. Закрижевська накази 11-кв. від 8.10.2019 р., 2-кв від 12.10.2020 р.), грамоти на рівні міста, області (І. Закрижевська, К. Олександренко – грамоти Хмельницької обласної ради в 2022 р.); К. Олександренко грамоти НА Державної прикордонної служби України ім. Б.Хмельницького (23.02.2019 р., 14.05.2019 р.) та України за поданням від ХНУ (К.Олександренко подяка МОН України 05.2023 р.). Під час інтерв'ювання фокус-групи НПП (зустріч 2,3,8), ЕГ з'ясовано, що ЗВО реалізує механізм матеріального стимулювання викладачів через премії, якою скористалися наступні викладачі: за якісне виконання обов'язків, високі досягнення у праці в різні роки були премійовані П.Григорук, І.Закрижевська, В.Карпенко, З.Андрушкевич, А.Тельнов. В ХНУ діє Положення про щорічне рейтингове оцінювання роботи НПП ХНУ, на основі якого здійснюється преміювання кращих НПП за високі показники у науковій діяльності (П.Григорук, І.Закрижевська, В.Карпенко, К.Олександренко, З.Андрушкевич, А.Тельнов). У ЗВО діє система матеріального стимулювання за результатами публікаційної активності у виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах Web of Science Core Collection і/або Scopus (розпорядження № 113 від 20.12.2019 р.), премійовано П.Григорука (наказ 1-квп від 08.01.2020 р., наказ 10-квп від 25.03.2022 р.).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 6 не виявлено.

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

ЕГ рекомендує: посилити стимулювання НПП щодо підвищення рівня володіння іноземною мовою, що сприятиме розвитку професійних компетенцій викладачів, застосуванню ними практики викладання фахових освітніх компонент ОП іноземною мовою та підвищенню якості підготовки здобувачів, а також реалізуватиме можливість залучити до навчання іноземців. Пропонуємо реалізувати дану рекомендацію під час перегляду і оновлення освітньої програми, що може бути враховано у проєкті ОП 2024 р.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

ЕГ встановила, що організаційна та освітня діяльність за цією ОП відповідає нормативним вимогам Критерію 6. Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) не виявлено. Рекомендація щодо посилення стимулювання НПП до підвищення рівня володіння іноземною мовою сприятиме розвитку професійних компетенцій викладачів, застосуванню ними практики викладання фахових освітніх компонент ОП іноземною мовою, підвищенню якості підготовки здобувачів, залученню до навчання іноземців та може бути реалізована упродовж найближчих 3 років.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Під час зустрічі з адміністрацією ЗВО було встановлено, що джерела фінансування для забезпечення діяльності ЗВО та якості ОП поділяється на 2 фонди: загальний (державні видатки) та спеціальний (кошти отримані за надання освітніх послуг, наукові та міжнародні гранти (Erasmus+, Erasmus mobility, NAWA та інші) тощо). Площа навчальних приміщень складає 26102 м.кв. Під час огляду МТБ було продемонстровано навчальний корпус №4, де розташована кафедра маркетингу та проводяться аудиторні заняття. Вхід облаштований перилами та пандусами. У корпусі розташовані 3 укриття. Загальна кількість укриттів в університеті - 8, що дозволяє вміщувати до 4000 осіб. У приміщенні 4-го корпусу розташовані юридична клініка, мультимедійні аудиторії, комп'ютерний клас з програмним ліцензійним забезпеченням (М.Е.Дос, ПРРО Cashalot та інші), деканат, студентське кафе, методичний кабінет, на 1 поверсі скринька довіри тощо. У 3 корпусі продемонстровані великі лекційні аудиторії, буфет, приміщення приймальної комісії, адміністративний відділ. На території університету розміщено гуртожиток <https://ill.ink/TGdt8>, котельню, наукову бібліотеку <https://ill.ink/UDMqU> (що включає 3 читальні зали), спортивний корпус. Вхід до корпусів здійснюється через пропускну систему, у приміщеннях розміщені вогнегасники, плани евакуації, позначки укриттів. Навчально-методичне забезпечення також реалізується через інформаційну систему "Електронний університет" <https://ill.ink/NHrku> (доступ до індивідуальних навчальних планів, переліку курсів, залікових відомостей тощо) та інформаційну систему "Модульне навчальне середовище" <https://ill.ink/Me5Af> (доступ до навчальних дисциплін з лекційним, презентаційним матеріалами та завданнями), їх наповненість та функціонал було продемонстровано під час відео-зустрічей, що дає змогу підтвердити реалізацію цих програм у повній мірі. Організація освітнього процесу реалізована для денної та заочної форми навчання у дистанційному форматі. На території університету працює Wi-Fi. Наявна можливість ознайомитися з МТБ у режимі фото огляду кафедри <https://ill.ink/DLMrS> та 3D-туру по університету <https://ill.ink/cTxby>.

