

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Уманський національний університет садівництва
Освітня програма	35894 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Молодший бакалавр
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	Уманський національний університет садівництва
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	35894
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Молодший бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Фарат Олександра Володимирівна, Зайчик Катерина Олегівна, Ковальчук Світлана Володимирівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	29.03.2021 р. – 31.03.2021 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://marketing.udau.edu.ua/assets/files/akreditaciya/vidomosti-pro-samoocinyuvannya-osvitnoi-programi-marketing-stupin-vishhoi-osviti-molodshij-bakalavr.pdf
Програма візиту експертної групи	https://marketing.udau.edu.ua/ua/novini/akreditacijna-ekspertiza-osvitnoi-programi-marketing-pochatkovogo-rivnya-vishhoi-osviti.html

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

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в Уманському національному університеті садівництва (УНУС) відповідає критеріям 1-9 оцінювання її якості, що є обов'язковою умовою для акредитації. В цілому ОП є актуальною та збалансованою стосовно задоволення потреб регіонального ринку праці у кадрах, які володітимуть сучасним економічним мисленням і відповідними компетентностями, необхідними для успішного виконання професійних обов'язків у сфері маркетингу на технологічному (низовому або оперативному) рівні на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності. Підготовка здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) за ОП здійснюється відповідно до «Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 977 від 11.07.2019 р. Мета ОП корелює зі Стратегією розвитку Уманського національного університету на 2020-2025 роки. Інформація про ОП є у відкритому доступі, а її реалізація базується на засадах студентоцентризму, прозорості та публічності. В ОП передбачено форми оцінювання ПРН контрольними заходами, які є чіткими, зрозумілими, доступними та включають процедури оскарження. Сучасний стан та виявлені тенденції освітньої діяльності дозволяють стверджувати про наявність перспектив подальшого розвитку цієї ОП у сфері аграрного маркетингу. Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають усім критеріям Додатку до Положення про акредитацію освітніх програм, з недовідками, що є несуттєвими (рівень В).

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

ОП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС має унікальність у порівнянні з аналогічними освітньо-професійними програмами за зазначеною спеціальністю, оскільки вона враховує специфіку маркетингової діяльності на регіональному ринку. Є відповідність мети ОП «Маркетинг» в УНУС напрямам реалізації місії і стратегій ЗВО. В процесі моніторингу ОП враховуються пропозиції стейкхолдерів, що сприяє її удосконаленню і підвищенню якості підготовки здобувачів. В цілому ОП «Маркетинг» та її окремі освітні компоненти відповідають вимогам законодавства та Національної рамки кваліфікацій для 5-го кваліфікаційного рівня. Обсяг ОП становить 120 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам п. 3 ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту», а вибіркового – 30 кредитів або 25%, що також відповідає вимогам п. 15 ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту». Зміст підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти є структурованим, а ОП – збалансованою в контексті загального часу навчання (за чотирма семестрами / двома роками навчання), а також змістовно. Переважну більшість ОК ОП сформовано у відповідності до предметної області спеціальності 075 Маркетинг. В ОП «Маркетинг» та Навчальному плані передбачені обов'язкові компоненти практичної підготовки у вигляді навчальної та виробничої практик, на які припадає 6 кредитів ЄКТС. ЗВО створює всі можливості для забезпечення індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ОП «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти (короткого циклу), зокрема, через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі 30 кредитів ЄКТС, що відповідає чинному законодавству. Сучасна інформаційна підтримка освітнього процесу в ЗВО забезпечує здобувачів вищої освіти інформацією про зміст освітніх компонентів ОП (робочі програми, силбуси та каталог вибіркового дисциплін є доступними на сайті ЗВО). Прийом здобувачів на освітній рівень «молодший бакалавр» здійснюється за чіткими та зрозумілими правилами, які враховують особливості ОП «Маркетинг». У ЗВО наявні всі необхідні положення для врахування результатів неформальної освіти та про порядок реалізації права на академічну мобільність. В ОП «Маркетинг» передбачено форми оцінювання програмних результатів навчання здобувачами ВО, які розроблені у відповідності до чинної нормативної бази функціонування ЗВО. Здобувачі ВО обізнані з особливостями і правилами проведення контрольних заходів, які загалом є чіткими, зрозумілими, доступними та включають процедури оскарження. У ЗВО існує взаємоузгодженість та прозорість процесів розробки та імплементації відповідних внутрішніх нормативних актів через налагоджену систему внутрішнього документообігу. Наявна матеріально-технічна база, що створює необхідні передумови для задоволення потреб здобувачів вищої освіти за ОП у сфері освіти, науки та соціального розвитку. ЗВО співпрацює з професіоналами-практиками, експертами, роботодавцями та органами місцевого самоврядування щодо організації освітнього процесу.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Слабкі сторони: 1.Встановлений фокус ОП не повною мірою враховує специфіку галузевої діяльності ЗВО; орієнтація лише на трейд-маркетинг дещо звужує і обмежує діяльність випускника на ринку праці. 2.Є незрозумілим, яким саме чином при формуванні ОП «Маркетинг» враховано досвід зарубіжних ЗВО щодо підготовки фахівців за аналогічними ОП. 3. Згідно структурно-логічної схеми, НП та РНП спостерігаються певні алогізми щодо вивчення освітніх компонент, що свідчить про неповну узгодженість послідовності вивчення дисциплін в рамках однієї спеціальності. 4. Серед дисциплін професійної підготовки відсутня «Маркетингова політика розподілу (Маркетингова збутова політика)», яка є базовою для забезпечення унікальності цієї ОП, зважаючи на те, що її фокусом є трейд-маркетинг. Фактичну унікальність ОП підтверджує лише дисципліна «Управління продажем та мерчандайзинг», назва якої потребує коригування, бо «Управління» це компетентність більш високого рівня вищої освіти. 5.Незначна кількість вибіркового дисциплін маркетингового спрямування. 6.В

