

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Хмельницький національний університет
Освітня програма	36982 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Хмельницький національний університет
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	36982
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Вид освітньої програми	Освітньо-наукова

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Іваннікова Марина Миколаївна, Ткаченко Наталія Борисівна, Легеза Дарья Георгіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	14.06.2021 р. – 16.06.2021 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://bit.ly/3xMBpDa>

Програма візиту експертної групи <https://bit.ly/3xLE93J>

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

Під час роботи експертної групи (надалі ЕГ) в Хмельницькому національному університеті (надалі ХНУ) керівництво ХНУ та гарант освітньо-наукової програми (надалі ОНП) сприяв організації своєчасного та якісного проведення акредитації відповідно до затвердженої програми. На сайті ХНУ своєчасно була розміщена інформація про програму проведення акредитаційної експертизи та про організацію відкритої зустрічі для всіх бажаючих <https://bit.ly/35L6HhW>. Відповідно до сформованого запиту, ЕГ були надані для ознайомлення необхідні документи, що підтверджують дані звіту про самооцінювання та є доказовою базою для обґрунтування висновків ЕГ. Освітній процес за ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти у ХНУ здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та діючих Положень ХНУ. Вся необхідна інформація щодо організації освітнього процесу та реалізації ОНП «Маркетинг» знаходиться у публічному доступі <https://bit.ly/3wRClG6> та спрямована на пошук напрямків удосконалення з урахуванням потреб ринку та вимог різних груп стейкхолдерів.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

1. При реалізації ОНП гарантом та групою забезпечення створено умови партнерства із зовнішніми стейкхолдерами, такими як маркетингові та рекламні агенції; громадські організації, інші ЗВО України та Східної Європи з метою постійного вдосконалення освітньо-наукового процесу. 2. ОНП має відгуки та рецензії зовнішніх стейкхолдерів, які розміщені у відкритому доступі. 3. Університетом проводяться опитування здобувачів вищої освіти щодо оцінювання результатів навчання; якості викладання; якості організації самостійної роботи; організації дистанційного навчання в умовах карантину. 4. Силабуси, каталог вибіркового освітніх компонент оприлюднені на сайті Університету. 5. Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва є організатором щорічних науково-практичних конференцій «Маркетинг очима молоді» та «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», на яких обговорюється реалізація ОНП усіма зацікавленими стейкхолдерами освітнього процесу. 6. Науково-педагогічні працівники проходять міжнародне онлайн-стажування; мають членство в міжнародних конкурсах, публікують результати дослідження у міжнародних фахових виданнях, у тому числі у виданнях, що включені до наукометричних баз SCOPUS та WoS. 7. 100% НПП за ОНП мають науковий ступінь доктора наук; мають наукові публікації, що відповідають заявленим ПРН у ОК, які вони викладають на ОНП «Маркетинг», а також є членами професійних об'єднань за спеціальністю. 8. В екзаменаційних білетах освітніх компонент (далі ОК) містяться практичні завдання (ситуаційні та розрахункові). 9. В ХНУ запроваджено «Електронний журнал» для здійснення обліку поточної успішності здобувачів ВО. 10. Здобувачі ВО підписують декларацію щодо дотримання академічної доброчесності; здійснюється перевірка на наявність текстових збігів наукових статей, дисертаційних робіт, у т.ч. з використанням технічних засобів та спеціальних програм. 11. В ХНУ функціонують Відділ забезпечення якості вищої освіти; Центр аналітики, моніторингу та організації навчального процесу; Центр планування кар'єри. 12. В Університеті створено електронну інформаційну базу випускників. 13. Наявна достатня «критична маса» науковців, що здійснюють освітньо-наукову діяльність за ОНП. 14. За ОНП є досвід разової спеціалізованої ради із захисту дисертації за спеціальністю 075 «Маркетинг» на здобуття наукового ступеня PhD.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Слабкі сторони: 1. В ОНП 2017 зазначені документи, що були затверджені після введення в дію ОНП. 2. Потребує узгодження мета ОНП та місія ХНУ щодо запровадження сучасних технологій. 3. У НП 2020-2021 Асист. педагог. практика у графіку навч. процесу не зазначена як окремий вид виробничої практики. 4. Индив. осв. траєкторія більшості здобувачів має однакові вибіркові ОК та не реалізує міждисциплінарний принцип вибору. 5. У переліку основної літератури силабусу, РП окремих ОК відсутня новітня наук. література, у т.ч. англійська, опрацювання якої дозволить здобувачам ВО забезпечити ПРН. 6. Потребує оновлення зміст окремих ОК на основі наук. досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. 7. Написання реферату в завданнях СР не сприяє аналітичному, критичному і незалежному мисленню здобувачів. 8. В екзамен. білетах критерії оцінювання здобувачів є недостатньо чіткими, відсутня шкала оцінки кожного питання. 9. Перевірка робіт на антиплагіат не застосовується для всіх видів робіт. Моніторинг та розгляд виявлених випадків академ. недоброч-сті обмежений визначенням рівня унікальності тексту. Заходи для виключення можливості порушення академ. доброч-сті носять формальний характер. 10. На засіданні кафедри не обговорювалися пропозиції здобувачів ВО, отримані за результатами анкетного опитування: збільшення кількості занять з вивчення англійської мови, проходження закордонного стажування тощо. 11. Відсутня практика участі здобувачів ВО та НПП у програмах міжнародної академ. мобільності та міжнародних дослідницьких проєктах. Рекомендації: 1. Узгодити мету та фокус ОНП із загальною місією ХНУ щодо застосування сучасних технологій в осв.-наук. процес. 2. Узгодити години на проходження практики в ОНП, НП та програмі Асист. педагог. практики. 3. Розробити заходи щодо інформатизації здобувачів про наявний міждисциплінарний перелік ВК з метою удосконалення процесу вибору ОК. 4. Оновити зміст та список літератури в окремих силабусах/робочих програмах. Включити до списку літератури сучасні наук. видання. 5. Переглянути зміст самостійної роботи шляхом виключення рефератів та включення індив. та групових проєктів. 6. Надати консультативну допомогу здобувачам ВО до підготовки документів для подання заявки на грант. 7. Розглянути можливість включення до екзаменаційного білету шкалу оцінювання (максимальну кількість балів за кожне завдання), здійснювати внутрішнє рецензування екзамен. білетів. 8. Приділяти увагу не лише унікальності тексту, а й недопущенню інших аспектів академ., наук. доброч-сті. Здійснювати моніторинг випадків академ. недоброч-сті та приймати конкретні заходи реагування. У внутрішні документи ЗВО прописати процедуру щодо виключення здійснення наук. керівництва особами, які вчинили порушення академ. доброч-сті. 9. Розглянути на засіданні кафедри конкретні пропозиції здобувачів ВО, отримані

за результатами їх анкетного опитування. 10. Залучати здобувачів ВО до програм міжнародної академ. мобільності; участі у міжнародних дослідницьких проєктах.

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.

ОНП «Маркетинг» розроблена і затверджена у 2016 р. (протокол вченої ради ХНУ № 10 від 28.04.2016 р., <https://bit.ly/3xCRsmK>). У 2017 р. ОНП модернізовано (протокол вченої ради ХНУ №15 від 26.06.2017 р., <https://bit.ly/3gKZMdf>). В ОНП 2017 наводяться документи, затверджені пізніше введення її в дію: проєкт стандарту вищої освіти ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня (2019 р.); Закон України «Про освіту» (підписаний 05.09.2017 р., (<https://bit.ly/3gJVa05>); а також у списку використаних джерел (пункт 9 та 10) зазначені джерела, датовані груднем 2017 року та червнем 2018 року. ОНП 2020 (протокол вченої ради ХНУ № 1 від 27.08.2020 р. <https://bit.ly/3xС7P3k>) відповідає ОНП 2017 р. за виключенням форм проміжної атестації здобувачів. ОНП має чітко сформульовані цілі щодо формування на основі інтеграції виробництва, освіти і науки ефективної системи підготовки наукових кадрів, здатних продукувати новітні ідеї, розв'язувати комплексні проблеми маркетингу через здійснення дослідницької інноваційної діяльності, результати якої мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення. У стратегії розвитку ХНУ (Протокол Вченої ради ХНУ №7 від 29.12.20 р, <https://bit.ly/3xzom0n>) під місією університету мається на увазі розвиток інтелектуального потенціалу здобувачів ВО, науково-педагогічних працівників і співробітників Університету у процесі їх спільної інноваційної освітньої, наукової та підприємницької діяльності, здатних до успішної професійної самореалізації, трансферу технологій та знань, адаптованих до потреб сучасного світу та викликів життя. Відповідно проведеного аналізу місії, концептуальних положень та візії університету зазначених у Стратегії розвитку 2021-2025, встановлено що цілі та сутність ОНП «Маркетинг» відповідають основним концептуальним положенням однак не декларують суспільну ідею щодо трансферу технологій в освітній та науковий процес. Під час зустрічі 7 та відкритої зустрічі, випускником, роботодавцями, представниками інших закладів вищої освіти наголошено на важливість ОНП для підготовки наукових кадрів регіону і ЗВО. Формування цілей ОНП відповідно до місії та стратегії ЗВО підтверджено документально (ОНП, стратегією розвитку ХНУ) та онлайн зустрічами: 1, 2, 5, 7, відкрита зустріч.

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

Цілі ОНП та ПРН враховують пропозиції та потреби зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. Під час проведення відкритої зустрічі всіма учасниками було зазначено актуальність цієї ОНП та врахування їх потреб щодо формування додаткових навичок та результатів навчання за вибірковими компонентами. На зустрічах 1, 3, 4, та відкритій зустрічі наголошувалось на тому, що ОНП, її цілі, актуальність та наповненість постійно обговорюються на щорічній Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України». Відповідно до протоколу засідання робочої групи № 1 від 10.04.2020 (п. 4, Запиту ЕГ) були надані такі пропозиції стейкхолдерів щодо удосконалення ОНП: Лілік І.В. (президент ГО «Українська асоціація маркетингу») запропонувала ввести у перелік вибіркових дисциплін «CRM системи у забезпеченні маркетингової діяльності»; Перезова І.В. (завідувач кафедри маркетингу і контролінгу Івано-Франківського національно-технічного університету нафти і газу) запропонувала ввести дисципліну «HR-маркетинг» з метою осучаснення освітніх компонент вибіркової частини; Белякова Н.М. (президент Хмельницької торгово-промислової палати) запропонувала врахувати регіональний аспект розвитку торговельних підприємств за рахунок впровадження вибіркової компоненти «Трейд-маркетинг»; Ужва Р.Ю. (директор рекламної кампанії IMREV) зауважив на важливості діджиталізації сучасного ринку і запровадження дисципліни «Digital комунікації в маркетингу». Савицька Н.Л. (завідувач кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ) наголосила на можливості запровадження дуальної форми освіти при викладанні ОК «Асистентська педагогічна практика». Відповідно до наданих протоколів засідання робочих груп інших років, стейкхолдерами було рекомендовано внести в ОНП такі зміни: компетентність щодо здатності до інноваційної діяльності та ефективної комунікації на ринку; ПРН щодо реалізації та участі в міжнародних дослідницьких проєктах, вміти застосовувати знання з інформаційних технологій та швидко адаптуватись до потреб ринку. Відповідно до перегляду поданих за запитом документів, ЕГ встановлено, що незважаючи на пропозиції та рекомендації стейкхолдерів, змін в ОНП протягом 2018-2020 років не було. Протоколи засідань робочої групи, а також кафедри маркетингу та підприємницької діяльності за 2021 р. не було

надані з приводу того, що процес обговорення ОНП відбувається у червні 2021 року. Цілі ОНП визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін, що підтверджено онлайн зустрічами з гарантом ОП, науково-педагогічним персоналом, науковими керівниками, академічним персоналом інших ЗВО, здобувачами, роботодавцями та випускниками, що підтверджено документально (протоколи, результати опитування, ОНП) та онлайн зустрічами (1, 3, 4, 5, 7, 9, що свідчить про реальний характер залучення стейкхолдерів).

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.

Цілі ОНП та ПРН враховують тенденції розвитку ринку та спеціальності щодо здатності здобувачів розв'язувати комплексні проблеми маркетингу. За результатами зустрічі із гарантом зазначено, що ОНП розроблена на підставі сучасних тенденцій української науки та освіти, змін ринку та пропозицій стейкхолдерів. Результати відкритої зустрічі та зустрічі із роботодавцями показали, що робоча група ОНП «Маркетинг» ХНУ постійно співпрацює із вітчизняними ЗВО з метою врахування особливостей ринку праці: Харківський державний університет харчування та торгівлі, Чернівецький національний університет, Національний університет «Львівська політехніка», Івано-Франківський національно-технічний університет нафти та газу, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. На актуальність програми та цінність підготовки здобувачів в ХНУ за ОНП «Маркетинг» зазначив на відкритій зустрічі Даріуш Павліци, Університету економіки у Вроцлаві, (Польща). На відкритій зустрічі було підкреслено, що протягом 10 років кафедра маркетингу та торговельного підприємства співпрацює із Краківським університетом, Суспільною академією наук у Лодзі, Університетом імені Марії Кюрі-Склядовської в Любліні в напрямі обговорення науково-практичних проблем в області маркетингової діяльності підприємств. Під час зустрічей із гарантом, роботодавцями та відкритої зустрічі було підкреслено галузеву спрямованість програми у торговельній сфері. На актуальність професії та затребуваність в регіоні випускників за спеціальністю «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня було наголошено на зустрічі із роботодавцями. Лілік І.В. запропонувала врахувати особливості маркетингу торговельних підприємств, що в подальшому сформуло унікальність програми. Нянько В.М., проректор з навчальної роботи ПВНЗ «Університет економіки та підприємництва», наголосив на актуальності діджиталізації та використання цифрових технологій в маркетингу. Кострубська А.Ф., директор маркетингової агенції TheKasta, Белякова Н.М., президент Хмельницької торговельно-промислової палати, та Ужва Р.Ю., директор Digital-агенції Imgev, акцентували увагу на тому, що в регіоні збільшився попит фахівців PhD рівня, адже саме такі спеціалісти здатні на саморозвиток та створення власних наукових розробок. Врахування тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, досвіду вітчизняних та іноземних програм підтверджено онлайн зустрічами з гарантом ОП, науковими керівниками, роботодавцями, представниками академічної спільноти, які підтримують зв'язки з ЗВО і приймають активну участь у формуванні цілей ОНП та програмних результатів навчання, що підтверджено документально (протоколи засідань робочих груп, інформація з офіційної сторінки кафедри маркетингу і торговельного підприємства) та онлайн зустрічами (1, 4, 7, відкрита зустріч).