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 під час відео-зустрічей з фокус-групами встановила, що ЗВО забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до інфраструктури та інформаційних ресурсів, які необхідні для реалізації ОП Маркетинг. Студенти відмітили, що хоч вони навчаються дистанційно, однак за потреби можуть користуватися необхідними ресурсами ЗВО. Наукова бібліотека <https://ill.ink/UDMqU> забезпечує учасників освітнього процесу необхідними матеріалами у фізичному та онлайн режимі <https://ill.ink/lHeVr>, безкоштовним доступом до Web of Science, Scopus, Resech4Life, інституційного репозитарію тощо. Студенти зазначили, що вони проінформовані про можливість користуватися інфраструктурою ЗВО, однак на момент акредитації навчаються дистанційно, тому трапляються поодинокі випадки звернення до використання ресурсами ЗВО. Студенти, що проживали у гуртожитку, висловили про задоволення умовами проживання

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

Під час огляду корпусів та приміщень було продемонстровано пандуси біля входів, наявність вогнегасників, планів евакуації, системи відеонагляду, пропускну систему, показників з руху безпеки. Психологічну допомогу надає психологічна служба <https://ill.ink/VOWqy>, студенти зазначили, що знають про функціонування даної служби, однак не зверталися за консультаціями. Оприлюднено інформацію з охорони праці <https://ill.ink/4JxF7>, пожежної безпеки <https://ill.ink/MXpHD>, цивільного захисту <https://ill.ink/p1dXt>, техніки безпеки <https://ill.ink/dWbsy>. У 4 корпусі розташована фізична скринька довіри, звернення онлайн через скриньку довіри можна відправити на рівні університету <https://ill.ink/dCJDR>, факультету <https://ill.ink/T8gM3>, кафедри <https://ill.ink/A8Gwa>. У ХНУ функціонують Студентська туристична агенція <https://ill.ink/TwneV>, Студентський літературний театр "Глорія" <https://ill.ink/i9COs>, Спортивний клуб <https://ill.ink/U73GD>, Центр культури та естетичного виховання студентів <https://ill.ink/TfpBg>. Студенти проінформовані про діяльність даних відділів, але у зв'язку з дистанційною формою навчання не приєднуються до заходів. Вказані факти дають змогу стверджувати, що освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти та задовольняє їх потреби.

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

ЗВО забезпечує різносторонню підтримку студентів. У випадку виникнення запитань студенти звертаються до викладачів, представників студентського самоврядування <https://ill.ink/D9Exv>, первинної профспілкової організації студентів університету <https://ill.ink/d2leo>, гаранта ОП, працівників деканату та інших працівників ЗВО. За твердженням фокус-груп комунікація відбувається через месенджери (Viber, Telegram), електронну пошту та у віртуальному середовищі через інформаційну систему "Електронний університет" та інформаційну систему "Модульне навчальне середовище". Психологічна підтримка надається психологічною службою

<https://1ll.innk/VOWqu>, юридичною клінікою <https://1ll.innk/K9BYK> на безкоштовній основі. Актуальну інформацію та анонси можна знайти на офіційному сайті ЗВО <https://khmnu.edu.ua/>, Факультету економіки та управління <https://feu.khmnu.edu.ua/>, кафедри маркетингу <https://mr.khmnu.edu.ua/>, а також в соціальних мережах кафедри в Instagram <https://1ll.innk/vYo1e> та Facebook <https://1ll.innk/QL7WO>.