процесі інтерв'ювання здобувачів виявлено їх недостатню обізнаність стосовно академічної мобільності. Практика участі здобувачів в міжнародних програмах академічної мобільності на ОП «Маркетинг» відсутня. 7. Недостатній рівень володіння здобувачами інформацією стосовно джерел ознайомлення з критеріями оцінювання результатів навчання в УНУС Рекомендації: 1. Під час оновлення ОПП врахувати досвід аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм, а також посилити фокусування освітньої програми на аграрний ринок. Більш чітко сформулювати унікальність ОП, враховуючи специфіку діяльності ЗВО та регіону. 2. Більш активно залучати роботодавців до формування компетентностей під час розробки, покращення ОПП шляхом організування «круглих столів», диспутів, обговорень, створення Google-form на сайті кафедри тощо. 3. Переглянути зміст і наповнення ОП стосовно логічної побудови та забезпечення ОК та ПРН. Збільшити кількість дисциплін, які формують фахові компетентності з маркетингу. 4. При перегляді і редагуванні ОП необхідно взяти до уваги ступеневість вищої освіти, а саме те, що молодші бакалаври мають можливість отримати освіту за першим «бакалаврським» рівнем у цьому ЗВО для запобігання повторення або відсутності певних дисциплін у подальшому вивченні. 5. Удосконалити процедуру перезараховування результатів навчання, здобутих в інших закладах освіти. 6. Посилити комунікаційну складову щодо доведення інформації стосовно існуючих напрямів академічної мобільності; діючих контрольних заходів, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічної доброчесності здобувачам початкового рівня вищої освіти (короткого циклу).

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.

Згідно проведеної акредитаційної експертизи встановлено, що мета, цілі та завдання освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС (<https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-ekonomiki-i-pidpriemnictva/op-marketing-molodshij-bakalavr.html>) в цілому відповідають місії та стратегії ЗВО (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/2020/other/strategiya-rozvitku-2020-2025.pdf>). Місією УНУС, як багатогалузевого класичного закладу вищої освіти, є [проведення інноваційної освітньої та наукової діяльності у природничій, суспільній, гуманітарній і технічній сферах через: забезпечення якісної та доступної освіти завдяки знанням і досвіду науково-педагогічних працівників, розвитку наукових і освітніх технологій; безперервне вдосконалення освітніх програм; створення умов для розвитку творчого та наукового потенціалу молоді на принципах академічної доброчесності, гуманності, толерантності, демократизації, практичності, прагматичності, неперервності, варіативності, адаптивності й оптимальності; виховання гармонійно розвиненої особистості, громадянина та патріота України з високими духовними цінностями; всебічний розвиток фундаментальних і прикладних наукових досліджень, забезпечення їх інноваційності та відповідності комерційним запитам]. Ці факти, а також унікальність ОПП були підтверджені в результаті проведених співбесід з гарантом ОПП, здобувачами вищої освіти, керівництвом ЗВО та роботодавцями. Поряд із цим, фокусування програми лише на врахуванні при підготовці здобувачів вищої освіти особливостей сучасних методів трейд-маркетингової діяльності суб'єктів господарювання шляхом включення до обов'язкових компонентів дисциплін, спрямованих на формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань і практичних навичок формування товарного асортименту, організації та управління збутовою діяльністю підприємств, дещо зужує і обмежує діяльність випускника на ринку праці.

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

В процесі експертизи та в процесі зустрічей 1, 2 та відкритої зустрічі підтверджено, що формування цілей і програмних результатів навчання за ОПП визначаються з урахуванням пропозицій стейкхолдерів та академічної спільноти, що підтверджено протоколами засідання робочої групи з обговорення ОПП (протокол № 1 засідання робочої групи 18.12.2019 р.; протокол № 2 засідання робочої групи 03.02.2020 р.). Під час зустрічі зі здобувачами встановлено, що їх пропозиції стосовно внесення до переліку обов'язкових компонентів враховано дисципліну «Інформаційні системи і технології в маркетингу» (пропозиція здобувачки початкового рівня (короткий цикл) вищої освіти, Д.В. Мельник), а до переліку вибіркових дисциплін – «Маркетинг відносин» (пропозиція здобувачки початкового рівня (короткий цикл) вищої освіти, Ю.Р. Нагорної). В процесі зустрічі з роботодавцями підтверджено, що залучення стейкхолдерів носить реальний, а не формальний характер, зокрема, результатом засідання робочих груп на пропозицію здобувачів стало включення кейсів реальних підприємств, внесення змін до переліку

обов'язкових компонент, а саме: до переліку обов'язкових компонент ОПП включено дисципліну «Управління продажем та мерчендайзинг» (пропозиція директора БС «Євродім» А.Г. Качура). У процесі інтерв'ювання здобувачів вищої освіти, представників студентського самоврядування УНУС та вивчення протоколів засідання кафедри, додатково наданих на вимогу ЕГ, з'ясовано, що в ЗВО здійснюється постійний моніторинг освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу).

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.

В процесі акредитаційної експертизи встановлено, що цілі освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту. В результаті зустрічей з керівництвом ЗВО, гарантом ОПП, академічною спільнотою та роботодавцями (зустрічі 1, 4, 6, 7), було встановлено прагнення до покращення якості ОПП. Як зазначено у відомостях самооцінювання, а також підтверджено в процесі інтерв'ювання групи забезпечення ОПП, перед започаткуванням освітньої програми було проведено дослідження «Обґрунтування доцільності підготовки фахівців з маркетингу початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти для Уманського НУС» (протокол засідання кафедри № 5 від 10.12.2018; протокол № 1 засідання робочої групи 18.12.2019 р.). Стосовно регіонального аспекту, його врахування здійснювалося на підставі опрацювання Стратегії розвитку Черкаської обл. на період 2021-2027 рр. (<https://strategy2027-ck.gov.ua/wp-content/uploads/2021/01/c.62>) та Програми економічного і соціального розвитку м. Умань на 2020 рік (<https://uman-rada.gov.ua/index.php/ekonomika/sotsialno-ekonomichni-rozvytok-mista/prohrama-ekonomichnoho-ta-sotsialnoho-rozvytku>). Здійснюється постійний аналіз подібних ОПП ЗВО України (Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, Полтавський університет економіки і торгівлі, Східноєвропейський університет). Здійснюється робота щодо формування змісту освітньої програми з урахуванням досвіду розробки освітніх програм в іноземних ЗВО (Пряшівський університет у Пряшеві (Словаччина), Господарська академія ім. Д.А. Ценова (м. Свіщов, Болгарія), Варшавський університет менеджменту (Польща)). Разом із цим, є незрозумілим, яким саме чином при формуванні ОПП «Маркетинг» враховано досвід ЗВО щодо підготовки фахівців за аналогічними ОПП. Під час зустрічі з роботодавцями встановлено, що їхня думка враховується під час розробки та оновлення ОП. Цілі та програмні результати навчання щодо забезпечення актуальних компетентностей випускника, періодично переглядаються, що підтверджено відповідними документами.