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.

На момент створення та реалізації ОНП Стандарт вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня відсутній. При формуванні ОНП 2020 р. гарантом враховано проект Стандарту вищої освіти <https://bit.ly/3xD8j9o> та вимоги Національної рамки кваліфікацій. Програмні результати ОНП 2020р. відповідають дескрипторам 8 рівня Національної рамки кваліфікації для відповідного кваліфікаційного рівня. Знання: ЗН Концептуальні та методологічні знання в галузі чи на межі галузей знань або професійної діяльності – ПРН01, ПРН04, ПРН06. Уміння/навички: Ум1 Спеціалізовані уміння/навички і методи, необхідні для розв'язання значущих проблем у сфері професійної діяльності, науки та/або інновацій, розширення та переоцінки вже існуючих знань і професійної практики – ПРН01, ПРН03, ПРН05, ПРН06; Ум2 Започаткування, планування, реалізація та коригування послідовного процесу ґрунтового наукового дослідження з дотриманням належної академічної доброчесності – ПРН03, ПРН04, ПРН05; Ум 3 Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та комплексних ідей – ПРН03, ПРН06. Комунікація: К1 Вільне спілкування з питань, що стосуються сфери наукових та експертних знань, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством у цілому – ПРН02, ПРН04, ПРН06; К2 Використання академічної української та іноземної мови у професійній діяльності та дослідженнях – ПРН02. Відповідальність і автономія: ВА1 Демонстрація значної авторитетності, інноваційності, високої ступеня самостійності, академічна та професійна доброчесність, постійна відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності – ПРН04, ПРН05, ПРН07; ВА 2 Здатність до безперервного саморозвитку та самовдосконалення – ПРН 04, ПРН05, ПРН07. Програмні результати навчання відповідають вимогам національної рамки кваліфікацій 8 кваліфікаційного рівня, що підтверджено документально (ОНП та НРК).

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

1. ОНП «Маркетинг» активно обговорюється на круглих столах, міжнародній науково-практичній конференції, семінарах, зустрічах із роботодавцями. 2. При розробці ОНП було враховано досвід вітчизняних ЗВО, що робить програму конкурентною на регіональному ринку. 3. ОНП має галузеву спрямованість щодо врахування особливостей торговельного підприємства.

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

Недоліки: 1. В ОНП 2017 використані документи, що були затверджені після дати затвердження та вводу в дію ОНП (вересень 2017, 2018, 2019 рр.). 2. Цілі ОНП не повністю відповідають місії університету щодо впровадження сучасних технологічних систем в освітній та науковий процес. Рекомендації: 1. Узгодити мету та фокус програми із загальною місією університету щодо застосування сучасних технологій у сфері маркетингу.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

ОНП в цілому відповідає вимогам підкритеріїв 1.3 та 1.4, та частково відповідають підкритеріям 1.1 та 1.2. Проектування та цілі ОНП загалом відповідають вимогам критерію 1 з недоліками, що не є суттєвими. ОНП реалізується у співпраці із представниками вітчизняних ЗВО, при формуванні додаткових результатів навчання враховується думка роботодавців регіону. В ОНП 2017 наводяться документи, що були створені та введені в дію після затвердження цієї ОНП. Однак, такий недолік суттєво не впливає на реалізацію ОНП 2020. З 2017 року ОНП «Маркетинг» оновлювалась лише в контексті зміни переліку вибіркового компонент, які передбачають здобуття програмних результатів, наведених в ОНП. Цілі, фокус програми, перелік компетентностей та результатів навчання не оновлювались протягом 2018-2020 років.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Обсяг ОНП у кредитах ЄКТС відповідає вимогам законодавства за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Загальний обсяг ОНП становить 60 кредитів, що відповідає вимогам п.26 Постанови КМУ «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)», відповідно до якого обсяг освітньо-наукової програми підготовки докторів філософії становить 30-60 кредитів ЄКТС (<https://bit.ly/3wLRSrd>). Обсяг обов'язкових ОК становить 44 кредити ЄКТС (73,3%), що розподілені за блоками: дисципліни загально-наукової підготовки (4 кредити ЄКТС), що відповідає п.27, абз.3 Постанови КМУ «оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями»; дисципліни іншомовної підготовки (8 кредитів ЄКТС), що відповідає п.27, абз.5 Постанови КМУ «здобуття мовних компетентностей»; дисципліни поглибленої професійної підготовки (22 кредити ЄКТС), що відповідає п.27, абз.2 Постанови КМУ «здобуття глибинних знань із спеціальності». Дисципліни універсальної підготовки дослідника (10 кредитів ЄКТС) частково відповідають п.27, абз.4 Постанови КМУ «набуття універсальних навичок дослідника» щодо застосування сучасних інформаційних технологій у науковій діяльності. Аналіз ОНП та матриць відповідності показав, що ФКОЗ «Здатність застосовувати сучасні інформаційні технології, економіко-математичні методи і моделі, бази даних, електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності» не передбачена при здобутті ОК універсальної підготовки дослідника. В той же час, ОК «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», яка розміщена в циклі поглибленої професійної підготовки, передбачає здобуття названої компетентності. Обсяг вибіркового компонент становить 16 кредитів ЄКТС (26,7%). Відповідно до аналізу внутрішніх положень ХНУ та результатів зустрічі із адміністративним персоналом було зазначено, що в університеті сформований каталог ВК за всіма спеціальностями, де кожний компонент прирівнюється до 4 кредитів ЄКТС, що передбачає здобуття чотирьох компонентів (4 ВК*4 кредити ЄКТС = 16 кредитів ЄКТС) за ОНП «Маркетинг» за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Під час фокус-групи ЕГ уточнено, що здобувачі мають право обирати ВК з різних ОП, що передбачені вибіркоким каталогом. Обсяг ОНП та окремих ОК відповідає вимогам законодавства, що підтверджено документально (ОН, Постанова КМУ) та онлайн зустрічами 1, 2, 3, 8.

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.

ОНП розроблена відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу» (протокол Вченої ради за № 3 від 31.10.2019 р.: <https://bit.ly/3zD4DGt>); Положення «Про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ» (Протокол Вченої ради за №5 від 26.12.2019 р.: <https://bit.ly/3wLXlhx>). Зміст ОНП структурований, освітні компоненти взаємопов'язані між собою. В той же час, наведені в структурно логічній схемі шифри дисциплін ускладнюють розуміння і сприйняття інформації. ОНП має структурно-логічну послідовність вивчення компонентів освітньої програми (пререквізитів та кореквізитів), що надає можливість стейкхолдерам оцінити рівень загальної та професійної підготовки необхідний для здобуття компоненти. За результатами зустрічей 1, 3 та резервної зустрічі, ЕГ встановлено, що наведений перелік компонент надає можливість здобувачу досягти заявленої цілі та програмних результатів. Освітня програма дозволяє досягти ПРН через синтез кількох дисциплін, які корелюються із загальними компетентностями, зокрема: ПРН02 «Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефаківцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях» (ДФУПДо1 «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», ДФУПД 03 Асистентська педагогічна практика», ДФІМПо1 «Іноземна мова за академічним спрямуванням», ДФІМПо2 Іноземна мова: іншомовна комунікація», ДФПППо2 «Інформаційні технології у наукових дослідженнях»). В той же час ПРН03 «Розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп'ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямках» досягається лише при здобутті компонент ДФУПДо2 «Управління науковими проектами» та ДФПППо2 «Інформаційні технології в наукових дослідженнях». На зустрічі із НПП було встановлено, що при викладанні компоненти ДФПППо2 здобувач отримує навички володіння Office 2016 та Google інструменти. Відповідно до наведеної робочої програми (<https://bit.ly/3zK57KI>) на сайті ХНУ, здобувачі отримують навички з комп'ютерного моделювання, прогнозування та проведення аналітичних розрахунків на лабораторних заняттях 6, 7, 8. Під час зустрічей із здобувачами та резервної зустрічі, із спеціалізованих маркетингових програм та онлайн платформ, що були використані протягом навчання, були зазначені Canva та Бітрікс24. Перелік компонент вибіркового каталогу забезпечує здобуття додаткових компетенцій та програмних результатів залежно від індивідуальних запитів здобувачів та кон'юнктури ринку та має міждисциплінарний характер. Зміст ОНП в сукупності дозволяє досягти заявлених цілей та ПРН, що підтверджено документально (внутрішні положення, ОНП, робочі програми) та онлайн зустрічами 1, 3, 5.

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

ОНП не є міждисциплінарною. У п. 3.9 Положення «Про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ» (Протокол Вченої ради за №5 від 26.12.2019 р.: <https://bit.ly/3wLXlhx>) зазначено, що загальна частина ОНП підготовки доктора філософії повинна включати компоненти, що передбачають здобуття загальнонаукових компетентностей (відповідає ОНП у циклі ДФЗНП), універсальних навичок дослідника (відповідає ОНП у циклі ДФУПД) та мовних компетентностей (відповідає ОНП у циклі ДФІМП). Обов'язкова частина включає дисципліни, що передбачають здобуття глибинних знань і компетентностей зі спеціальності (відповідає ОНП у циклі ДФППП). Зміст ОНП відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності, що підтверджено документально (внутрішні положення, ОНП, НП) та онлайн зустрічами 1, 3.

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

Структура ОНП передбачає можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами ОК у обсязі 16 кредитів ЄКТС (4 дисципліни по 4 кредити ЄКТС, що становить 26,7% та відповідає законодавству України). Процедура формування індивідуальної освітньої траєкторії регламентується: такими положеннями «Про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ» (протокол Вченої ради за №5 від 26.12.2019 р.: <https://bit.ly/3wLXlhx>); «Про організацію освітнього процесу» (протокол Вченої ради за № 3 від 31.10.2019 р.: <https://bit.ly/3zD4DGt>); «Про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін у ХНУ» (протокол Вченої ради за №1 від 29.08.2019 р.: <https://bit.ly/3zIn9Ny>); «Про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти ХНУ» (протокол Вченої ради за №1 від 29.08.2019 р.: <https://bit.ly/3xHTSuh>). Варіативна частина формується із компонентів вибіркового каталогу <https://bit.ly/3gMSTIN>. Здобувач має право обрати будь-яку дисципліну із суміжних спеціальностей, що підтверджено зустрічами з гарантом ОНП, здобувачами та адміністративним персоналом, та п.3.4. Положення «Про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти ХНУ». Відповідно до п.4.1 цього Положення «кафедра/гарант допомагають отримати інформацію щодо вибіркового каталогу», також у п.4.3 Положення зазначено, що здобувач має обрати вибірково дисципліни «у вересні – на перший рік навчання і у червні – на другий рік навчання». На зустрічі із здобувачами, працівниками структурних підрозділів та резервній зустрічі було

зазначено, що здобувач отримує інформацію про вибіркові дисципліни у відділі аспірантури і обирає необхідні ОК після затвердження теми дисертаційного дослідження. Відповідно до Положення, процедура вільного вибору дисциплін передбачає: ознайомлення здобувачів з порядком вибору; запис здобувачів на вивчення ВК; опрацювання заяв здобувачів деканатами факультетів, попереднє формування груп; повторний запис здобувачів, яким з певних причин відмовлено у виборі дисципліни; остаточне опрацювання заяв деканатами та представниками навчального відділу, формування мобільних груп. Під час зустрічі з працівниками структурних підрозділів ЗВО уточнено, що здобувачі мають право обирати ВК за заявами в аспірантурі, що не відображено у Положенні. Відповідно до запиту ЕГ, на підтвердження формування індивідуальної траєкторії, гарантом надано заяви здобувачів (п.10 Запиту ЕГ), які свідчать, що 8 із 9 здобувачів обрали однакові дисципліни: «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «Підприємницькі мережі: форми організації міжфірмової взаємодії суб'єктів підприємництва», «Start-up маркетинг», «Сучасні концепції управління розвитком соціально-економічних систем». Структура ОНП передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, що підтверджено документально (внутрішні положення, заяви здобувачів, каталог дисциплін) та онлайн зустрічами 1, 5, 8.