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

У ЗВО реалізація права на освіту особам з особливими освітніми потребами регулюється документами: Правила прийому до Хмельницького національного університету в 2023 році (зі змінами) <https://1ll.innk/nnvDO>, де перебачено категорію осіб із спеціальними умовами участі у вступній кампанії <https://1ll.innk/EURPi>; Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та представників інших маломобільних груп населення під час перебування на території Хмельницького національного університету <https://1ll.innk/8BEIP>. З метою створення єдиного інформаційного простору, що забезпечує науково-методичний та психолого-педагогічний супровід студентів, людей з особливими освітніми потребами, у ЗВО функціонує Лабораторія інклюзивної педагогіки <https://1ll.innk/t7FvY>. Для навчання та організації гуртків, освітніх та інших заходів для маломобільних груп населення створено лабораторію з ерготерапії <https://1ll.innk/sjIEQ>. Під час огляду МТБ було продемонстровано пандуси. За необхідністю навчання для таких осіб організується на 1 поверсі або у дистанційному форматі (за індивідуальним графіком навчання). На даній ОП відсутні здобувачі освіти з особливими освітніми 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.

У ЗВО розроблені наступні положення, що регулюють вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо): Положення про запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій у Хмельницькому національному університеті <https://1ll.innk/vVpvN>, Положення про запобігання та протидію булінгу у Хмельницькому національному університеті <https://1ll.innk/cih1r>, Положення про порядок запобігання і врегулювання потенційного та реального конфлікту інтересів в діяльності посадових осіб Хмельницького національного університету <https://1ll.innk/HVGJB>, Кодекс академічної доброчесності учасників освітнього процесу Хмельницького національного університету <https://1ll.innk/LrKgQ>. Антикорупційна складова забезпечується шляхом проведення заходів в університеті (щорічний план) та нормативними документами ЗВО, що розміщено у відкритому доступі на сайті <https://1ll.innk/YojsU>. Крім того, можна подати звернення через скриньку довіри у 4 корпусі або онлайн. Під час зустрічей з фокус-групами було встановлено, що студенти проінформовані про положення, розуміють алгоритм дій у разі виникнення конфліктних ситуацій. ЕГ зафіксувала, що випадків виникнення конфліктних ситуацій (включаючи пов'язані із сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо) не зафіксовано.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 7 не виявлено.

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

Слабких сторін та недоліків за даним критерієм не виявлено.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

ЕГ встановила, що дана ОП відповідає нормативним вимогам Критерію 7: матеріально-технічні ресурси та навчально-методичне забезпечення сприяє досягненню програмних результатів навчання; ЗВО забезпечує вільний доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів учасникам освітнього процесу; створено, оприлюднено та дотримано в освітній діяльності положення, правила та чіткі інструкції, що регулюють взаємовідносини учасників освітнього процесу; створено умови доступу та навчання для осіб з особливими освітніми потребами. Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) та слабких сторін, недоліків не виявлено. Враховуючи зазначені факти, ЕГ встановила відповідність Критерію 7 на рівень В.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

ЕГ пересвідчилася, що процедура розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в ХНУ здійснюється згідно положень: Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3E7mhWd>); Положення про учасників процесу розроблення, започаткування та супроводження освітніх програм у ХНУ (<https://bit.ly/3qCClvR>), Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3nx84xc>); Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3OGMdN5>); Положення про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3KOAmvz>). Під час розроблення ОП погоджується із завідувачами навчально-методичного відділу, відділу забезпечення якості вищої освіти, навчального відділу, представниками студентського самоврядування (зустрічі 7, 8). Проекти ОП розміщуються на офіційному сайті ХНУ для громадського обговорення та врахування інтересів і пропозицій стейкхолдерів (<https://bit.ly/3P4GSRm>), про що оголошується на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3QMpphH>). Запропонований проект змін до освітньої програми оприлюднюється на вебсайті ХНУ для громадського обговорення за місяць до його розгляду на засіданні Вченої ради університету (<https://bit.ly/3P4GSRm>, <https://bit.ly/3QMpphH>). Після громадського обговорення ОП з урахуванням отриманих зауважень та пропозицій погоджується Вченою радою факультету економіки і управління і затверджується Вченою радою ХНУ. Оновлення ОП проводиться щорічно і відображені у відповідних її структурних елементах (матрицях відповідності, переліку освітніх компонентів тощо), навчальному плані, робочих програмах навчальних дисциплін, програмі практики, силабусах тощо., про що було повідомлено під час зустрічі 2 з науково-педагогічним персоналом, що забезпечують освітній процес за ОП.