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.

Стандарт вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» за початковим рівнем вищої освіти (коротким циклом) відсутній. Разом із тим УНУС розробив ОП «Маркетинг» відповідно до Національної рамки кваліфікацій для п'ятого кваліфікаційного рівня в редакції постанови КМУ №509 від 12.06.2019 року. Опис кваліфікаційного рівня (5-ий рівень), який визначає здатність особи самостійно виконувати складні спеціалізовані виробничі чи навчальні завдання в окремій галузі професійної діяльності та/або у процесі навчання, нести відповідальність за результати своєї діяльності та діяльності інших осіб у певних ситуаціях, за критеріями «знання», «уміння/навички», «комунікація», «відповідальність і автономія» ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС чітко визначено відповідні результати навчання. Отже, визначені в ОПП програмні результати навчання повною мірою відповідають дескрипторам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

1. ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС має унікальність у порівнянні з аналогічними освітньо-професійними програмами за зазначеною спеціальністю, оскільки вона враховує специфіку маркетингової діяльності на регіональному ринку. 2. Встановлено відповідність мети ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС напрямам реалізації місії і стратегій ЗВО. Враховуються пропозиції стейкхолдерів. 3. В процесі моніторингу ОПП враховуються пропозиції стейкхолдерів, що сприяє її удосконаленню і підвищенню якості підготовки здобувачів. 4. За відсутності затвердженого стандарту вищої освіти Уманський національний університет садівництва розробив ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) відповідно до Національної рамки кваліфікацій для п'ятого кваліфікаційного рівня в редакції постанови КМУ №509 від 12.06.2019 року.

Визначені в ОПП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.

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

Слабкі сторони: 1. Встановлений фокус ОПП не повною мірою враховує специфіку галузевої діяльності ЗВО; орієнтація лише на трейд-маркетинг дещо звужує і обмежує діяльність випускника на ринку праці. 2. Є незрозумілим, яким саме чином при формуванні ОПП «Маркетинг» враховано досвід зарубіжних ЗВО щодо підготовки фахівців за аналогічними ОПП. Рекомендації: 1. Під час оновлення ОПП врахувати досвід аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм, а також посилити фокусування освітньої програми на аграрний ринок. 2. Більш активно залучати роботодавців до формування компетентностей під час розробки, покращення ОПП шляхом організування «круглих столів», диспутів, обговорень, створення Google-form на сайті кафедри тощо.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Зважаючи на встановлені сильні сторони та позитивні практики, а також рекомендації щодо удосконалення ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС у контексті Критерію 1, ЕГ вважає, що ОПП «Маркетинг» має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками. Відтак, можна вважати відповідність ОПП Критерію 1 достатньою (з незначними зауваженнями, які не є суттєвими та не позначаються на її якості).

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).

В процесі проведеної акредитаційної експертизи підтверджено, що обсяг освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС (<https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-ekonomiki-i-pidpriemnictva/op-marketing-molodshij-bakalavr.html>) становить 120 кредитів ЄКТС. Цей факт відповідає нормам, встановленим згідно Закону України «Про вищу освіту» (п.3, ст. 5). Обсяг обов'язкових освітніх компонентів, спрямованих на досягнення програмних результатів навчання (компетентностей), становить 90 кредити ЄКТС або 75% (з яких, 82,5 кредити (68,75%) формують основні компетентності, 7,5 кредити (6,25%) припадає на практичну підготовку та підсумкову атестацію), а загальний обсяг освітніх компонентів за вибором здобувачів – 30 кредитів ЄКТС, тобто – 25%. Таке співвідношення відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту», згідно якого обсяг дисциплін за вибором здобувачів має становити не менше 25%. Програмою передбачено, що термін навчання становить 1 рік і 10 місяців, що підтверджується графіком навчального процесу. Таким чином, обсяг ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) та її окремих освітніх компонентів відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти.

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.

В процесі проведення акредитаційної експертизи з'ясовано, що зміст ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) є структурованим, а її освітні компоненти в основному дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання. Освітні компоненти, які включені до ОПП і НП редакції 2020 року, складають взаємопов'язану систему, що відображено у наведеній структурно-логічній схемі. Структуризація змісту ОПП здійснюється за двома групами складових: обов'язкові дисципліни, перелік яких деталізовано в самій ОПП, та вибіркові дисципліни, перелік яких наведено у «Каталозі вибіркових дисциплін» (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/studentu/molodshomu-bakalavru/vibirkovi-disciplini.html>). Разом із тим, потребує уточнення визначення ОК згідно сучасних підходів щодо формування стандартів вищої освіти: в акредитованій ОПП зберігається розподіл обов'язкових компонентів ОП на дисципліни математичної та загальноосвітньої