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

Практична підготовка здійснюється відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу» (протокол Вченої ради за № 3 від 31.10.2019р., <https://bit.ly/3zD4DGt>). Згідно п.5.4 цього положення асистентська практика як вид практичної підготовки відноситься до виробничої практики. Порядок проходження практики передбачений Положенням «Про практичну підготовку здобувачів вищої освіти у ХНУ» (протокол Вченої ради за №14 від 29.04.21 р.), в якому зазначається мета, база практики, організація підготовки та керівництво практикою. Відповідно до діючого Положення на кафедрі маркетингу та торговельного підприємництва розроблена та оприлюднена програма педагогічної (асистентської) практики (протокол №1 від 28.09.20 р, <https://bit.ly/3qgoJib>). В ОНП та навчальному плані враховано години на практичну підготовку здобувачів (<https://bit.ly/3vLWJag>). Слід зазначити, що в навчальних планах 202-2021рр заочної та денної форми навчання не відображено проходження асистентської педагогічної практики у графіку навчального процесу. В той же час на другому курсі на тижнях 1 та 24 запланована практика впродовж семестру, а у зведеному бюджеті часу передбачено 0 годин на практику, також в плані навчального процесу проходження практики як освітньої компоненти ДФУПДоз «Асистентська педагогічна практика» аудиторне навантаження невраховане. В календарних планах звітів здобувачів асистентська педагогічна практика проходить протягом 3 та 4 семестру. За п 2.1 ОНП, «Перелік компонент освітньої програми» зазначено, що практика проходить у 4 семестрі, що підтверджено планом навчального процесу. Відповідно до запиту ЕГ, на підтвердження практичної підготовки, гарантом було надано приклади звітів Королькова В.О. та Цурської Б.Г. (п. 11 Запиту ЕГ). Асистентська педагогічна практика передбачає наступні елементи: вивчення досвіду викладачів ХНУ, розробка змісту навчальних занять, асистування під час навчальних занять, виконання індивідуального завдання. Відповідно до наданих документів, встановлено, що Цурській Б.Г. було перераховано години на проходження стажування у ХНУ як частину асистентської педагогічної практики (вивчення досвіду викладачів) в обсязі 2 кредити ЄКТС, що є позитивною практикою ХНУ. Робота зі звітами здобувачів та програмою педагогічної (асистентської) практики показала, що протягом проходження практики здобувач оволодіває наступними компетенціями: ЗК02 «Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел – розділ 2 та 4 звіту про практику», ФК02. «Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних наукових текстів за напрямом досліджень», ФК04. «Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті» – розділ 3 звіту про практику. ОНП передбачає практичну підготовку здобувачів, що підтверджено документально (внутрішні положення, програма практики, ОНП, НП, звіти з практики) та зустрічами 1, 5, 8.

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

ОНП передбачає набуття soft skills під час навчання та проведення наукової роботи. Під час зустрічей із здобувачами та НПП, ЕГ встановлено, що здобувачі ОНП «Маркетинг» за третім (освітньо-науковим) рівнем освіти оволодівають такими soft навичками як робота в команді, стресостійкість, вміння дискутувати, креативність, адаптація до ситуації. Соціальні навички формуються у межах вивчення ОК «Інформаційні технології в наукових дослідженнях»: комунікаційні навички презентації результатів досліджень; навички пошуку і аналізу інформації з різних джерел; тайм-менеджмент; стресостійкість; управлінські навички прийняття рішень; навички креативного мислення; ОК «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень»: комунікаційні навички презентації результатів досліджень; навички пошуку і аналізу інформації з різних джерел; тайм-менеджмент; управлінські навички прийняття рішень; навички креативного мислення; ВК «Start-up маркетинг»: навички роботи в команді, креативність, вміння формування бізнес ідей. Ораторські навички та вміння презентувати наукові результати здобувачі оволодівають під час організації та участі у Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України». В ХНУ організований конкурс проєктів науково-дослідницьких робіт (<https://bit.ly/3gKXZ9r>), в результаті участі якого здобувачі набувають навички самостійності та саморозвитку, вільне спілкування та ведення дискусії, демонстрація інноваційних ідей, що відповідає 8 рівню Національної рамки кваліфікацій. За результатами зустрічі із здобувачами та НПП визначено, що викладачі використовують різноманітні методи надання інформації та контролю вивчення матеріалів: кейс стаді, дискусії, що використовувались на заняттях з дисциплін «Стратегічний маркетинг менеджмент», «Філософські науки», «Управління науковими проєктами». В ОНП не зазначено загальні компетентності, що передбачають набуття

здобувачами BO soft skills. Однак, під час спілкування ЕГ зі здобувачами ВО та НПП встановлено, що фактично тайм-менеджмент, стресостійкість, навички креативного мислення забезпечуються у навчальному процесі. У той же час, ОНП забезпечуються за рахунок фахових компетентностей: ФКО2 «Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англійських наукових текстів за напрямом досліджень», ФКО6. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. ОНП передбачає набуття здобувачами соціальних навичок, що підтверджено документально (ОНП, НРК) та онлайн зустрічами 1, 3, 5.

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

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг» 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.

Навантаження здобувачів регламентується Положенням «Про організацію освітнього процесу ХНУ» (протокол Вченої ради за № 3 від 31.10.2019 р.: <https://bit.ly/3zD4DGt>). Відповідно до Положення п.6.3.2., на здачу одного іспиту передбачено один тиждень, усі види практик проводяться поза термінами теоретичного навчання. Згідно аналізу навчального плану денної форми навчання 2020-2021 рр. встановлено, що у першому семестрі передбачено два тижні семестрового контролю при запланованих трьох іспитах, у другому семестрі – один тиждень семестрового контролю при запланованих двох іспитах. За дисциплінами «Іноземна мова за академічним спрямуванням» та «Іноземна мова: іншомовна комунікація» за навчальним планом передбачено два семестри навчання, однак у графі «семестровий контроль» зазначено лише один вид контролю, також в ОНП зазначений один семестр навчання. «Асистентська педагогічна практика», що запланована у 4 семестрі, відповідно до навчального плану не має аудиторних годин, в той же час у зведеному бюджеті часу зазначено «0» годин на практику, в графіку навчального процесу під час проведення асистентської (педагогічної) практики у четвертому семестрі передбачено теоретичне навчання, що не відповідає п. 6.3.2. Положення «Про організацію освітнього процесу ХНУ». У графіку навчального процесу у на 1 та 24 тижні 2 курсу навчання передбачено «практика впродовж семестра».

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.

ОНП третього (освітньо-наукового) рівня навчання за спеціальністю 075 «Маркетинг» не передбачає підготовки здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти. На зустрічі із роботодавцями була підтримана ініціатива участі у проєкті запровадження дуальної форми навчання на кафедрі з боку роботодавців. Відповідно до наданих ЕГ протоколів засідання робочої групи (протокол №1 від 10.04.2020, п. 4 Запиту ЕГ) та результатів зустрічі із гарантом, дуальна форма освіти є актуальною та можливою при імплементації ОК «Асистентська педагогічна практика». Названі причини можуть бути підставами активізації дуальної форми освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

1. Структура ОНП передбачає можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами ОК за різними спеціальностями. 2. Освітньо-науковий процес передбачає здобуття таких soft skills як стресостійкість, командна робота, тайм менеджмент.

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

Недоліки: 1. Процедура вибору освітніх компонентів не враховує функції відділу аспірантури та докторантури згідно Положення «Про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін у ХНУ». 2. 8 із 9 здобувачів, при формуванні своєї індивідуальної освітньої траєкторії, обрали однакові 4 вибіркового ОК. 3. В графіку навчального процесу НП 2020-2021 рр. заочної та денної форми навчання не відображено години на практичну підготовку. В ОНП та НП зазначено проходження практики у 4 семестрі. Рекомендації: 1. У Положенні «Про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін у ХНУ» передбачити функції та відповідальність відділу аспірантури у порядку формування вибіркового компонент здобувачів третього

освітнього рівня. 2. У процесі формування індивідуальної траєкторії передбачити заходи щодо інформатизації здобувачів про варіативність ВК у ХНУ через поширення силабусів, проведення презентацій ВК, зустрічі із викладачами та консультації з науковими керівниками. 3. Узгодити години на проходження практики в ОНП, НП та програмі асистентської педагогічної практики.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Проектування та цілі ОНП загалом відповідають вимогам підкритеріїв 2.1, 2.2, 2.3, 2.6, 2.8 та частково підкритерію 2.4 та 2.5 з недоліками, що не є суттєвими та можуть бути усунені при оновленні ОНП. Обсяг ОНП та ОК відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження. Зміст ОНП в сукупності дозволяє досягти заявлених цілей та ПРН та відповідає предметній області спеціальності «Маркетинг». Структура ОНП передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії. В ОНП, НП та та програмі Асистентської (педагогічної) практики не узгоджені строки та години, що передбачені на практичну підготовку. Дуальна форма освіти в ХНУ не передбачена.

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

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

Правила прийому на навчання в аспірантурі ХНУ за ОНП «Маркетинг» розроблено відповідно до Закону України «Про вищу освіту», розміщено у відкритому доступі на сайті ЗВО <https://bit.ly/2Scg1Iq>. Правила прийому сформульовані чітко, є зрозумілими для усіх учасників освітнього процесу й не містять дискримінаційних положень.

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

Вступ на ОНП «Маркетинг» у ХНУ здійснюється відповідно до Правил прийому на навчання до аспірантури у ХНУ: <https://bit.ly/2Scg1Iq> за Програмою вступних фахових випробувань для навчання за ОНП доктора філософії спеціальності 075 «Маркетинг»: <https://bit.ly/3q74N4e>, фахового вступного випробування з іноземної мови <https://bit.ly/3q9cokh> та за Програмою додаткового вступного випробування для навчання за ОНП доктора філософії спеціальності 075 «Маркетинг» <https://bit.ly/3q9cokh> для здобувачів, які мають вищу освіту за відповідним II рівнем за іншою галуззю знань на ОНП «Маркетинг». Відповідно до чинних у ЗВО документів набір на навчання до аспірантури за ОНП здійснюється на базі диплому про вищу освіту ОКР «магістр». Структура змістовної складової Програми вступних фахових випробувань для навчання за ОНП доктора філософії спеціальності 075 «Маркетинг» відповідає змісту компетентностей, які враховують особливості ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти.

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.

Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО у ХНУ здійснюється відповідно до Положення про порядок визнання та перезарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ: <https://bit.ly/ziWSM01> та Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ХНУ: <https://bit.ly/2SaVDHC>. Правилами прийому на навчання до аспірантури ХНУ здобувачам надано можливість визнання міжнародних сертифікатів тестів TOEFL, або International English Language Testing System, або сертифікатом Cambridge English Language Assessment на рівень володіння іноземною мовою, зокрема англійською, та звільнення від складання вступного іспиту з іноземної мови з прирівнюванням до найвищого балу за результатами іспиту. На ОНП «Маркетинг» ХНУ випадків перезарахування результатів навчання під час академічної мобільності не було, але мало місце перезарахування результатів навчання здобувачці, яка поновилася на навчання у ХНУ після навчання у Львівському торговельно-економічному університеті за ОНП «Маркетинг». В результаті здобувачці перезарахувались 28 кредитів ЄКТС, про що наведено у Відомостях про СО та підтверджено здобувачкою під час акредитаційної експертизи. ЄГ рекомендується використовувати на ОНП можливості

внутрішньої академічної мобільності здобувачів, а також міжнародної академічної мобільності, що посилить визнання результатів навчання за ОНП на міжнародному рівні саме за навчальною складовою.

4. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті в ХНУ регламентуються Положенням про порядок визнання та перезарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ <https://bit.ly/z1WSM01>. За ОНП «Маркетинг» здобувачам ВО запропоновано дистанційні курси на платформі онлайн-навчання Prometheus «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» за ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент»; «Інтелектуальний аналіз даних: наука про дані та датамайнінг» та «Big Data» за ОК «Інформаційні технології в наукових дослідженнях»; та розробка власного дослідження за ОК «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень». У відомостях про СО та під час акредитаційної експертизи були відзначено відсутність таких випадків, за якими здобувачі користувались запропонованим правом. Зокрема, під час зустрічі з гарантом ОНП було відзначено можливість здобувачів проходити додаткові короткотермінові курси для отримання soft-skills з усіх ОК за ОНП, але здобувачі таких можливостей не використовували. ЕГ рекомендує посилити стимулювання здобувачів ОНП «Маркетинг» для додаткового навчання у неформальній освіті з метою посилення здобутих ПРН під час навчання.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Правила прийому на навчання за ОНП викладені чітко і зрозуміло, не містять ознак дискримінації для вступників на ОНП, містять вимоги до розрахунку конкурсної пропозиції під час вступу, оприлюднені на офіційній сайті ЗВО. Правилами прийому здобувачам надано можливість визнання міжнародних сертифікатів тестів TOEFL, або International English Language Testing System, або сертифікатом Cambridge English Language Assessment на рівень володіння іноземною мовою, зокрема англійською, та звільнення від складання вступного іспиту з іноземної мови з прирівнюванням до найвищого балу за результатами іспиту. Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО та отриманих у неформальній освіті здійснюється відповідно до внутрішніх положень ЗВО, є чіткими та структурованими.

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

Недоліки: ЕГ серед недоліків відзначено відсутність випадків використання здобувачами неформальної освіти та програм внутрішньої або міжнародної академічної мобільності. Рекомендації: ЕГ рекомендує посилити розвиток додаткових навичок здобувачів саме через здобуття неформальної освіти на наявних у вільному доступі додаткових освітніх курсах а також через участь у програмах внутрішньої або міжнародної академічної мобільності.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Відповідно до визначених сильних сторін та недоліків у контексті Критерію 3, ЕГ вважає, що доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання на ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями.

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.