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 залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості. Пропозиції здобувачів щодо ОП, ОК, впровадження елементів неформальної освіти, практична спрямованість навчання, активне використання Інтернет-технологій у навчальному процесі та в процесі оволодіння професійними навичками, співпраця із стейкхолдерами виявляються в процесі опитування та публічних обговорень. Під час зустрічі зі студентським самоврядуванням (зустріч 5) було підтверджено, що вони є постійними учасниками неформальних зустрічей, в процесі яких висловлюють свої пропозиції, також члени студентського самоврядування входять до складу Вченої ради ХНУ та вченої ради факультету економіки і управління, під час засідань яких беруть участь в обговоренні питань внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти. ОП в обов'язковому порядку погоджується зі студентським самоврядуванням. Здобувачі підтвердили під час зустрічі 4, що були присутні у розширених засіданнях кафедри та надали пропозицію щодо змін в ОК Менеджмент он-лайн продаж (вилучити КР, продовжувати акцентувати увагу на практичних роботах з використанням додатків Google Ads, Facebook Ads), що засвідчують і результати опитування здобувачів, яке було проведено у травні 2023 р. та дана пропозиція врахована в ОП 2023 р.

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

Роботодавці безпосередньо залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери через їх залученість до проведення круглих столів, науково-практичних семінарів, практичних занять в умовах виробництва (<https://mr.khmnu.edu.ua/vidguky-3/>). Зокрема, було враховано пропозицію керівника фірми «Смарт-Логістик», введено до обов'язкової частини структури ОП ОК Іноземна мова (за професійним спрямуванням). За рекомендацією президента Хмельницької торгово-промислової палати в ОП 2023 р. внесено зміни: вивчення ОК Стратегічний маркетинг з 1 семестру перенесено в 2 семестр з метою ефективної підготовки до написання кваліфікаційної (дипломної) роботи та узагальнення знань, отриманих при вивченні інших ОК в 1 семестрі, додано 1 кредит для написання курсової роботи (зустріч 1, 6). Кафедра має зовнішніх партнерів, з якими укладено угоди щодо співпраці (<https://mr.khmnu.edu.ua/dogovory-pro-spivpracyu-iz-zarubizhnyumu-zvo/>),

<https://mr.khmn.edu.ua/dogovory-pro-spivpraczu/>). На зустрічі 6 свою залученість до процесів забезпечення якості ОП засвідчили представники сфери роботодавців у вигляді неформальних зустрічей, проведення тренінгів та гостьових лекцій.

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

ЕГ з'ясувала, що в ХНУ наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників. На базі університету функціонує Центр кар'єри і на зустрічі 8 його керівник розповіла про основні функції даного структурного підрозділу та вказала, що в університеті систематично проводяться Ярмарки вакансій, презентації, виставки, тренінги, зустрічі з фахівцями з метою надання допомоги при складанні резюме, рекомендації щодо пошуку робочого місця та проходження співбесіди. На експертній зустрічі з випускниками (зустріч 7) ЕГ переконалася, що кафедра підтримує тісні зв'язки з випускниками, які активно долучаються до формування, перегляду та реалізації ОП (беруть участь у проведенні лекцій, майстер-класів, участь у неформальних зустрічах, конференціях). Рекомендації випускників щодо розширення використання інструментів цифрового маркетингу в освітньому процесі були враховані при перегляді РП ОК Стратегічний маркетинг, при розробленні ОК Інноваційний маркетинг, при оновленні ОК Менеджмент он-лайн продаж. ЕГ пересвідчилася, що ЗВО вживає цілеспрямовані заходи задля здійснення моніторингу працевлаштування випускників, відстеження їх кар'єрного зростання і використовує їхній досвід під час перегляду ОП, а самі випускники продовжують традиції кафедри, стають носіями її цінностей та ідей.