підготовки; професійної та практичної підготовки; соціально-гуманітарної підготовки. Згідно структурно-логічної схеми, НП та РНП спостерігаються певні алогізми щодо вивчення освітніх компонент: у 2-му семестрі поряд з ОК «Маркетинг» вивчається «Мікроекономіка» і «Товарознавство»; в той час, як «Макроекономіка» викладається у 3-му семестрі, а «Економіка підприємства» - у 4-му. Згідно послідовності і наступності опанування ОК, вивченню «Маркетингу» має передувати або вивчатися паралельно «Макроекономіка» та «Економіка підприємств», бо власне маркетинг, з одного боку розглядається як ринково орієнтована філософія бізнесу, а з іншого – як функція управління підприємством. Крім того, викликає здивування відсутність серед дисциплін професійної підготовки «Маркетингової політики розподілу (Маркетингової збутової політики)», зважаючи на те, що трейд-маркетинг є фокусом цієї ОПП. Фактично унікальність ОПП підтверджує лише одна ОК «Управління продажем та мерчандайзинг», назва якої потребує коригування, бо «Управління» це компетентність більш високого рівня вищої освіти. Також потребує переосмислення робоча програма і силабус за дисципліною «Економіка підприємства», зміст якої орієнтований на галузеву приналежність (аграрний сектор) [blob:https://office.naq.gov.ua/bac77aba-e1e2-4d9d-adf7-6bb7361c109e](https://office.naq.gov.ua/bac77aba-e1e2-4d9d-adf7-6bb7361c109e), що значною мірою звужує спектр застосування молодших бакалаврів з маркетингу в реальному секторі економіки. Поряд із цим ЕГ констатує, що освітні компоненти, включені до освітньої програми, дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

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

Проведений ЕГ аналіз обов'язкових та вибіркових освітніх компонент ОПП, навчального плану, силабусів і робочих програм навчальних дисциплін, програм практики для освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС дає підстави зробити висновок, що зміст ОПП в цілому відповідає предметній області, визначеній для спеціальності 075 Маркетинг. ЕГ констатує, що в ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) відсутні освітні компоненти, які за своїм змістом не мають зовсім зв'язку чи мають неочевидний зв'язок зі спеціальністю 075 «Маркетинг».

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії в УНУС визначена та регулюється Положеннями «Про організацію освітнього процесу в Уманському НУС» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-osvitnij-proces.pdf>), «Про вибіркові дисципліни в Уманському НУС» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/vibirkovi.pdf>), «Про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/2018/education/Polozhennya-pro-iNPS.pdf>), «Про академічну мобільність студентів Уманського НУС» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2016/Polozhennya-pro-akademichnu-mobilnist-studentiv-Umanskogo-NUS.pdf>), «Про дуальну форму здобуття вищої освіти в Уманському НУС» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-dualnu-formu.pdf>). Основним інструментом формування індивідуальної освітньої траєкторії за ОПП є індивідуальний, довільний вибір здобувачами дисциплін (не менше 25% загальної кількості кредитів ЄКТС), тобто в обсязі, передбаченому законодавством (п. 15 ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту»). Згідно ОПП, що акредитується, здобувачі вищої освіти обирають 8 дисциплін з «Каталогу вибіркових дисциплін» (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/studentu/molodshomu-bakalavru/vibirkovi-disciplini.html>). Інформацію про зміст вибіркових дисциплін здобувачі отримують з силабусів та робочих програм навчальних дисциплін. Для рівня вищої освіти «Молодший бакалавр», ЗВО пропонує 16 дисциплін, з яких лише 4 відповідають маркетинговому спрямуванню, а із запропонованих дисциплін (одна з яких, «Маркетинг взаємин», введена за породою стейкхолдерів) здобувачі надають перевагу не маркетинговим, про що свідчить змістове наповнення РНП. Обрання вибіркових дисциплін не автоматизовано і здійснюється за заявою здобувача. У 1-му семестрі за ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС вибіркові дисципліни не передбачені. В процесі інтерв'ювання здобувачів вищої освіти, представників студентського самоврядування ЗВО (зустрічі 4, 5) та вивчення протоколів засідання кафедри, додатково наданих на вимогу ЕГ, з'ясовано, що здобувачі не лише ознайомлені з процедурою обрання вибіркових дисциплін, але її реально проходили, при цьому, вважають її чіткою та зрозумілою. Зіставлення результатів інтерв'ювання різних респондентів та вивчення індивідуальних навчальних планів здобувачів дозволяє зробити висновок, що ОПП і розроблені процедури в ЗВО дають можливість здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію. При формуванні індивідуальної освітньої траєкторії здобувачі також можуть обирати керівників практики та тематику курсових робіт, а також реалізовувати право на академічну мобільність з урахуванням власних потреб і уподобань щодо майбутньої фахової діяльності.

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

ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС передбачено два види практики. Навчальна практика запланована у 2-му семестрі і має обсяг 1,5 кредитів ЄКТС. Цей вид практичної підготовки має за мету поглибити та систематизувати знання здобувачів шляхом вирішення виробничо-ситуаційних завдань, показати на конкретних практичних прикладах роль фахівців з маркетингу в розвитку ринку товарів і послуг, підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Під час навчальної практики здобувачі ознайомлюються з кваліфікаційними вимогами, основними видами, завданнями та змістом маркетингової діяльності. Виробнича практика передбачена у 4-му семестрі, її проходження має виявити у здобувача здатність вирішувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Практична підготовка здійснюється у відповідності з Положеннями «Про організацію освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-osvitnij-proces.pdf>), «Про організацію проведення практичної підготовки студентів Уманського національного університету садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/2018/polozhennya/pro-organizaciyu-provedennya-praktichnoyi-pidgotovki.pdf>), а також навчальним планом і ОПП «Маркетинг» початкового рівня (короткий цикл) вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Для кожного виду практики сформовані «Методичні вказівки». Договори, які забезпечують можливість практичної підготовки здобувачів вищої освіти за ОПП Маркетинг є у наявності. Здобувачі мають також можливість самостійно обирати базу практики. За результатами спілкування зі здобувачами та ознайомлення із результатами їх анкетування встановлено, що здобувачі задоволені рівнем компетентностей, які вони формують у процесі практичної підготовки.