Згідно НП підготовки доктора філософії за ОНП «Маркетинг» видами навчальних занять є лекція, лабораторне та практичне заняття. Проведення семінарських занять навчальним планом не передбачено. Методи навчання не у повній мірі сприяють досягненню програмних результатів навчання. Наприклад, ПРНО1 «Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу» покривається у т.ч. такими ОК як «Стратегічний маркетинг-менеджмент» та «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень». Отримання передових знань з маркетингу забезпечується опрацюванням новітньої наукової літератури, у т.ч. англомовної. Однак, у переліку основної літератури силабусу зазначених ОК відсутня новітня наукова література, опрацювання якої дозволить здобувачам ВО досягти ПРНО1. Під час спілкування ЕГ зі здобувачами ВО, ЕГ встановлено факт, що сучасна наукова література в рамках ОК не опрацюється. Здобувачем ВО повідомлено, що з ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент» використовувався тільки посібник Ковальчук С.В. 2012 р. видання, за яким виконувався реферат. На запит ЕГ отримано РП «Стратегічний маркетинг» для магістрів, в якій рекомендована література повністю співпадає з літературою ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент (рівня доктор філософії)». В рамках ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент», «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу», згідно силабусу, здобувачі ВО в якості самостійної роботи готують реферати, що підтверджено під час спілкування ЕГ зі здобувачами ВО і це не сприяє їхньому аналітичному, критичному і незалежному мисленню. Згідно табл. 3 Відомостей СО, основними методами викладання і навчання є: інтерактивні лекції, case-study, тренінги, гостьові лекції, що було підтверджено під час спілкування з викладачами та здобувачами ВО. Однак, у силабусах відсутня інформація про конкретні методи навчання. За запитом ЕГ (п. 5) отримано приклади виконання здобувачами ВО лабораторних робіт з ОК «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень». Звіт здобувача ВО Шевчука Р.О. по ЛР1 по суті не є лабораторною роботою згідно Положення «Про організацію освітнього процесу у ХНУ» (с. 17): <https://bit.ly/3iVvhUK>; фактично - обґрунтування теми дисертаційного дослідження. Академічна свобода здобувачів у ЗВО реалізовано через свободу вибору напряму власного дослідження, вибору ОК та можливості впливу здобувачів на зміст ОК. Здобувачі, під час зустрічі з ЕГ, підтвердили, що мають змогу надати пропозиції до включення питань, в яких вони потребують для виконання дисертаційного дослідження. Наприклад, на прохання здобувача, в ОК «Start-up маркетинг» більш глибоко розглядалися питання фінансування стартапів. Здобувачі ВО повідомили, що мають змогу вільно обирати ОК обсягом 16-ть кредитів за Каталогом як кафедри маркетингу і торговельного підприємництва: <https://bit.ly/3j8cUMO>, так і інших кафедр.

2. Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів (у формі силабуса або в інший подібний спосіб).

Здобувачі ВО мають вільний доступ до робочих програм та силабусів, що розміщені на сторінці кафедри маркетингу і торговельного підприємництва університетського сайту: <https://bit.ly/3zx7VuE>. Опрацювання ЕГ силабусу з обов'язкових освітніх компонент показав наявність інформації про структуру ОК, програмні результати навчання, шкалу оцінювання, питання для самоконтролю та список рекомендованої літератури. Освітньо-наукова програма, навчальний план, відомості про самооцінювання освітньої програми оприлюднено на сайті Університету: <https://bit.ly/35x4zde>. На зустрічі з ЕГ здобувачі вищої освіти продемонстрували вміння швидко знаходити силабуси, каталог вибіркового освітнього компонент та підтвердили факт оприлюднення силабусів на сайті Університету до початку проведення занять. Розклад навчального процесу з підготовки докторів філософії у II семестрі 2020-2021 н.р.: <https://bit.ly/3wzcpW1>. В Університеті діє Положення «Про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ» (2019): <https://bit.ly/3cQnf71>. Під час спілкування ЕГ зі здобувачами ВО було отримано інформацію, що критерії оцінювання у межах окремих ОК є зрозумілими, застосовується 100-бальна університетська шкала та шкала ЄКТС. За результатами опитування здобувачів ВО, яке проведено кафедрою маркетингу і торговельного підприємництва: <https://bit.ly/35lc6vH>, 100% респондентів вважають критерії оцінювання результатів навчання доступними та зрозумілими.

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

За запитом ЕГ (п. 7) отримано Звіт про наукову роботу кафедри маркетингу і торговельного підприємництва за 2018 та 2019 рр. Згідно Звіту, НПП кафедри приймали участь у НДР «Формування механізмів маркетингу управління дистрибутивною політикою підприємства» (№ ДР 0117U005269, 2017-2018 рр.), «Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу» (державний реєстраційний номер 0117U001169, 2017-2019 рр.). Результати роботи впроваджено у навчальний процес при викладанні ОК «Управління витратами та інноваціями на основі концепції маржинального підходу». Викладачі кафедри отримали свідоцтва (№ 90478, 98507, 98508, 98509, 98109) на літературний письмовий твір наукового характеру; мають членство в редколегії журналів, що включені до переліку наукових фахових видань України (Ковальчук С.В., Тельнов А.С., Гончар О.І.). Кафедра з 2018 р. є організатором щорічних всеукраїнських науково-практичних конференцій «Маркетинг очима молоді»: <http://mr.khnu.km.ua/nd-studentiv/>; «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України». Здобувачі ВО активно приймають участь у всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з маркетингу імені Ігоря Ткаченка «Молодь опановує маркетинг», який проводиться Українською асоціацією маркетингу. Здобувачем ВО Корольковим О. подано заявку на участь у національному конкурсі університетських стартапів «Україна 2021» в категорії «Інноваційний продукт» – проєкт «Fresh Line» (організатор конкурсу - Громадська організація «Startup Kyiv»): <https://bit.ly/3xnc6re>.

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

Під час зустрічі ЕГ з науковими керівниками, було повідомлено, що викладачі та здобувачі ВО мають безкоштовний доступ до міжнародної наукометричної бази даних, на щорічних науково-практичних конференціях обговорюються сучасні практики, результати дослідження з галузі маркетингу. Постійними учасниками таких конференцій є викладачі та здобувачі ВО ХНУ, інших ЗВО, Української асоціації маркетингу, Хмельницької торговельно-промислової палати, керівники маркетингових агенцій, науковці міжнародного рівня, наприклад, Даріуш Павліщи, професор Вроцлавського економічного університету (Польща). Під час зустрічі зі здобувачами ВО, із працевдавцями та відкритої зустрічі, зовнішні стейкхолдери підтвердили участь у круглих столах, науково-практичних конференціях та відмітили високу ділову професійну активність як кафедри маркетингу і торговельного підприємництва, так і особисто завідувача кафедри - гаранта ОНП. Все описане дає підґрунтя для оновлення змісту освіти. Згідно Положення «Про організацію освітнього процесу» (2019, с.31): <https://bit.ly/3iVvhUK> робочі програми ОК, як правило, оновлюються щорічно, в окремих випадках – до 4-х років. Згідно Відомостей СО (с. 12) «викладачі постійно оновлюють перелік рекомендованої літератури». Однак, опрацювання ЕГ рекомендованої літератури у силабусах ОК дозволяє стверджувати, що література з окремих ОК не оновлена. Наприклад, з ОК «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень» (2020 р.) у п.1 рекомендованої літератури зазначено видання, яке призначено для студентів бакалаврського рівня: <https://bit.ly/2TjFmAr>, інші п. рекомендованої літератури – 2012, 2015 рр. видання. В ОК «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі» (2020 р.) - 2003-2011 рр. У програмі педагогічної (асистентської) практики (2020 р.) наведено нормативно-правові акти, які втратили чинність - Накази: п. 1, 2, 5; Постанови: п. 1, 3, 5.

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

Партнерами університету є вищі навчальні заклади, наукові установи, організації та фонди з Німеччини, Польщі, Словаччини, Литви, Австрії, Росії, Білорусі, Нідерландів, США, Бельгії, Франції та інших країн, що дає можливість підвищувати кваліфікацію співробітників, стажування професорсько-викладацького складу: <https://bit.ly/3cT7Mbq>. Згідно Відомостей СО, професори кафедри пройшли міжнародне науково-педагогічне онлайн-стажування в університетах Польщі, Англії, Словаччини, що підтверджено відповідними сертифікатами. Гарант ОНП є членом журі міжнародного конкурсу EFFIE AWARDS, приймала участь у наукових міжнародних проєктах: «Детермінанти сталого розвитку економіки» (Україна); із обміну досвідом забезпечення навчального процесу в Академії ім. Яна Длугуша (Польща). Викладачі приймали участь у написанні розділу монографії, що опублікована у закордонному виданні офіційними мовами ЄС (Kovalchuk S.V. Research, development and elements evaluation of marketing and logistics support of 11 enterprises in production and trade chains / S.V.Kovalchuk, K. L.Semenov // Economic Development: Global Trends and National Peculiarities. – Collective monograph. – Poland: «Publishing House «Baltija Publishing», 2020. – 600 p. – P. 514-529). Всі викладачі кафедри зареєстровані в ORCID, що зазначено на сторінці кафедри: <http://mr.khnu.km.ua/#>. Під час зустрічі ЕГ з науковими керівниками, представниками структурних підрозділів, отримано інформацію, що здобувачі ВО за відповідною ОНП не приймали участь у міжнародних наукових проєктах, грантах, програмах міжнародної академічної мобільності.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

1. Університетом проводяться опитування здобувачів вищої освіти за різними напрямками: щодо оцінювання результатів навчання; якості викладання; якості організації самостійної роботи; організації дистанційного навчання в умовах карантину. 2. Силабуси, каталог вибіркового освітніх компонент оприлюднені на сайті Університету. 3. Кафедра є організатором щорічних всеукраїнських науково-практичних конференцій «Маркетинг очима молоді», «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України». 4. Науково-педагогічні працівники пройшли міжнародне науково-педагогічне онлайн-стажування в університетах Польщі, Англії, Словаччини; мають членство в міжнародних конкурсах, публікують результати дослідження у міжнародних фахових виданнях.

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

Недоліки: 1. Методи навчання не у повній мірі сприяють досягненню програмних результатів навчання (ПРНО1 «Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу»). У списку основної літератури силабусу, робочої програми окремих ОК відсутня новітня наукова література, у т.ч англійська, опрацювання якої дозволить здобувачам ВО отримати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу. Потребує оновлення зміст окремих ОК на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. 2. Написання реферату, як завдання на самостійну роботу, який переважно зазначений в силабусах та робочих програмах не

сприяє аналітичному, критичному і незалежному мисленню здобувачів ВО. 3. Лабораторні роботи частково змістовно не відповідають Положенню «Про організацію освітнього процесу у ХНУ». 4. Здобувачів ВО за відповідною ОНП не приймають участь у міжнародних грантах, програмах міжнародної академічної мобільності. Рекомендації: 1. Оновити список літератури в окремих силабусах/робочих програмах. З урахуванням оновленого списку літератури оновити зміст освітніх компонент. Включити до списку літератури наукові англомовні видання, наукові праці викладачів кафедри. У силабусах зазначити конкретні методи навчання. Здійснювати внутрішнє та зовнішнє рецензування робочих програм, посилити відповідальність укладачів/авторів робочих програм. До зовнішнього рецензування залучати практиків. У силабусах бажано зазначити електронну пошту викладача у домені @khnpu.edu.ua. 2. Переглянути зміст самостійної роботи, виключити написання рефератів, включити індивідуальні та групові проєктні роботи. 3. Узгодити види аудиторних годин (лабораторні/семінарські/практичні) з ОК «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень». 4. Надати консультативну допомогу здобувачам ВО до підготовки документів для подання заявки на грант. До таких консультацій залучати науковців зі значним науковим доробком та істотними результатами в імплементації наукових напрацювань у межах міжнародних грантових проєктів. Залучати здобувачів ВО до програм міжнародної академічної мобільності; участі у міжнародних (спільних) дослідницьких проєктах.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

ОНП в цілому відповідає вимогам підкритеріїв 4.2, 4.3 та частково не відповідає підкритеріям 4.1, 4.4, 4.5. Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих освітніх компонентів (у формі силабусу, доступ до якої є вільний через сторінку кафедри на сайті університету), що є позитивною практикою Університету. За останні роки достатня активність викладачів кафедри маркетингу і торговельного підприємництва у міжнародних стажуваннях, публікації результатів дослідження у фахових виданнях, що включені до міжнародної наукометричної бази Scopus та Web of Science. Однак, методи навчання не у повній мірі сприяють досягненню програмних результатів навчання. У списку рекомендованої літератури відсутні посилання на сучасні наукові видання, у т.ч. англомовні. Відповідно й зміст окремих освітніх компонент не оновлено на основі наукових досягнень і сучасних практик. Здобувачі ВО не змогли навести приклади сучасної наукової літератури, яка б обговорювалася на заняттях або була б рекомендована на самостійну роботу. Під час самостійної роботи здобувачі ВО пишуть реферати, що не сприяє критичному мисленню. Окремі лабораторні роботи з ОК «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень» не є лабораторною у розумінні Положення «Про організацію освітнього процесу у ХНУ». Зазначені недоліки є суттєвими і можуть бути усунуті протягом року.

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.

Згідно Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (с. 23): <https://bit.ly/ziVvhUK>; Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (2019, п.2.8, с. 14): <https://bit.ly/3cQNf71> формами контрольних заходів є іспит, залік, диф. залік. Видами контрольних заходів визначено вхідний, поточний та підсумковий (семестровий та атестація). Облік поточної успішності здобувачів ВО здійснюється викладачем шляхом виставлення оцінок у т.ч. в «Електронний журнал». Мінімальний пороговий рівень оцінки з ОК становить 60 балів від максимальної 100 – бальної шкали. За запитом ЕГ (п. 8), отримано примірник екзаменаційних білетів ОК «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», «Стратегічний маркетинг-менеджмент». Екзаменаційний білет з ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент» складається з трьох типів завдань: 1 - два теоретичних питання; 2 - ситуаційне завдання; 3 - практичне завдання (розрахункова задача); з ОК «Інформаційні технології в наукових дослідженнях»: 1 - завдання для форматування текстового документа»; 2 - побудування діаграми; 3 - обчислення найбільшого та найменшого значення ціни. Екзаменаційні білети затверджені на засіданні відповідної кафедри та підписані екзаменатором та зав. кафедрою. Згідно Відомостей СО (с. 13) проведення екзамену включає тест, запитання з відкритими відповідями тощо. Однак, у наданих ЗВО примірниках екзаменаційних білетів відсутні задекларовані тестові завдання та запитання з відкритими відповідями. В екзаменаційних білетах відсутня шкала оцінки (максимальна кількість балів за кожне завдання). Ситуаційне завдання (завдання 2-е) екзаменаційного білету з ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент» є нечітким, оскільки не містить поставлених питань для вирішення, а тільки опис, тому не дозволяє у повній мірі встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання.