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

Система забезпечення якості ХНУ забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі, реагує на виявлені недоліки в ОП, дані рекомендації враховуються гарантом і групою забезпечення. На зустрічі 8 завідувач відділу забезпечення якості вищої освіти підтвердила, що моніторинг якості реалізації ОП та якості освітньої діяльності з її реалізації проводиться щорічно і є обов'язковою процедурою. Відділом забезпечення якості вищої освіти проводяться опитування здобувачів щодо особливостей організації освітнього процесу під час війни та академічна доброчесність, а також кафедра проводить опитування НПП та роботодавців (зустрічі 1, 2, 6). Відділом забезпечення якості вищої освіти контролюється вчасність проведення опитування та висвітлення результатів на сайті кафедри, про що постійно звітується на ректоратах (зустрічі 3, 8). Так, рекомендації здобувачів ВО щодо розширення використання інструментів цифрового маркетингу в освітньому процесі були враховані при перегляді РП ОК Стратегічний маркетинг, Інноваційний маркетинг та Менеджмент он-лайн продаж, що сприяло осучасненню ОП та підвищенню її якості.

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

Гарант та НПП на зустрічах 1-2 зазначили, що результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти (зокрема зауваження та пропозиції, сформульовані під час попередніх акредитацій) беруться до уваги під час перегляду освітньої програми. Зокрема, рекомендації щодо активізації роботи з написання електронних навчальних посібників для самостійного вивчення студентами враховано, всі ОК забезпеченні методичними вказівками для самостійного вивчення; постійно відбувається розширення міжнародних зв'язків кафедри (укладено договори щодо співпраці з ACADEMI OF SILESIA, Katowice, Poland та Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu, Poland. Крім того, враховано рекомендації щодо збільшення кількості публікацій НПП у міжнародних фахових виданнях, що виконано на належному рівні. Таким чином, ЕГ мала змогу пересвідчитися, що університет враховує зауваження і пропозиції, висловлені експертами у попередніх акредитаціях.

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

В академічній спільноті ХНУ сформована культура якості, що сприяє постійному розвитку освітньої програми та освітньої діяльності за цією програмою. Найбільш вживаними процедурами внутрішнього забезпечення якості ОП є: практика проведення опитування стейкхолдерів, зокрема НПП щодо якості змісту та реалізації освітньої програми, її подальшого удосконалення, дотримання академічної доброчесності, організації освітнього процесу в умовах правового режиму воєнного стану, гнучких навичок для професійної діяльності з оприлюдненням результатів. Постійна Комісія вченої ради ХНУ із забезпечення якості освіти розглядає стратегічні питання щодо забезпечення якості освіти, Відділ забезпечення якості вищої освіти постійно моніторить результати опитувань, про що регулярно доповідається на ректоратах та науково-методичній раді з подальшим обговоренням на засіданнях

вчених рад факультетів, засіданнях кафедр для покращення процедур внутрішнього забезпечення якості (зустрічі 3, 8). Учасники академічної спільноти беруть участь в процесі розроблення й оновлення ОП. Зокрема, було враховано пропозицію представників академічної спільноти щодо заміни ОК Маркетинг інновацій на ОК Інноваційний маркетинг, перерозподілу кількості кредитів, що відведені на переддипломну практику (12 кредитів) та підготовку кваліфікаційної (дипломної) роботи (18 кредитів).

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 7 не виявлено.

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

Слабких сторін та недоліків за даним критерієм не виявлено.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

ЕГ встановила, що дана ОП відповідає нормативним вимогам Критерію 8. ЗВО послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми; здобувачі вищої освіти та роботодавці безпосередньо залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери; система забезпечення якості ЗВО забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі; результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти беруться до уваги під час перегляду освітньої програми; в академічній спільноті сформована культура якості, яка сприяє постійному розвитку освітньої програми. Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) та слабких сторін, недоліків не виявлено. Враховуючи зазначені факти, ЕГ встановила відповідність Критерію 8 на рівень В.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

1. Визначені чіткі і зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, є доступними для них та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