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

У процесі акредитаційної експертизи з'ясовано, що набуття здобувачами соціальних навичок (Soft Skills), що відповідають задекларованим цілям ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС здійснюється шляхом опанування здобувачами вищої освіти загальними компетентностями, включеними до ОПП. В процесі експертизи встановлено, що здобувачі вищої освіти за ОПП можуть отримати соціальні навички за рахунок використання викладачами таких методів навчання, як: кейсові ситуації, тренінги, мозковий штурм, публічні виступи, презентації, геймстаді тощо. Засвідчено, що ОП «Маркетинг» найбільше сприяє набуттю соціальних навичок «soft skills» через такі освітні компоненти, як «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Комунікаційна діяльність», на заняттях з яких неодмінним компонентом є робота в команді, уміння формувати власну думку, приймати рішення, швидко адаптуватися до нових умов. Розвитку у здобувачів навичок Soft Skills активно сприяють і викладачі, які залучають майбутніх маркетологів до публічних виступів (апробації) результатів їх наукового дослідження на науково-практичних конференціях, семінарах, відвідуванні підприємств тощо. Здобувачі під час зустрічей з експертами навели та продемонстрували конкретні приклади соціальних навичок, здобутих в процесі навчання за ОПП «Маркетинг», у вигляді дискусії та аргументації своїх висловлювань.

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

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг», у тому числі і для підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу), відсутній. У цілому зміст ОПП передбачає достатній обсяг загальних і професійних компетенцій, спрямованих на формування необхідних фахових компетентностей та результатів навчання.

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.

УНУС продемонстрував, що він вживає заходи для того, щоб через опитування здобувачів вищої освіти реалістично оцінити, яким є обсяг самостійної роботи в середньому потрібний їм для належного опанування кожної з ОК. Так, НП для здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) за спеціальністю 075 «Маркетинг», передбачений розрахунок завантаженості на весь період навчання у кількості 3600 годин, з яких обсяг аудиторних занять становить 1650 годин або 45,8 %, а обсяг самостійної роботи здобувачів 1950 години або 54,2 %. Кількість аудиторних годин на тиждень для молодшого бакалавра, який навчається за ОП «Маркетинг» на сьогодні становить у першому семестрі – 25 годин, у другому-четвертому семестрі – 26 годин. Обов'язкові освітні компоненти у циклі математичної та загальноекономічної підготовки становлять в навчальному плані 4 кредити ЄКТС з однаковим обсягом годин аудиторних занять та самостійної роботи здобувачів, винятком є ЗП 3 (Історія економіки та економічної думки), де на останню відводиться 42,8 % часу. У циклі професійної підготовки компоненти становлять від 3 до 4 кредитів ЄКТС з приблизно однаковим обсягом годин аудиторних занять та самостійної роботи здобувачів, за винятком ПП 3 (Маркетинг), ПП 6 (Комунікаційна діяльність) та ПП 8 (Маркетингові дослідження), де на останню відводиться, відповідно, 36,6%, 58,1 % і 44,7 % годин. На освітні компоненти циклу соціально-гуманітарної підготовки в переважній більшості відводиться 3 кредити ЄКТС, крім СП 1 (Фізичне виховання) та СП 5 (Іноземна

мова). Розподіл годин має незначний нахил в сторону самостійної роботи, крім СП 1, де вона займає лише 33 % часу. В цілому, для обов'язкових навчальних дисциплін цикл математичної та загальноекономічної підготовки становить 28,5 кредити ЄКТС, соціально-гуманітарної підготовки – 20, а професійної – 34. Вибіркові освітні компоненти становлять в навчальному плані від 3 до 4,5 кредитів ЄКТС з переважним обсягом годин самостійної роботи здобувачів (59,1 %) над годинами аудиторних занять (40,9 %). Для вибірових навчальних дисциплін відведено 30 кредитів ЄКТС. Проведений аналіз свідчить, що обсяг освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та її окремих освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС) відображає фактичне навантаження здобувачів, а також є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання.

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.

Освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС не передбачає підготовку здобувачів за дуальною формою освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

1. В цілому ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та її окремі освітні компоненти відповідають вимогам законодавства та Національної рамки кваліфікацій для 5-го кваліфікаційного рівня за критеріями «знання», «уміння/навички», «комунікація», «відповідальність і автономія» згідно постанови КМУ №519 від 25.06.2020 року. 2. Обсяг ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС становить 120 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам п. 3 ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту», а вибірових – 30 кредитів або 25%, що також відповідає вимогам п. 15 ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту». 3. Зміст підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС є структурованим, а ОП – збалансованою в контексті загального часу навчання (за чотирма семестрами / двома роками навчання), а також змістовно. 4. Переважну більшість освітніх компонент ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС сформовано у відповідності до предметної області спеціальності 075 Маркетинг. 4. В ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та Навчальному плані передбачені обов'язкові компоненти практичної підготовки у вигляді навчальної та виробничої практик, на які припадає 6 кредитів ЄКТС. 5. УНУС створює всі можливості для забезпечення індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ОПП «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти (короткого циклу), зокрема, через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі 30 кредитів ЄКТС, що відповідає чинному законодавству. Сучасна інформаційна підтримка освітнього процесу в ЗВО забезпечує здобувачів вищої освіти інформацією про зміст освітніх компонентів ОПП (робочі програми, силабуси та каталог вибірових дисциплін є доступними на сайті УНУС).

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

Слабкі сторони: 1. Згідно структурно-логічної схеми, НП та РНП спостерігаються певні алогізми щодо вивчення освітніх компонент, що свідчить про неповну узгодженість послідовності вивчення дисциплін в рамках однієї спеціальності. 2. Серед дисциплін професійної підготовки відсутня «Маркетингова політика розподілу (Маркетингова збутова політика)», яка є базовою для забезпечення унікальності цієї ОПП, зважаючи на те, що її фокусом є трейд-маркетинг. 3. Фактично унікальність ОПП підтверджує лише дисципліна «Управління продажем та мерчандайзинг», назва якої також потребує коригування, бо «Управління» це компетентність більш високого рівня вищої освіти. 4. Незначна кількість вибірових дисциплін маркетингового спрямування (з 16 запропонованих лише 4 відповідають фокусу програми, а серед 8 обраних вибірових дисциплін немає жодної маркетингової). Рекомендації: 1. Уточнити визначення ОК згідно сучасних підходів щодо формування стандартів вищої освіти: в акредитованій ОПП зберігається розподіл обов'язкових компонент ОП на дисципліни математичної та загальноекономічної підготовки; професійної та практичної підготовки; соціально-гуманітарної підготовки. 2. Переглянути послідовність вивчення загальноекономічних дисциплін, зважаючи на наступність дисциплін професійної підготовки: ОК «Маркетинг» має передувати або вивчатися паралельно «Макроекономіка» та «Економіка підприємства». 3. Для забезпечення унікальності ОПП, бажано ввести ОК «Маркетингова політика розподілу / Маркетингова збутова політика», а також посилити роз'яснювальну та презентаційну роботу серед здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) стосовно вибірових дисциплін маркетингового спрямування.