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

У даний час відсутній затверджений стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти. Формою атестації здобувачів є публічний захист дисертації, що відповідає п. 30 Постанови КМУ «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» від 23.03.2016р. № 261.

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.

Процедура атестації здобувачів ВО затверджена Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти (2020 р.): <https://bit.ly/2Sd8FEp>, згідно якого «атестація осіб, які здобувають ступінь доктора філософії, здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою університету, за акредитованими Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти освітньо-науковими програмами з відповідних спеціальностей, на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації». Згідно Положення «Про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступенів доктора філософії і доктора наук у ХНУ» (2020 р.): <https://bit.ly/2SPPq3Y> поточна атестація здобувача ВО передбачена індивідуальним планом (с. 10, п. 3.1.11). За запитом ЕГ (п. 3), індивідуальні плани здобувачів та звіти про їх виконання (1, 2, 3 та 4 років навчання по одному за кожен рік). Опрацювання індивідуальних планів та звітів дозволяє ЕГ встановити факт підтвердження проміжної атестації здобувачів ВО щодо виконання навчальної та наукової складових (щорічно, у червні поточного навчального року). Згідно індивідуального плану, проміжна атестація здійснюється двічі на поточний навчальний рік (січень, червень) на засідання кафедри та один раз на рік (червень) на засіданні вченої ради факультету. Під час спілкування зі здобувачами ВО, отримані інформація була підтверджена. Порядок оскарження та розгляду апеляційної скарги визначається Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти (р. 5): <https://bit.ly/2Sd8FEp>. Під час спілкування ЕГ зі здобувачами ВО, отримано інформацію, що здобувачу ВО дозволяється ліквідувати академічну заборгованість до початку наступного семестру, при умові отримання не більше двох незадовільних оцінок. Допускається повторне складання екзаменів не більше двох разів за семестр. Повторне складання екзаменів при другій спробі, передбачає створення комісії.

4. У закладі вищої освіти визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. Заклад вищої освіти популяризує академічну доброчесність (насамперед через імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності.

Процедура дотримання академічної доброчесності регламентується Положенням про дотримання академічної доброчесності в ХНУ (2019 р.): <https://bit.ly/3q9UBYO>; Кодексом академічної доброчесності: <https://bit.ly/35EhN88>. За узагальненими результатами опитування здобувачів ВО: <https://bit.ly/3cVT1T1> для 47 % респондентів дотримання принципів доброчесності є принциповим питанням; 53 % - запозичують текст без посилань на джерело або не вважають, що на інтернет-джерела потрібно посилається або списують завдання в однокласників (питання 16, с. 9). Згідно Звіту, 49% опитаних готові для перевірки практичних та лабораторних робіт на антиплагіат за програмою Unicheck та AntiPlagiarism (питання 17, с. 9). Під час спілкування з викладачами, здобувачами ВО, представниками структурних підрозділів отримано інформацію, що наразі перевірки на антиплагіат здійснюється лише в межах кваліфікаційних, дисертаційних робіт, наукових статей. За запитом ЕГ (п. 5) отримано приклади виконання здобувачами ВО лабораторних робіт з ОК «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень». У файлі «до п. 5 Текст 1» як лабораторна була подана робота «Управління інтелектуальною власністю в світі та Україні: чому Укрзалізниця не Укртелеком». Однак, фактично, виконана робота виявилася статтею авторів КНЕУ у матеріалах VII Міжнародної науково-практичної конференції ХНУ (с. 15-21): <https://bit.ly/3qaOgrx>. За запитом ЕГ отримано звіти здобувачів ВО з асистентської (педагогічної) практики. У вступі Звіту (с. 6) здобувача ВО Королькова В.О. 1-й абзац скопійовано з роботи науковців ТНЕУ: <https://bit.ly/3vJAFXr>; 2-й абзац – копія 1-го абзацу викладу основного матеріалу дослідження науковця НУХТ: <https://bit.ly/3gOd3SN>; 3-й абзац – копія 1-го абзацу вступу статті науковця Київського університету імені Бориса Грінченка: <https://bit.ly/3gNsxGm>. У списку використаних джерел Звіту, посилання на наукові роботи, з яких запозичено матеріал, не вказані. У вступі звіту про асистентську (педагогічну) практику здобувачки ВО Цурської Б.Г. (1) є співпадіння з аналогічним звітом Королькова В.О. (2): 1-й абзац (1) співпадає з 3-м абзацем (2); 2-й абзац (1) співпадає з 4-м абзацем (2) і також відсутні посилання на першоджерела, звідки скопійовано текст. Згідно п. 9.26 Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (2019): <https://bit.ly/3iVvhUK>, «учасники освітнього процесу зобов'язані дотримуватися норм академічної доброчесності». За розпорядженням адміністрації, відділ забезпечення якості ВО проводить анкетне опитування викладачів та здобувачів ВО щодо дотримання академічної доброчесності: <https://bit.ly/3gKUcb7>. За результатами опитування, респонденти вважають, що в Університеті є наступні прояви академічної недоброчесності (слайд 8): списування (68%), необ'єктивне оцінювання (46%), академічний плагіат (28%), хабарництво (24%) та інші.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

1. В екзаменаційних білетах містяться практичні завдання (ситуаційні та розрахункові). 2. В Університеті запроваджено «Електронний журнал» для здійснення обліку поточної успішності здобувачів ВО. 3. Здобувачі ВО підписують декларацію щодо дотримання академічної доброчесності; здійснюється перевірка на наявність текстових збігів наукових статей, дисертаційних робіт, у т.ч. з використанням технічних засобів та спеціальних програм. 4. Проводяться опитування викладачів та здобувачів ВО щодо дотримання академічної доброчесності.

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

Недоліки: 1. В екзаменаційних білетах з окремих ОК (за запитом ЕГ) критерії оцінювання здобувачів є недостатньо чіткими - 1) відсутня шкала оцінки кожного питання, що дозволяє встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання; 2) ситуаційне завдання (завдання 2-е) екзаменаційного білету з ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент» є нечітким, не містить поставлених питань для вирішення і не дозволяє у повній мірі встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання. 2. Перевірка робіт на антиплагіат не застосовується для всіх видів робіт - лабораторних, практичних завдань, звітів про практику тощо. Моніторинг та розгляд виявлених випадків академічної недоброчесності обмежений лише визначенням рівня унікальності тексту. 3. Заходи для виключення можливості порушення академічної доброчесності не є рішучими і носять формальний характер. Рекомендації: 1. Розглянути можливість включення до екзаменаційного білету шкалу оцінювання (максимальну кількість балів за кожне завдання). Здійснювати внутрішнє рецензування екзаменаційних білетів. 2. Приділяти увагу не лише унікальності тексту, а й недопущенню інших аспектів академічної, наукової доброчесності, зокрема, таких як: погані практики цитування, недбайливе цитування, псевдоавторство, сфабриковані посилання, фальсифікація даних, списування та ін. Така увага має заздалегідь не допустити, навіть ймовірності, прояву таких аспектів недоброчесності. У подальшому культивувати відкрите та усвідомлене ставлення усіх учасників освітнього процесу до проблем академічної доброчесності. Здійснювати моніторинг випадків академічної недоброчесності та приймати конкретні заходи реагування на такі випадки. 3. Здійснювати моніторинг випадків порушення академічної доброчесності. Розглянути можливість оприлюднення на сайті університету рішення Комісії з етики.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ОНП в цілому відповідає вимогам підкритеріїв 5.3 та частково не відповідає підкритеріям 5.1, 5.4. Зауваження від здобувачів вищої освіти щодо об'єктивності/необ'єктивності оцінювання при проведенні контрольних заходів не надходили, що підтверджено здобувачами під час їх інтерв'ювання. Процедура повторного проходження контрольних заходів є зрозумілою для здобувачів вищої освіти. Двічі на навчальний рік здобувачі ВО проходять проміжну атестацію та звітують про стан виконання індивідуального плану. В Університеті існує процедура дотримання академічної доброчесності та використовуються відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності. Однак, моніторинг та розгляд виявлених випадків академічної доброчесності здійснюється лише за визначенням рівня унікальності тексту і виключно наукових статей, кваліфікаційної роботи (бакалавр, магістр), дисертаційної роботи (доктор філософії). В Університеті проводяться опитування здобувачів ВО та викладачів щодо імплементації політики доброчесності у внутрішню культуру якості. Наведені у звіті випадки академічної недоброчесності (п. 5.4) потребують внутрішнього розгляду та врахування пояснень з боку здобувачів ВО, викладачів. Недоліком є недостатність у повній мірі встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання під час складання екзамену (ситуаційне завдання екзаменаційного білету з ОК «Стратегічний маркетинг-менеджмент» не містить поставлених питань для вирішення). Заходи для виключення можливості порушення академічної доброчесності не є рішучими і носять формальний характер (окрім перевірки дисертаційних робіт та наукових статей спеціальними програмами на антиплагіат). Зазначені недоліки можуть бути усунуті оперативно.

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.

Відповідно до результатів проведеної експертизи ЕГ відзначено відповідність академічної та професійної кваліфікації НПП цілям та ПРН ОНП, що підтверджено такими фактами: до реалізації ОНП залучено 7 НПП, що здійснюють науково-навчальну діяльність на постійній у ХНУ. Відповідно до поданої у Відомостях СО. якісний склад науково-педагогічних працівників складає 7 докторів наук (100%), із них – 5 мають вчене звання професора (71%) та 2 – вчене звання доцента (29%), що свідчить про високу якість викладацького складу за ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти. Гарант має наукові публікації у виданнях, що включені до наукометричних баз Scopus та WoS у міжнародних та вітчизняних фахових виданнях, підручники, навчально-методичні посібники та монографії, які відповідають профілю освітньої компоненти, яка забезпечується за ОНП «Маркетинг». Весь склад викладачів освітньої програми має профільну освіту за фахом викладання та підвищення кваліфікації чи стажування у відповідності до напрямів наукової діяльності, всі працюють за основним місцем роботи.

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

При конкурсному відборі НПП ХНУ керується такими документами: Статутом ХНУ: <https://bit.ly/3xVXkgr>, Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП ХНУ: <https://bit.ly/35AfjYw>, Положенням про щорічне рейтингове оцінювання роботи НПП ХНУ: <https://bit.ly/3gKtj7e> та Типовим положенням про факультет ХНУ: <https://bit.ly/3vMM1kd>, у яких чітко та прозоро визначаються основні вимоги до НПП для успішної реалізації освітньо-наукової діяльності здобувачів за ОНП «Маркетинг». Всі вищезазначені документи знаходяться у вільному доступі. У Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП ХНУ чітко і структуровано прописано порядок проведення конкурсного відбору, який відповідає чинному законодавству України. Під час зустрічі з НПП, гарантом ОНП, керівництвом та представниками структурних підрозділів ЕГ було встановлено що процедури конкурсного добору НПП у цілому є прозорими, об'єктивними та дозволяють забезпечити необхідний рівень професіоналізму претендентів. При прийомі на роботу немає суб'єктивних ознак та жодних дискримінаційних положень конкурсного відбору, процедури конкурсного добору НПП, членів проектної групи та групи забезпечення є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОНП.

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

Оцінюючи даний підкритерій ЕГ відзначила, що в рамках здійснення освітньо-наукової діяльності за ОНП «Маркетинг», залучення роботодавців відбувається відповідно до Положення про відділ інформаційного менеджменту і працевлаштування ХНУ: <https://bit.ly/3xVmo8J> в рамках Центру планування кар'єри: <http://career.khnu.km.ua/> Гарантом ОП побудована тісна взаємодія між здобувачами та науково-практичним середовищем роботодавців та стейкхолдерів. Участь здобувачів у зустрічах з роботодавцями, а саме: з головним редактором інформаційного інтернет-видання «Поділля News» Костюк Ю.М.: <https://bit.ly/3wDkliV>, круглий стіл від представників ІТ компаній: <https://bit.ly/3xzCqy7>, вебінар від засновника Digital-агенції Imrev Ужви Р.: <https://bit.ly/3vDSca6>. Про подібні заходи для здобувачів ОНП «Маркетинг» також було наголошено на зустрічі з роботодавцями під час акредитаційної експертизи, а саме: Іриною Лилик, президентом ГО «Українська асоціація маркетингу»; Наталією Беляковою, президентом Хмельницької торговельно-промислової палати; Романом Ужвою, засновником, директором Digital-агенції Imrev; Віталієм Нянько, проректором з навчальної роботи ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва».

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

Під час акредитаційної експертизи ЕГ були виявлено, зокрема під час зустрічі з роботодавцями, що вони долучаються до аудиторних занять за ОНП під час організації вебінарів та тренінгів, а саме: - Ірина Лилик, президент ВГО «Українська асоціація маркетингу» - цикл вебінарів від компанії Kantar Ukraine <https://bit.ly/3cUDCVc>, <https://bit.ly/3iRXoWs>, <https://bit.ly/3zEJf3i>; - Алла Кострубська, засновник маркетингової агенції TheKasta – вебінар «Таргетинг – перспективи інтернет маркетингу» <https://bit.ly/35xTkS3>. Також було проведено лекцію-тренінг «Визначення місця і ролі складу в логістичній системі компанії», Михайло Гавенко (підприємець) <https://bit.ly/3gCtPI8>. Відзначені заходи для студентів спеціальності «Маркетинг» ХНУ а також на них долучаються здобувачі за ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти, що було підтверджено ними під час зустрічі з ЕГ. Також наведена інформація відзначена у відомостях про СО.

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

Відповідно до Положення про підвищення кваліфікації НПП ХНУ <https://bit.ly/3qbRa46> викладачі ЗВО постійно підвищують кваліфікацію як в Україні, так і закордоном, про що свідчить інформація Таблиці 2 відомостей про СО.