ЗВО розробив та ввів в дію чіткі та зрозумілі правила та процедури, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу. Вони є доступними і висвітлені на офіційному веб-сайті ХНУ: Статут Хмельницького національного університету (нова редакція) <https://ill.ink/pNSrb>, Правила внутрішнього трудового розпорядку Хмельницького національного університету зі змінами та доповненнями <https://ill.ink/d4ze6>, Положення про організацію освітнього процесу у Хмельницькому національному університеті <https://ill.ink/zCfBv>, Кодекс академічної доброчесності учасників освітнього процесу Хмельницького національного університету <https://ill.ink/LrKgQ>, Політика рівності Хмельницького національного університету <https://ill.ink/HbaHr>. На офіційному сайті ЗВО у рубриці "Наш університет", у вкладці "Нормативні документи" <https://ill.ink/4hpuUt> розміщено документи, що регулюють різні аспекти функціонування ЗВО (установчі документи, звіти, фінансові документи, ліцензування та акредитація, оренда тощо). Під час зустрічей із здобувачами освіти було встановлено, що їх інформують про розміщення необхідних даних на сайті ЗВО. На момент акредитації було виявлено, що не всі положення були опубліковані (Положення про первинну профспілкову організацію, Положення про органи громадського самоврядування (загальні збори трудового колективу – вищий орган громадського самоврядування) та інші). З метою забезпечення доступності та прозорості ЕГ рекомендує оприлюднити дані положення на відповідних вкладках веб-сайту до кінця навчального року.

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

пропозиції заінтересованих сторін.

На офіційному веб-сайті Хмельницького національного університету у вкладці "Навчання"- вкладка "Проекти освітніх програм"- сторінка "075 - Маркетинг" <https://1ll.innk/2UIDs> висвітлено проекти освітніх програм, починаючи з 2020 року, що дає змогу проаналізувати зміни до ОП протягом останніх 4 років. Також висвітлено таблицю обговорень, як узагальнення пропозицій щодо внесення змін до ОП <https://1ll.innk/kEWIM>. Пропозиції всі бажані сторони можуть надсилати на електронну пошту гаранта. На зустрічах з фокус-групами було встановлено, що проект висвітлюється у січні, обговорення триває кілька місяців (у березні відкрите засідання кафедри) і завершується затвердження ОП (програма на 2023-2024 н.р. затверджена рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету (протокол від 30.03.2023 №11)). Також на сайті кафедри є вкладка з інформацією щодо проектів програм та контактних даних для внесення пропозицій <https://1ll.innk/38C4H>.

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

На сайті ЗВО у вкладці "Навчання" - вкладка "Освітні програми" - "Магістратура" - 075 Маркетинг <https://khmnu.edu.ua/075-mr-m-op/> висвітлено загальну інформацію (опис) про освітні програми за даною спеціальністю, починаючи з 2019 року. На сайті кафедри маркетингу <https://mr.khmnu.edu.ua/> оприлюднено інформацію про навчальні плани <https://1ll.innk/AXt7R>, силабуси обов'язкових <https://1ll.innk/qdILy> та вибіркових <https://1ll.innk/IOMUj> дисциплін, опис освітньої програми та іншу інформацію в достатньому для інформуванні обсязі всіх зацікавлених сторін <https://1ll.innk/rvvAe>.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 9 не виявлено.

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

ЕГ встановила, що на момент акредитації не всі положення були оприлюднені (Положення про первинну профспілкову організацію, Положення про органи громадського самоврядування (загальні збори трудового колективу – вищий орган громадського самоврядування) тощо). Зазначений недолік за підкритерієм 9.1 не має суттєвого та/або фундаментального впливу на якість реалізації освітньої програми. ЕГ рекомендує з метою забезпечення прозорості та публічності оприлюднити необхідні положення на відповідних вкладках офіційного веб-сайту ЗВО до кінця навчального року.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

ЕГ встановила, що дана ОП відповідає нормативним вимогам Критерію 9. Сильних сторін (взірцевих та/або інноваційних практик) за Критерієм 9 не виявлено. Недолік за підкритерієм 9.1 немає фундаментального характеру та може бути реалізований до кінця навчального року з метою забезпечення прозорості, публічності та повноцінного висвітлення інформації, що може бути цікава стейкхолдерам.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Відсутні

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Зайцева Олена Іванівна

Члени експертної групи

Макаренко Наталія Олексіївна

Сіменик Євгеній Станіславович