Рівень відповідності Критерію 2.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 2.1, 2.3, 2.5, 2.6, 2.8. Виявлено певні розбіжності стосовно підкритеріїв 2.2 і 2.4, проте наявні зауваження можуть бути усуненими в процесі перегляду блоку обов'язкових дисциплін; формування структурно-логічної схеми у відповідності до логічної взаємопов'язаної системи освітніх компонент, що дозволить покращити програмні РН за ОПП «Маркетинг» та забезпечити ступневість вищої освіти. Запропоновані пропозиції щодо удосконалення ОПП у контексті Критерію 2 є досяжними і погодженими з гарантом освітньої програми

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.

Під час проведення зустрічі зі здобувачами вищої освіти експертна група з'ясувала, що для абітурієнтів при вступі на освітню програму вся інформація є чіткою та зрозумілою, не містить дискримінаційних положень та оприлюднена на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти. На офіційному веб-сайті УНУС оприлюднено правила прийому, перелік спеціальностей, розмір плати за навчання та освітні програми <https://admission.udau.edu.ua/ua/dokumenty/normativna-baza.html>. За спеціальністю 075 «Маркетинг» на навчання приймаються особи на основі повної загальної середньої освіти та здобувачі після коледжів. Також під час спілкування з адміністрацією Уманського НУС (29.03.2021 Зустріч 2), проректор з навчальної діяльності зазначив, що є здобувачі, які подають заяви і на ОР бакалавр, і на ОР молодший бакалавр (через наявність місць державного замовлення).

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

Вступ на навчання за ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в Уманському національному університеті садівництва відбувається на основі двох сертифікатів ЗНО та атестату про повну загальну середню освіту. Прийом здобувачів на навчання здійснюється за певним алгоритмом: абітурієнти вступають на ОПП «Маркетинг» на основі сертифікатів з ЗНО (українська 0,45% та один з предметів на вибір 0,45%) та середнього балу атестату 0,1%. Після закінчення ОПП «Маркетинг» короткого циклу, здобувачі мають можливість перейти на перший (бакалаврський рівень) за умови складання загального фахового іспиту за трьома дисциплінами: «Маркетинг», «Ціноутворення» та «Маркетингові дослідження». Правила прийому на освітню програму враховують особливості самої освітньої програми <https://admission.udau.edu.ua/assets/files/pk-2021/pravila-prijomu-unus-2021.pdf>, та затверджені у встановленому порядку, приймальною комісією.

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.

В процесі акредитаційної експертизи встановлено, що в ЗВО діють чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, а саме: зарахування академічної різниці при переведенні здобувачів із інших закладів вищої освіти. Для визнання результатів навчання в інших закладах вищої освіти здобувач має звернутися з заявою та академічною довідкою до ректора. На основі цих документів УНУС [повинен повністю визнати узгоджену в Договорі про навчання чи Договорі про практику/ стажування (якщо це передбачено) та підтверджену Академічною довідкою кількість кредитів ЄКТС, перерахувати їх в освітню програму Здобувача та використовувати для виконання кваліфікаційних вимог. За необхідності отримані оцінки конвертуються]. Випадків визнання результатів навчання інших ЗВО на ОП «Маркетинг» не виявлено. В ЗВО діє Положення про академічну мобільність студентів УНУС <https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2016/Polozhennya-pro-akademichnu-mobilnist-studentiv-Umanskogo-NUS.pdf>. ЗВО укладено договори про співпрацю з міжнародними науковими та освітніми установами, серед них Господарська академія ім. Д. А. Ценова м. Свіщов, Республіка Болгарія, Вища школа менеджменту у Варшаві та Пряшівський університет, м. Пряшів, Словачія. Здобувачі вищої освіти за ОПП «Маркетинг» мають можливість брати участь в програмах міжнародної академічної мобільності. На сайті ЗВО висвітлено актуальні програми мобільності для здобувачів <https://foreign.udau.edu.ua/>. В процесі проведених зустрічей зі здобувачами вищої освіти (зустрічі 3, 4), ЕГ пересвідчилася, що здобувачі ознайомлені зі всіма можливими варіантами участі та перерахування отриманих результатів навчання, проте наданими можливостями не скористалися.

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.

ЕГ зазначає, що у ЗВО діє «Про порядок визнання результатів навчання в інших ЗВО в Уманському національному університеті садівництва» <https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/polozhennya-pro-viznannya-rezultatativ.pdf>. В цьому положенні прописано чітку та зрозумілу процедуру щодо перезарахування результатів навчання за неформальною освітою. По-перше, здобувачі освіти мають показати сертифікат про проходження курсів, онлайн навчання, тренінгів тощо; по-друге, треба підтвердити рівень набутих компетентностей через виконання завдань з відповідної дисципліни. Під час проведення акредитаційної експертизи експертна група виявила випадок зарахування результатів, отриманих в процесі вивчення курсу «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» за програмою Prometheus студентом 1 курсу Товстиком Дмитром. Проте для здобувача сама процедура виявилася складною і недостатньо відпрацьованою. Під час зустрічей зі здобувачами та НПП члени ЕГ переконалися в тому, що стейкхолдери ОПП ознайомлені про можливість перезарахування результатів за курси, тренінги та неформальне навчання.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

1. Правила прийому на навчання за ОПП є чіткими, зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, оприлюднені на офіційному сайті ЗВО 2. Правила прийому враховують особливості ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС. 3. На сайті ЗВО оприлюднено інформацію щодо визнання результатів навчання за програмами академічної мобільності та про перезарахування отриманих результатів неформальної освіти на основі сертифікатів.