Відповідно до створеного у ЗВО українсько-польського центру європейської інтеграції ХНУ (Положення про центр: <https://bit.ly/3ufpn5D>), однією із цілей якого є саме організація наукових, педагогічних, фахових, дипломних стажувань для НПП та здобувачів освіти ХНУ (п 2.3.3, а Положення) викладачами кафедри маркетингу і торговельного підприємництва пройдено міжнародне підвищення кваліфікації (стажування) в Університеті третього віку у Громадка гміни Громадка (Республіка Польща) з 15.02.2021 р. по 21.05.2021 р. Ковальчук С.В.: <https://bit.ly/3gVM7Xe>; Орлов О.О.: <https://bit.ly/3qgi8Yk>; Тельнов А.С.: <https://bit.ly/3хусvqE> та Диха М.В.; післядипломне міжнародне стажування в Університеті Суспільних Наук (м. Лодзь, Республіка Польща) у співпраці із фундацією CEASC грудень – лютий 2021 р. Рудніченко Є.М. Під час відкритої зустрічі професором Даріушем Павліши був підтверджений факт співпраці із ЗВО і в цьому напрямку. Відділом забезпечення якості вищої освіти проводяться різноманітні заходи, направлені на підвищення кваліфікації НПП у ХНУ, а саме: спільно із Центром підвищення кваліфікації, післядипломної освіти ХНУ для працівників ЗВО проведено курси підвищення професійної майстерності науково-педагогічних працівників університету (накази ректора від 29.01.2020 №18, від 04.05.2020 №99-КП): <https://bit.ly/364wOQY> п. 4 Звіту відділу; спільно з організацією CASERS (м. Київ) проведено семінар «Інноваційні технології організації освітнього процесу в університеті» (19.03.2019 р.) для деканів, заступників деканів та завідувачів кафедр: <https://bit.ly/3dур7rq> п. 4 Звіту відділу; науково-методичний семінар для заступників деканів, завідувачів випускових кафедр, гарантів і членів проектних груп з розроблення освітніх програм в контексті стандартів вищої освіти, спільно з центром підвищення кваліфікації, післядипломної освіти, навчально-методичним відділом: <https://bit.ly/3wbgzfo> п. 4 Звіту відділу тощо. Під час експертизи та спілкування з НПП ЕГ відзначила відсутність фактів участі викладачів, що забезпечують підготовку здобувачів за ОНП у міжнародних програмах академічної мобільності та спільних грантових проектах із закордонними ЗВО. ЕГ рекомендує посилити міжнародне науково-освітнє співробітництво у визначеному напрямі з метою отримання позитивного досвіду від закордонних партнерів.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Відповідно до Колективного договору на 2020-2030 рр. між адміністрацією і трудовим колективом ХНУ: <https://bit.ly/35zKtzd> розвиток та стимулювання творчих здібностей та педагогічної майстерності НПП а також в рамках дії Положення про щорічне рейтингове оцінювання роботи НПП ХНУ: <https://bit.ly/3cTU5c1> викладачі ЗВО заохочуються за особливі здобутки у науково-викладацькій діяльності матеріальними преміями, подяками, грамотами шляхом внесення у накази по університету та записом у особисті справи. У ХНУ діє система матеріального преміювання за наукові публікації у виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах Web of Science Core Collection і/або Scopus. Під час акредитаційної експертизи проректор з наукової роботи Синюк О.М. зазначив, що, наприклад, розмір премії за публікацію у науковому фаховому виданні, що цитується у Scopus залежить від квартилю видання, що також стимулює НПП до активізації якісної підготовки наукових публікацій. Під час зустрічі з НПП останні відзначили, що неодноразово мали матеріальне заохочення за свою активну науково-дослідну працю.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

1. 100% НПП за відповідною ОНП мають науковий ступінь доктора наук; мають наукові публікації, що відповідають заявленим ПРН у ОК, які вони викладають на ОНП «Маркетинг». 2. Наявність публікацій у виданнях, що включені до наукометричних баз SCOPUS та WoS; участь у міжнародних програмах стажування та підвищення кваліфікації; участь у професійних об'єднаннях за спеціальностями.

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

Відсутність досвіду участі НПП, що забезпечують підготовку здобувачів за ОНП у програмах міжнародної академічної мобільності.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Відповідно до визначених сильних сторін а також наведених рекомендацій щодо удосконалення ОНП у контексті Критерію 6, ЕГ вважає, що людські ресурси ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти мають достатній рівень

узгодженості із якісними характеристиками за підкритерієм 6.6. Враховуючи значну узгодженість за підкритеріями 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.5, відповідність ОНП та освітньої діяльності за цією програмою Критерію 6 є достатньою.

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.

Фінансовий звіт ХНУ розміщений на сторінці публічної інформації в розділі фінансова звітність: <https://bit.ly/3j34gyP>. За 2020 фінансовий рік ХНУ було придбано обладнання та предметів довгострокового користування на суму 34,7 тис грн; предметів, матеріалів та інвентарю – на суму 2,9 млн грн. За результатами зустрічі з гарантом та резервної зустрічі ЕГ встановлено, що кафедра маркетингу повністю забезпечена матеріально-технічним обладнанням: мультимедійними пристроями, дошками. При викладанні дисциплін маркетингового спрямування використовуються два комп'ютерних класи. Відповідно до інформації, що наведена на ст.25 Інформаційного пакету ЄКТС ХНУ, наукова бібліотека, загальною площею 3812м², має 7 кафедральних абонентів, 6 відділів і три читальних зали: <https://bit.ly/3wSu44P>. На сайті бібліотеки у вільному доступі розташовані електронний каталог, електронна бібліотека, база даних іноземних джерел: <http://library.khnu.km.ua/>. Відповідно до зустрічі із адміністративним персоналом та резервної зустрічі, електронний репозитарій постійно поповнюється науковими публікаціями НПП ХНУ, у тому числі кафедри маркетингу та торговельного підприємництва. Щорічно наукова бібліотека оприлюднює онлайн каталог видань викладачів ХНУ: <https://bit.ly/3xIA2oY>. Здобувачі мають вільний доступ до спортивного комплексу, зали, стадіону, майданчиків <https://bit.ly/3wSu44P>, с. 23). Спортивний комплекс має зал для фітнесу, силових видів спорту, а також легкоатлетичний манеж закритого типу. Комплекс обладнаний жіночими та чоловічими роздягальнями, кімнатами гігієни, медичним пунктом. В університетському містечку розташовані зона для відпочинку – ботанічний сад, паркова зона, зона для відпочинку. В 4 корпусі, в якому навчаються здобувачі спеціальності «Маркетинг», розташовані кафе та актові зали. Біля корпусу обладнана велопарковка. Відповідно до результатів зустрічі із гарантом та здобувачами, ЕГ встановлено, що потреба у проживанні в гуртожитку серед здобувачів відсутня. При огляді матеріально-технічної бази гарантом та НПП випускової кафедри було продемонстровано, що гуртожиток обладнаний кухнею, є пральня, спортивна зала, зала для шейпінгу та зала для реабілітації. В гуртожитку створена «Світлиця», де проводяться дозвілля та студентські ради, вечорниці. На кафедрі маркетингу і торговельного підприємництва для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня виділена окрема аудиторія для проведення наукових досліджень та куточок наукової та методичної літератури. Фінансово-матеріальні ресурси, методичне забезпечення ОНП дозволяє досягти програмних результатів, що підтверджено документально (сайт наукової бібліотеки, інформаційний пакет ЄКТС, електронний репозитарій) та онлайн зустрічами (1, 8, огляд матеріально-технічної бази).

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.

ХНУ забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів до інфраструктури та інформаційних ресурсів. На сайті ХНУ розташована сторінка з рекомендаціями щодо роботи у дистанційному режимі, а саме організація підсумкового контролю, розміщення тестів, лекцій, завдань до практичних занять, проведення відео занять за допомогою BigBlueButton: <https://msn.khnu.km.ua/>. В інформаційній системі «Електронний кабінет» у розділі «Програмне забезпечення» розміщені файли програмних продуктів для безкоштовного завантаження: <https://isu1.khnu.km.ua/files/>. Вся спортивна інфраструктура знаходиться у вільному доступі, здобувачі мають можливість займатися спортивними видами спорту за розкладом, що розміщений на інформаційному стенді в спортивному комплексі. Місця на авто- та вело-парковках надаються у безоплатному доступі за заявою. У вільний час здобувачі, що проживають в гуртожитку, можуть скористатися комп'ютерною кімнатою на третьому поверсі, є вільний доступ до Інтернету. Аудиторія для аспірантів забезпечена науковою та методичною літературою. Результати зустрічей із НПП та здобувачами показали, що основні програмні продукти, які використовують для навчання, є Excel, Бітрікс, Google-сервіси. З метою отримання аналітичної інформації НПП користуються статистичними базами даних Всесвітнього банку, Національного банку України, Єдиного державного порталу відкритих даних України. Більша частина програмного забезпечення використовується під час викладання дисципліни «Інформаційні технології в наукових дослідженнях». Відповідно до проведених зустрічей із гарантом, керівництвом та представниками структурних підрозділів, з метою підвищення якості підготовки здобувачів ВО, ХНУ надає можливість друку у власній типографії для викладачів та здобувачів.

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.

Освітнє середовище є безпечним для життя здобувачів ВО ОНП «Маркетинг». Під час огляду матеріально-технічної бази, ЕГ було встановлено, що комп'ютерні аудиторії, спортивні зали, гуртожиток обладнані вогнегасниками, на поверхах навчальних корпусів в наявності є пожежні шланги та крани, біля входу розташовані куточки та стенди

протипожежної оборони. В навчальних аудиторіях є в наявності медична сумка, в спортивному комплексі та гуртожитку є медичні кабінети. З метою безпеки, в кожному корпусі університету при вході розташовані пропускні пункти, ведеться відеоспостереження. У 2020-2021 рр. проводилось навчання щодо заходів безпеки при мінуванні будівель. Освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів ОНП «Маркетинг» та дозволяє задовольнити їхні потреби, що підтверджено під час огляду матеріально-технічної бази.

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

ХНУ забезпечує освітню, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів за ОНП «Маркетинг». Відповідно до зустрічей із здобувачами ВО, основна частина інформаційної та консультативної підтримки надається гарантом ОНП. Для процесу консультування щодо вибору вибіркових ОК залучаються НПП та відділ аспірантури, де формується заява на вивчення дисциплін вільного вибору. Аспіранти одержують консультації щодо публікації наукових результатів та отримання авторських документів на інших кафедрах ХНУ. Під час зустрічі із представниками структурних підрозділів та резервної зустрічі, ЕГ було встановлено, що відділ аспірантури та деканат не організують консультативно-дорадчих заходів для здобувачів ОНП щодо формування дослідницьких навичок та компетенцій, наприклад: оформлення заявки на науковий грант, створення наукового профілю дослідника, комерціалізації результатів наукового дослідження, процедури звітування, публікація наукових результатів у міжнародних виданнях, Основна заходів здійснюється гарантом ОНП та НПП кафедри маркетингу і торговельного підприємництва. Щорічно організуються міжнародна науково-практична конференція із запрошенням провідних маркетологів України, проводяться кругли столи, семінари, індивідуальні консультації. Публікації та тези доповідей НПП за ОНП «Маркетинг» розміщені на сайтах відповідних кафедр та у бібліотечному фонді: <https://bit.ly/3ql77Vp>. Науковою бібліотекою надаються безкоштовні послуги віртуальної довідки <https://bit.ly/2U1tzak>. Під час проведення он-лайн експертизи, ЕГ було надіслано запит на отримання віртуальної довідки, яка була надана протягом двох днів: <https://bit.ly/2U13YJl>. Психологічний центр на безоплатній основі надає такі послуги як психологічне консультування, психодіагностика, психопрофілактика, психореабілітація, психологічна просвіта та психологічна корекція. З метою підвищення якості вищої освіти та покращення рівня задоволеності здобувачів в корпусах та гуртожитку розміщена скринька довіри. ХНУ забезпечує освітню, організаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів ОНП «Маркетинг», що підтверджено документально (веб-сторінки структурних підрозділів) та онлайн зустрічами 1,2, 3, 8, резервна зустріч, огляд матеріально-технічної бази.

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

В ХНУ створені умови для навчання та проживання здобувачів з особливими потребами. Під час проведення огляду матеріально-технічної бази, ЕГ встановила, що корпуси та входні групи облаштовані пандусами, в наявності є ліфти для людей з особливими потребами. У навчальному корпусі туалети обладнані спеціальними гігієнічними місцями. Відповідно до проведених зустрічей із гарантом зазначено, що за ОНП «Маркетинг» не навчаються здобувачі з особливими потребами, однак, вся інформація про умови для реалізації права на освіту доносяться під час консультування потенційних здобувачів при вступі на ОНП.

6. Існує чітка і зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), яка є доступною для усіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації освітньої програми.

В Статуті університету (Наказ МОН за №131 від 30.01.2017): <https://bit.ly/3jbbuwb>, Правилах внутрішнього трудового розпорядку ХНУ (конференція трудового колективу ХНУ за №1 від 03.03.2020: <https://bit.ly/2TZEpnf>, прописано право здобувачів вищої освіти на захист від фізичного, психічного насильства, будь-яких форм експлуатації. З метою вирішення конфліктних ситуацій під час карантину у ХНУ затверджений Порядок організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання в ХНУ (протокол №9 від 24.04.2020 р.): <https://bit.ly/3vRjSZ1>. Під час зустрічей з'ясовано, що конфліктних та дискримінаційних ситуацій під час реалізації ОНП «Маркетинг» не виникало, це підтверджено здобувачами і викладачами. Зі слів учасників освітнього процесу встановлено, що кафедра проводить різні види бесід зі здобувачами ВО. Здобувачами наголошено, що в університеті постійно діють телефон довіри та скринька довіри.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

1. Для забезпечення якості освіти здобувачів та покращення компетентностей НПП щодо використання освітньою платформою, на сайті ХНУ розташована сторінка з рекомендаціями щодо роботи у дистанційному режимі. 2. В науковій бібліотеці створена віртуальна довідка, за якою співробітниками бібліотеки надається своєчасна і повна відповідь на запити щодо наявної науково-методичної літератури.