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

Слабкі сторони: 1. В процесі інтерв'ювання здобувачів виявлено їх недостатньою обізнаністю стосовно академічної мобільності. 2. Практика участі здобувачів в міжнародних програмах академічної мобільності на ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) відсутня. Рекомендації: 1. Приділяти більше уваги знайомленню здобувачів вищої освіти з існуючими напрямками академічної мобільності. 2. Удосконалити процедуру перезарахування результатів навчання, здобутих в інших закладах освіти.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

ЕГ дійшла висновку, що Критерій 3 відповідає всім необхідним вимогам за сукупністю всіх характеристик. Прийом здобувачів на освітній рівень «молодший бакалавр» здійснюється за чіткими та зрозумілими правилами, які враховують особливості ОП «Маркетинг». В університеті наявні всі необхідні положення для врахування результатів неформальної освіти та про порядок реалізації права на академічну мобільність. Враховуючи наведені дані, наявність підтверджуючих фактів та їх контексту, ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 3 із зауваженнями, що не є суттєвими.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

1. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи.

Спілкування з НПП та здобувачами вищої освіти, а також аналіз робочих навчальних програм дозволили встановити, що форми та методи навчання і викладання в цілому сприяють досягненню заявлених в ОП цілей та програмних результатів навчання. Організація освітнього процесу керується Положенням «Про організацію

освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-osvitnij-proces.pdf>). Згідно таблиці з відомостей про самооцінювання на ОП застосовуються традиційні методи навчання: лекції; практичні, лабораторні, семінарські, індивідуальні заняття, консультації. Також на зустрічі з здобувачами та НПП підтверджено, що в освітньому процесі використовуються інтерактивні інноваційні методики (зокрема використання інтерактивних, комбінованих і проблемних лекцій із залученням представників роботодавців (дисципліна «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Управління продажами та мерчандайзинг»), кейс-методів («Маркетинг», «Політекономія»), ділових ігор («Комунікаційна діяльність»), що було підтверджено на зустрічі з НПП та здобувачами. Аналіз студентоцентрованого підходу показав, що здобувачі вищої освіти мають право самостійно обирати теми для досліджень при написанні тез та курсових робіт в межах орієнтовної тематики. В умовах карантину дистанційне навчання здійснюється за допомогою системи дистанційного навчання Moodle та Zoom. Для забезпечення здобувачів інформацією про освітній процес, методичне забезпечення дисциплін, результати успішності, для внутрішніх комунікацій використовується локальна мережа Moodle (<https://moodle.udau.edu.ua/>), електронна пошта (marketing@udau.edu.ua), веб-сайт, сторінка в мережі Instagram (<https://www.instagram.com/unusi844/>), що підтверджено на зустрічі з здобувачами. Рівень задоволеності здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг» формами та методами навчання, рівнем викладання вивчається через анкетування та висвітлюється на сайті ЗВО (https://marketing.udau.edu.ua/assets/files/zvit_po_ankeyvannu_mb.pdf). Результати опитування здобувачів показали, що 100 % респондентів задоволені формами та методами навчання, визначили високий рівень викладання.

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).

Під час зустрічі зі здобувачами було встановлено те, що вони своєчасно, у повному обсязі інформуються щодо освітнього процесу. На офіційному сайті УНУС можна отримати інформацію стосовно освітньої діяльності університету, в тому числі й за ОПП, що акредитується (<https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-ekonomiki-i-pidpriemnictva/op-marketing-molodshij-bakalavr.html>). Інформація щодо змісту, стислого опису ОК та критеріїв оцінювання у межах кожної ОК міститься в робочих навчальних програмах (<https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-ekonomiki-i-pidpriemnictva/op-marketing-molodshij-bakalavr.html>) на веб-сайті університету, каталог освітніх компонентів вільного вибору студентів – на сторінці <https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/katalog-elektivnix-vibirkovix-disciplin/fakultet-ekonomiki-i-pidpriemnictva/kafedra-marketingu.html> (проте, ЕГ вважає, що перелік вибіркових дисциплін доцільно структурувати, оскільки на сайті він поданий у вигляді загального списку вибіркових дисциплін всіх освітніх рівнів, що утруднює розуміння переліку вибіркових дисциплін саме для ОПП, яка акредитується). На сайті університету розміщено графік освітнього процесу (<http://www.dut.edu.ua/ua/137-grafik-navchalnogo-procesu-navchannya>), розклад занять (<http://mkr.udau.edu.ua/time-table/teacher?type=0>), графік навчального процесу (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/studentu/grafik-navchalnogo-procesu-dennoi-formi-navchannya-fakultetu-ekonomiki-i-pidpriemnictva-na-2020-2021-navchalnij-rik.html>), путівник для першокурсників УНУС (<https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/putivnik-dlya-pershokursnikiv-umanskogo-nus.html>).

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

В освітньому процесі використовуються дослідницькі методи навчання під час вивчення окремих ОК. На зустрічі зі здобувачами визначено, що написання курсових робіт пов'язано з проведенням наукових досліджень, які стосуються маркетингової складової діяльності підприємства. Під керівництвом працівників НПП кафедри здобувачі приймають участь у науково-практичних конференціях (студентка групи 21 мб-ма Мельник Даша приймала участь у Всеукраїнській науково-практичній конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» та опублікувала тези). На кафедрі функціонує студентський науковий гурток «Маркетинг і сьогодення» (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/nauka-ta-innovacii/naukovi-gurtki.html>) та наукова лабораторія «Маркетингові рішення» (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/nauka-ta-innovacii/naukovi-laboratorii.html>). З планами роботи гуртків можна ознайомитися на сайті: <https://marketing.udau.edu.ua/assets/files/gurt-20-21.pdf>. На зустрічі здобувачі підтвердили, що результати власних досліджень вони презентують на засіданнях студентського наукового гуртка, проте не володіли інформацією про існування наукової лабораторії «Маркетингові рішення».