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

Недоліки: 1. Відділ аспірантури та деканат не задіяні в консультативному та інформаційному процесі. Рекомендації: 1. Розробити план інформаційних та консультаційних заходів, які можуть бути організовані аспірантурою та деканатом.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Освітнє середовище та матеріальні ресурси відповідають вимогам критерію 7 із недоліками, що не є суттєвими. ХНУ повністю забезпечує здобувачів у фінансових та матеріальних ресурсах, дає вільний та безплатний доступ до користування інфраструктурою та інформаційними ресурсами. Освітнє середовище є безпечним для життя здобувачів, створені всі умови для навчання людей з особливими потребами. Основна частина освітньої, організаційної, інформаційної та консультативної підтримки здобувачів здійснюється гарантом та науковими керівниками.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Процедура розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОНП здійснюється згідно Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (2019): <https://bit.ly/3iVvhUK>, Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ (2019): <https://bit.ly/3vHUXqV>; Положення про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступенів доктора філософії і доктора наук у ХНУ (2020): <https://bit.ly/2SPPq3Y>; Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у ХНУ (2017): <https://bit.ly/35EsHLC>; Положення про учасників процесу розроблення, започаткування та супроводження освітніх програм (2018) <http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/174.pdf>; Положення про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (2020): <https://bit.ly/3zEuNZl>; Положення про учасників процесу розроблення, започаткування та супроводження освітніх програм у ХНУ (2018): <https://bit.ly/3gRHUhj>. В Університеті функціонують відділ забезпечення якості вищої освіти; Центр аналітики, моніторингу та організації навчального процесу; Центр планування кар'єри. Проект ОНП оприлюднено для громадського обговорення: <https://bit.ly/35SH4Md>. Згідно Положення про організацію освітнього процесу (с. 13) «освітня програма має періодично переглядатися та оновлюватися з урахуванням результатів її моніторингу та отриманих від здобувачів вищої освіти та інших стейкхолдерів пропозицій та зауважень», якщо запропоновані зміни впливають на програмні результати навчання (с. 27). Згідно Відомостей СО (с. 19), ОНП Маркетинг розроблена у 2016 р.: <https://bit.ly/3xCD1z8>, удосконалювалась двічі: у 2017 р.: <https://bit.ly/3cSkyqs> та у 2020 р.: <https://bit.ly/2SRQowC>. Компетентності та програмні результати навчання в ОНП зазначених років не змінені.

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

Під час спілкування зі здобувачами ВО (зустрічах 5, 6) ЕГ отримано інформацію, що пропозиції здобувачів вивчаються за результатами анкетного опитування (с. 12): <https://bit.ly/35lc6vH> та обговорюються на засіданні кафедри маркетингу і торговельного підприємництва, на які запрошуються здобувачі ВО. Обговорення ОНП також здійснюється під час щорічної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», на яку запрошуються усі стейкхолдери освітнього процесу. За результатами опитування, здобувачі ВО надали пропозиції щодо збільшення кількості занять з вивчення англійської мови, проходження закордонного стажування, збільшення практичних занять для роботи з комп'ютерними програмами з аналізу даних тощо. Однак, на питання ЕГ навести приклад, які конкретні пропозиції вносилися і розглядалися, відповіді від

здобувачів ВО не отримано. На запитання, які програмні результати навчання прописані в ОНП, відповіді від здобувачів ВО не отримано. На запит ЕГ (п. 4) отримано протоколи засідання кафедри маркетингу і торговельного підприємництва, на яких обговорювалися конкретні пропозиції стейкхолдерів та зміни до ОНП. У представлених протоколах відсутня інформація про конкретні пропозиції здобувачів ВО, а лише зазначається, що вони погоджуються з пропозиціями зовнішніх стейкхолдерів. ЕГ звертає увагу, що у протоколах засідання кафедри маркетингу і торговельного підприємництва (відповідь на запит ЕГ, п. 4), зазначено, що у т.ч. здобувач 3-го освітньо-наукового рівня Корольков В.О. погодився з рекомендаціями стейкхолдерів (с. 16, протокол № 1 від 30.11.2017 р.). Однак, здобувач ВО Корольков В.О., згідно інформації, отриманої з індивідуального плану (відповідь на запит ЕГ, п. 3), зарахований до аспірантури 06.06.2018 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.

Зовнішніми стейкхолдерами, які залучаються до обговорення ОНП є президент Хмельницької торговельно-промислової палати; Президент ГО «Української асоціації маркетингу»; засновник, директор маркетингової агенції «TheKasta»; засновник, директор Digital-агенції «Imrev»; науково-педагогічні працівники інших ЗВО: ПВНЗ «Університет економіки та підприємництва»; Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; Харківського державного університету харчування та торгівлі; Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Стейкхолдерами запропоновано, наприклад, осучаснити вибіркові освітні компоненти. Пропозиції враховані кафедрою і введено ОК: «CRM-системи у забезпеченні маркетингової діяльності», «HR-маркетинг», «Трейд-маркетинг», «Digital комунікації в маркетингу». Також за пропозицією працевлаштування, кафедрою запроваджуються технології дуальної освіти під час асистентської (педагогічної) практики.

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

В Університеті функціонує відділ інформаційного менеджменту та працевлаштування: <http://career.khnu.km.ua/>, який здійснює інформаційну, консультаційну та профорієнтаційну роботу. В рамках своєї діяльності відділ інформує здобувачів ВО про відкриті вакансії, програми стажування, зустрічі з практиками тощо. Позитивною практикою є створення в ХНУ електронної інформаційної бази випускників: <http://isu1.khnu.km.ua/isu/pub/graduates/>. За ОНП, яка акредитується наразі є один випускник, який є викладачем кафедри маркетингу і торговельного підприємництва.

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

Згідно Відомостей СО на ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти недоліків не було виявлено. Згідно Звіту про роботу відділу забезпечення якості: <http://vzia.khnu.km.ua/normatyvni-dokumenty/> за 2020 р. основними напрямками роботи відділу є: оновлення нормативної бази; моніторинг якості освітньої діяльності; підвищення кваліфікації співробітників університету; удосконалення інформаційної системи Університету. Згідно результатів опитування учасників освітнього процесу щодо дотримання академічної доброчесності, яке проводилося відділом забезпечення якості вищої освіти і розглядалося на засіданні ректорату (14.06.2021 р.): <https://bit.ly/3gKUCb7>, виявлено, що в Університеті є прояви академічної недоброчесності, такі як списування, необ'єктивне оцінювання, академічний плагіат, хабарництво, самоплагіат, фальсифікація та фабрикація (слайд 8). За результатами опитування, було прийнято рішення надалі регулярно проводити аналогічні опитування. На думку ЕГ, такі дослідження підтверджують те, що Університет зацікавлений в об'єктивній оцінці та вирішенні проблеми. Однак, у розділі «Моніторинг якості освітньої діяльності» у звітах не представлено результати моніторингу якості, відсутні виявлені проблеми та шляхи їх вирішення.

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

Акредитація ОНП є первинною.

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

Всі учасники освітнього процесу, з якими спілкувалася ЕГ, є повноцінними партнерами освітнього процесу. Адміністрація Університету сприяє розвитку ОНП. Розподіл відповідальності щодо процесів та процедур внутрішнього забезпечення якості відбувається в ХНУ на п'яти рівнях: здобувачі ВО; кафедра; факультет; ректорат та вчена рада Університету; наглядова рада Університету. Рекомендації стейкхолдерів враховуються при щорічному оновлення викладачами освітніх компонент та перегляді ОНП; до обговорення запрошуються провідні фахівці з маркетингу. Результати опитування стейкхолдерів обговорюються на засіданні кафедри. Система опитування здобувачів ВО є дієвою. Однак, внутрішня система забезпечення якості освіти не дозволила виявити жодного недоліку ОНП, яка акредитується. Згідно Відомостей СО (с. 25) слабкими сторонами ОНП, визначено: відсутність практики викладання ОК ОНП англійською мовою; недостатнє залучення здобувачів ВО до участі у міжнародних дослідницьких проєктах.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

1. В Університеті функціонують Відділ забезпечення якості вищої освіти; Центр аналітики, моніторингу та організації навчального процесу; Центр планування кар'єри. 2. Обговорення ОНП здійснюється під час щорічних науково-практичних конференцій, на які запрошуються усі стейкхолдери освітнього процесу. 3. Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва активно співпрацює із зовнішніми стейкхолдерами, такими як маркетингові та рекламні агенції, громадські організації, інші ЗВО, які випускають фахівців з відповідної спеціальності. Така співпраця носить постійний і серйозний характер. 4. В Університеті створено електронну інформаційну базу випускників.

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

Недоліки: 1. На засіданні кафедри не обговорювалися пропозиції здобувачів ВО, отримані за результатами анкетного опитування: збільшення кількості занять з вивчення англійської мови, проходження закордонного стажування, збільшення практичних занять для роботи з комп'ютерними програмами з аналізу даних тощо. Рекомендації: 1. Розглянути на засіданні кафедри конкретні пропозиції здобувачів ВО, отримані за результатами анкетного опитування.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Загалом ОНП відповідає вимогам Критерію 8. Всі учасники освітнього процесу є повноцінними партнерами освітнього процесу. Університет дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми. До перегляду ОНП залучені здобувачі ВО у спосіб запрошення їх на засідання кафедри, обговорення на круглих столах, конференціях. Однак, не всі пропозиції здобувачів, отримані за результатами опитування, розглядалися і обговорювалися на засіданні кафедри. У протоколах засідання кафедри пропозиції здобувачів ВО не представлено, лише їх погодження з рекомендаціями зовнішніх стейкхолдерів. Співпраця із зовнішніми стейкхолдерами носить постійний характер. Інформація про працевлаштування випускників ОНП збирається та узагальнюється, є електронна інформаційна база випускників, що дозволяє оперативно узагальнити інформацію щодо кар'єрного росту випускників. Зазначені недоліки можуть бути усунуті оперативно.

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.

Права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу ХНУ є чіткі і зрозумілі та регулюються Статутом ХНУ від 30.01.2017 р. <https://bit.ly/3gE4U4l>, Правилами внутрішнього трудового розпорядку ХНУ від 03.03.2020 р. <https://bit.ly/3gPxyuG>, Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу ХНУ від 30.01.2020 р. <https://bit.ly/3wHJybP>, Колективним договором на 2020-2030 рр. між адміністрацією і трудовим колективом ХНУ від 21.11.2020 р. <https://bit.ly/35zKtZd>, Типовим положенням про факультет ХНУ від 24.04.2020 р.

<https://bit.ly/3vMM1kd>, Типовим положенням про кафедру ХНУ від 24.04.2020 р. <https://bit.ly/3zEppW8>, Положенням про відділ аспірантури та докторантури від 29.11.2018 р. <https://bit.ly/2SDLUdc>, Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ від 29.11.2017 р. <https://bit.ly/3gzZYNU>, Положенням про проєктні групи з розроблення, започаткування та супроводження освітніх програм у ХНУ від 29.06.2018 р. <https://bit.ly/2U8g3Bw>, Положенням про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ від 29.04.2021 р. <https://bit.ly/2TL7E6W>, Порядком організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання у ХНУ від 24.04.2020 р. <https://bit.ly/3q8dhrW>, Положенням про агеестацію здобувачів вищої освіти у ХНУ від 31.01.2020 р. <https://bit.ly/3vE4MWI>, Положенням про студентське самоврядування у ХНУ від 05.03.2020 р. <https://bit.ly/3xwрAkf>. Усі зазначені документи розміщені на офіційному веб-сайті ХНУ <https://bit.ly/35yRzUq> у вільному доступі. Правила охоплюють усі типи внутрішніх нормативно-правових актів, є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації освітнього процесу за ОНП, що отримало підтвердження під час проведення ЕГ акредитаційної експертизи.

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

Процедура оприлюднення ОНП регламентується розділом 4 Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ <https://bit.ly/2TL7E6W> ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти за 2016, 2017 та 2020 роки оприлюднені на офіційному веб-сайті ХНУ та знаходяться у відкритому доступі <https://bit.ly/3zMokZx> а також проєкт ОНП, що винесена на обговорення <https://bit.ly/3q5st9m> Усі посилання активні та містять контактну інформацію для зворотного зв'язку із можливістю внесення пропозицій зовнішніми стейкхолдерами. Пропозицій від стейкхолдерів стосовно змін, внесених у ОНП розміщені на сайті кафедри маркетингу та торговельного підприємництва <https://bit.ly/3gAzHPA> а також відгуки стейкхолдерів <https://bit.ly/2TMowai> та рецензії <https://bit.ly/3q6wM4i> на ОНП.

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.

ОНП «Маркетинг» за третім рівнем вищої освіти за 2020 н.р. <https://bit.ly/3vButqV>, навчальний план підготовки докторів філософії (за 2020 н.р. <https://bit.ly/3cRCWjs>, 2017 н.р. <https://bit.ly/35Foq72>), інформація про обов'язкові та вибіркові освітні компоненти ОНП оприлюднені на веб-сторінці кафедри маркетингу та торговельного підприємництва ХНУ <https://bit.ly/3zB4Hqo>. Обсяг інформації є достатній для забезпечення інформацією стейкхолдерів, зокрема, потенційних вступників, зробити вибір щодо вступу на ОНП, а роботодавців – щодо цілей та змісту підготовки здобувачів за цією програмою. ЕГ відзначено відсутність змін у ОНП та НП за 2018 та 2019 рр., але під час акредитаційної експертизи з'ясовано, що під час обговорень ОНП пропозиції від стейкхолдерів надходили (Запит ЕГ, п. 4).

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Усі необхідні внутрішні нормативно-правові акти ХНУ, що регламентують процедури розробки, впровадження та навчання за ОНП «Маркетинг» за третім рівнем вищої освіти є відкритими та прозорими, розміщені на офіційному веб-сайті ЗВО та відповідних його структурних підрозділів. Інформація про ОНП «Маркетинг», НП за 2016, 2017 та 2020 н.рр. розміщена на сайті кафедри маркетингу і торговельного підприємництва, що дає можливість усім учасникам освітнього процесу мати доступ до них. ОНП має відгуки та рецензії зовнішніх стейкхолдерів, які розміщені у відкритому доступі.

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

Недоліки та слабкі сторони за критерієм відсутні.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Відповідно до визначених сильних сторін і водночас відсутності позитивних практик ОНП у контексті Критерію 9, ЕГ вважає, що прозорість та публічність ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями. Відповідність ОНП та освітньої діяльності за цією програмою Критерію 9 є достатньою.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

Під час спілкування з гарантом, здобувачами та науковими керівниками, ЕГ було встановлено, що здобувач обирає тематику наукового дослідження відповідного до галузевого профілю кафедри, власного практичного чи наукового досвіду. Позитивною практикою ОНП за спеціальністю 075 «Маркетинг» є можливість вибору ОК з будь-якої кафедри ХНУ за каталогом вибіркових дисциплін, про що підтвердили під час онлайн експертизи здобувачі. ЕГ встановила, що здобувачі не використали таку можливість, що може мати ознаки формального підходу до вибору ОК. Відповідно до наданих індивідуальних планів та заяв вивчення «дисциплін вільного вибору» (пп. 3 та 10 Запиту ЕГ) визначено, що незалежно від обраної наукової теми здобувачі різних років та форм навчання обрали однакові ВК: «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «Підприємницькі мережі: форми організації міжфірмової взаємодії суб'єктів підприємництва», «Start-up маркетинг», «Сучасні концепції управління розвитком соціально-економічних систем». Виключенням є вибір Шевчука Р.О., який обрав такі ВК: «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «Сучасні концепції управління розвитком соціально-економічних систем», «HR-маркетинг» та «Digital комунікації в маркетингу», тема дисертаційного дослідження якого «Маркетинг рекреаційної сфери і сфери розваг». Підготовка до дослідницької діяльності здобувачів забезпечується за рахунок оволодіння професійними компетентностями науковця ФКО1 та ФКО5 та результатів навчання ПРНО1, ПРНО4 під час вивчення дисциплін «Філософія науки» та «Управління науковими проектами». Викладацька діяльність передбачена ОНП у контексті вивчення дисципліни «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі» та «Асистентська педагогічна практика». Відповідно до наданих звітів з проходження практики здобувачів Цурської Б.Г. та Королькова В.О. (п. 11 запитів ЕГ), передбачено проведення здобувачами навчальних занять та підготовки дидактичних матеріалів. В рамках проходження асистентської практики, Цурській Б.Г. перераховано частина академічних годин, що були здобуті під час підвищення кваліфікації (2 кредити ЄКТС). Позитивним досвідом ОНП є формування разової спеціалізованої ради із захисту дисертації Семенова К.Л. за темою «Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах» за спеціальністю «Маркетинг» (<https://bit.ly/35LBFGv>).

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

ЕГ здійснювався аналіз діяльності на ОНП «Маркетинг» третього рівня вищої освіти у ХНУ під час онлайн-зустрічей та шляхом ознайомлення з документами: звіти про НДР кафедри маркетингу та торговельного підприємництва за 2019 р та 2020 р. (Запит ЕГ п.7); таблицю відповідності наукової діяльності здобувачів до наукового напрямку керівників (Запит ЕГ п. 14); індивідуальні плани здобувачів Королькова В.О., Субачова М.В., Франчук Л.В. та Шевчук Р.О. (Запит ЕГ п. 1); Таблиця 2 Відомостей про СО. ЕГ з'ясовано, що за ОПН керівництво аспірантами здійснюється трьома науковими керівниками: д.е.н., проф. Ковальчук С.В., д.е.н., пров. Орловим О.О. та к.е.н., доц., здобувачем докторського ступеню Кобець Д.Л., напрямки наукових досліджень яких корелюються із напрямками наукових досліджень здобувачів ОНП «Маркетинг» в ХНУ. Науковій школі д.е.н., проф. Ковальчук С.В. «Маркетинг-логістичні технології в умовах трансформаційних змін» за профілем досліджень відповідають теми наукових досліджень аспірантів Королькова В.О. «Маркетингове забезпечення startup-проектів»; Франчук Л.В. «Маркетингове забезпечення надання освітніх послуг», Форманюк О.В. «Маркетингове забезпечення інтернет-продажів», Калина В.І «Маркетингове забезпечення просування харчової продукції на споживчі ринки» та Субачова М.В. «Маркетинг рекреаційної сфери і сфери розваг». Науковій школі д.е.н., проф. Орлова О.О. «Інновації у плануванні підприємницької діяльності на основі концепції маржинального доходу» дотичні теми дисертаційних досліджень здобувачів Шевчук Р.О. «Формування маркетингової цінової політики підприємства на засадах маржинального підходу» та Костюк М.В. «Маркетингове ціноутворення на підприємствах електронної комерції». Тема наукового дослідження в рамках виконання докторської дисертації к.е.н., доц. Кобець Д.Л. «Стратегізація маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрової економіки» відповідає науковому напрямку здобувачки ВО Цурської Б.Г. «Формування системи комунікацій крупноформатного торговельного підприємства» та здобувача Нездоровіна О.В. «Маркетингове забезпечення діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації».

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, колоквіумів, доступ до використання лабораторій, обладнання тощо).

ХНУ надає повний доступ до всіх приміщень, матеріальних та інформаційних ресурсів університету, які необхідні для навчальної, викладацької та наукової діяльності для проведення і апробації результатів наукових досліджень здобувачів. Бібліотечний он-лайн каталог українських та іноземних джерел, репозитарій ХНУ дозволяє ознайомитись з актуальними науковими-методичними ресурсами за обраною тематикою. Усі учасники освітнього процесу зазначили про наявність вільного доступу до комп'ютерних класів, та мережі Інтернет на всій території університету. Під час проведення досліджень аспіранти ОНП використовують науково-метричні бази даних: Scopus, Web of Science, ORCID, GoogleScholar. Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва щорічно організовує різноманітні наукові заходи: Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», Всеукраїнська науково-практична конференція «Маркетинг очима молоді». Відповідно до зустрічей із НПП та здобувачами, під час вивчення дисципліни «Управління науковими проектами» здобувачі навчаються заповнювати заявку на конкурс наукових робіт для молодих вчених. Позитивною практикою ХНУ є впровадження конкурсу проектів науково-дослідних робіт <https://bit.ly/3gKXZ9g>

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.

Під час вивчення Відомостей СО, додатково наданих ЗВО документів, а також онлайн-зустрічей зі здобувачами ВО ОНП отримано підтвердження залучення до міжнародної академічної спільноти шляхом організації та проведення щорічної міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», в якій беруть участь здобувачі ВО, представники іноземних ЗВО (Польща); дистанційної участі здобувачів ВО в міжнародних науково-практичних конференціях (Польща), що підтверджено звітом про наукову діяльність кафедри за 2019, 2020 рр. (п. 7 запиту ЕГ). У 2020 р. здобувачі ВО у співавторстві з зав. кафедрою-гарантом ОНП Ковальчук С.В. опублікували результати дослідження в Часопису Хмельницького університету управління та права; Віснику Хмельницького національного університету; Міжнародному науковому журналі «Інтернаука». Практика участі здобувачів ВО у програмах міжнародної академічної мобільності; у міжнародних (спільних) дослідницьких проектах відсутня.

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

В рамках наукової роботи керівниками щорічно здійснюються публікації у наукових фахових виданнях, виданнях, що індексуються у наукометричних базах Scopus та/або WoS, приймається участь в українських та закордонних науково-практичних конференціях. Так, д.е.н., проф. Ковальчук С.В. за 2016 – 2020 рр. має 7 наукових публікацій у виданнях, що цитуються у міжнародній наукометричній базі Scopus (профіль у Scopus: <https://bit.ly/35H44O1>; 6 публікацій у наукових виданнях України, що включені до переліку фахових; 5 монографій у співавторстві; 4 навчальних посібники у співавторстві; 6 публікацій у науково-практичному виданні «Маркетинг в Україні» є відповідальним виконавцем трьох наукових тем та керівник однієї господарської науково-дослідної теми; має 9 свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір наукового характеру; протягом 2017-2021 рр. брала участь у спеціалізованих вчених радах із захисту докторських та кандидатських дисертацій у якості голови та члена; 7 разів була офіційним опонентом по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії, 7 разів – доктора наук. Д.е.н., проф. Орлов О.О. за 2016 – 2020 рр. має 4 наукових публікації у виданнях, що цитуються у міжнародній наукометричній базі Scopus (профіль у Scopus <https://bit.ly/3wV8vko>); 4 монографії у співавторстві (із них 2 випущених закордоном); здійснював наукове керівництво з здобувачами, які отримали документи про присудження наукового ступеня кандидата наук; є членом постійної спеціалізованої вченої ради по захисту дисертацій за спеціальністю 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). К.е.н., доц. Кобець Д.Л. має 3 наукових публікації у виданнях, що цитуються у міжнародній наукометричній базі Scopus (профіль у Scopus <https://bit.ly/3xyN6gz>); 12 публікацій у наукових виданнях України, що включені до переліку фахових; брав участь у 2 міжнародних науково-практичних конференціях. Дані аналізу свідчать про активну наукову позицію керівників здобувачів ОНП «Маркетинг» та апробацію результатів наукових досліджень в українській та міжнародній науковій спільноті.

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.

Процедура дотримання академічної доброчесності регламентується Положенням про дотримання академічної доброчесності в ХНУ (2019 р.): <https://bit.ly/3q9UBYO>; Кодексом академічної доброчесності (2020 р.): <https://bit.ly/35EhN88>. Згідно Положення про дотримання академічної доброчесності (с. 11, 12) відсутня процедура виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності. В ХНУ створена Комісія з питань академічної етики та доброчесності (р. IV, с. 5 Кодексом академічної

добросесності). Під час спілкування з представниками структурних підрозділів, ЕГ отримано інформацію, що наразі Комісією розглядається справа щодо порушення академічної добросесності. Перевірка унікальності тексту рукописів дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, рукописів статей і монографій здійснюється бібліотекою Університету та редакцією науково-практичного журналу ХНУ за допомогою платформ Unicheck. Здобувачі ВО мають змогу безкоштовно перевірити свої роботи на платформі AntiPlagiarism. У внутрішніх документах ЗВО, ЕГ не знайшла позицію щодо виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної добросесності.

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

1. За ОНП є досвід разової спеціалізованої ради із захисту дисертації за спеціальністю 075 «Маркетинг» на здобуття наукового ступеня PhD. 2. Наявна достатня «критична маса» науковців, що здійснюють освітньо-наукову діяльність за ОНП. 3. Університет є організатором міжнародних науково-практичних конференцій та надає інформацію здобувачам ВО про такі конференції у закордонних ЗВО.

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

Недоліки: 1. Здобувачі різних років та форм навчання обрали однаковий перелік ВК, які частково відповідають їх науковим темам. 2. Відсутня практика участі здобувачів ВО у програмах міжнародної академічної мобільності; у міжнародних (спільних) дослідницьких проєктах. 3. У Положенні про дотримання академічної добросесності відсутня процедура виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної добросесності. Рекомендації: 1. Запровадити практику консультації здобувачів науковими керівниками щодо вибору ОК відповідно до затвердженої теми досліджень. 2. Залучати здобувачів ВО до програм міжнародної академічної мобільності; участі у міжнародних (спільних) дослідницьких проєктах. 3. У внутрішніх документах ЗВО прописати процедуру щодо виключення здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної добросесності.

Рівень відповідності Критерію 10.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

Цілі, освітні компоненти, результати навчання відповідають науковій тематиці здобувачів ВО щодо вирішення питань маркетингового забезпечення діяльності підприємств та установ. Обраний перелік вибірових ОК фактично не реалізує міждисциплінарності та індивідуальності вибору. Наукова діяльність аспірантів за ОНП відповідає напрямам досліджень наукових керівників. ХНУ надає доступ до матеріальних та інформаційних ресурсів університету, які необхідні для навчальної, викладацької та наукової діяльності для апробації результатів наукових досліджень здобувачів. Результати досліджень наукових керівників аспірантів за ОНП регулярно публікуються у спеціалізованих фахових виданнях, проходять апробацію у науково-практичних конференціях та через реалізацію дослідницьких проєктів. Університет забезпечує можливості для долучення аспірантів до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю: організовує міжнародні науково-практичні конференції, надається інформація конференції в інших ЗВО, у т.ч. міжнародних. Наукові керівники є співавторами опублікованих результатів дослідження здобувачів ВО, є опубліковані аспірантами самостійні результати дослідження. В Університеті проводиться анкетне опитування викладачів та здобувачів ВО щодо дотримання академічної добросесності, функціонує Комісія з питань академічної етики та добросесності. Однак, Університет не у повній мірі забезпечує дотримання академічної добросесності.

IV. Інші спостереження

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

Під час спілкування ЕГ зі здобувачами ВО спостерігалися недобросесні дії - надавалися підказки «за кадром».

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	B

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Доктор_філософії_Маркетинг ._2017.pdf</i>	odjENryyLd6DKIVhkI/ycvfSN5Grvy/Y72Ud2mu3nyo =

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

Легеза Дарья Георгіївна

Члени експертної групи

Іваннікова Марина Миколаївна

Ткаченко Наталія Борисівна