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

ОП та робочі програми навчальних дисциплін оновлюються відповідно до термінів, регламентованих «Положенням про порядок розробки, затвердження та періодичного перегляду освітньої програми в Уманському НУС» (<http://www.udau.edu.ua/about/normativna-baza.html>), а також з урахуванням самопідготовки викладачів та знань, отриманих в наслідок підвищення кваліфікації, проходження стажування, тренінгів. Зокрема, доц. Невлад В.Ф. у 2020 році пройшла курси підвищення кваліфікації «Інноваційна спрямованість педагогічної діяльності» і

розширила використання інтерактивних методів навчання при викладанні ОК «Маркетингові дослідження» в частині розширення використання методу мозкового штурму; доц. Корман І.І. у 2020 році пройшла онлайн-курс «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» на платформі Prometheus і оновила зміст лекційного матеріалу з урахуванням основних положень теорії пропозиції цінності. Поглиблене вивчення робочих програм дисциплін в порівнянні за 2019 та 2020 роки переконує у здійсненні оновлення контенту навчальних дисциплін з урахуванням новітніх концептуальних та методичних розробок у галузі маркетингу.

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

Інтернаціоналізація діяльності закладу вищої освіти регулюється Положеннями «Про академічну мобільність студентів Уманського національного університету садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2016/Polozhennya-pro-akademichnu-mobilnist-studentiv-Umanskogo-NUS.pdf>), «Про організацію проведення практики та стажування студентів Уманського НУС за кордоном» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/2018/polozhennya/Polozhennya-pro-organizaciuprovedennya-praktiki-ta-stazhuvannya.pdf>). На прохання експертної групи надано такі договори про співпрацю: з Господарською академією ім. Д.А.Ценова, Болгарія (2013 рік), з Варшавським Університетом Менеджменту (2013 рік), з Прешівським університетом, Словаччина (2017 рік). Залишається незрозумілим, яка саме роль кафедри маркетингу у співпраці з цими вишами, оскільки дана інформація не була представлена ЕГ. Проте, деякі НПП кафедри підвищили свою кваліфікацію шляхом закордонних стажувань: доц. Рибчак В.І. у 2018 році пройшла міжнародне стажування у Вроцлавському природничому університеті., доц. Макушок О.В. у 2018 році пройшла стажування у Познанському коледжі комунікації та менеджменту; доц. Корман І.І. у 2016 році пройшла стажування у Пан-Європейському університеті у м.Братиславі. Експертна група зазначає, що НПП та здобувачами ОП не використовуються міжнародні грантові можливості та програми подвійних дипломів.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

1. Усім учасникам освітнього процесу за ОП «Маркетинг» своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання (всі робочі програми з дисциплін ОП оприлюднені на сайті університету та затверджені 2020 роком). 2. Використання форм і методів навчання, які повною мірою забезпечують досягнення програмних результатів навчання зі спеціальності. Запровадження в освітній процес інтерактивних методів навчання (кейс-метод, ділові ігри, бізнес-симуляції, тренінги, мультимедійні презентації та інші).

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

Слабкі сторони: 1.НПП та здобувачами не використовуються міжнародні грантові можливості та участь у програмах міжнародної мобільності. 2.Слабо активізована участь студентів спеціальності 075 «Маркетинг» (молодший бакалавр) у конференціях, що послаблює практичну складову освітнього процесу. Рекомендації: 1.Активізувати співпрацю з іноземними вишами, з якими укладені договори про співпрацю, а також підсилити участь студентів спеціальності 075 «Маркетинг» (молодший бакалавр) у конференціях для підсилення практичної складової освітньої діяльності.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та освітня діяльність ЗВО відповідають Критерію 4 та мають недоліки, що не є суттєвими. Такий висновок ґрунтується на достатньо високому ступені відповідності ОП якісним характеристикам підкритеріїв 4.1,4.2,4.3,4.4,4.5. Виявлені недоліки можуть бути усуненими в процесі удосконалення освітньої програми.

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.

Контроль та оцінювання здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС регламентовано Положеннями: «Про організацію освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-osvitnij-proces.pdf>); «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-organizaciyu-potochnogo-semestrovogo-kontrolyu-ta-provedennya-atestacii-zdobuvachiv-osviti-iz-zastosuvannyam-distancijnih-tehnologij.pdf>); «Про академічну успішність в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-akademichnu-uspishnist-08-10-2020.pdf>). Всі документи знаходяться у відкритому доступі на сайті ЗВО. Встановлені у ЗВО форми контрольних заходів та критерії оцінювання вищої освіти за ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компоненту та освітньої програми в цілому. Контроль результатів навчання здійснюється у ЗВО у формі поточного і підсумкового контролю (екзаменаційний, заліковий та підсумкова атестація). Оцінювання проводиться за 100 бальною шкалою та національною шкалою. При цьому контрольні заходи мають відмінності для дисциплін, які завершуються семестровим екзаменом чи семестровим заліком. Здобувачі вищої освіти за ОПП «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) мають можливість ознайомитися із критеріями оцінювання та відповідністю означених критеріїв здобутим програмним результатам навчання із силабусів за кожною освітньою компонентою. Силабуси і робочі програми навчальних дисциплін розміщені на сайті кафедри (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/studentu/molodshomu-bakalavru/sillabusi-rp-molodshij-bakalavr-specialnist-075-marketing.html>) та у системі дистанційного навчання Moodle (<https://moodle.udau.edu.ua/>). Ознайомлення з ними здобувачів здійснюють викладачі перед початком семестру (цей факт був підтверджено як викладачами, так і здобувачами в процесі проведених зустрічей). У ЗВО проводиться опитування здобувачів щодо об'єктивності оцінювання результатів навчання (що було підтверджено здобувачами в процесі інтерв'ювання). Таким чином, форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС є чіткими, зрозумілими. Оприлюднюються завчасно та дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання. Проте проведені інтерв'ю виявили недостатній рівень обізнаності здобувачів вищої освіти з існуючими в ЗВО нормативними документами.

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

На момент розробки освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та проведення акредитаційної експертизи стандарт вищої освіти з підготовки здобувачів за освітньою програмою «Маркетинг» освітнього рівня «молодший бакалавр» не розроблено. Для визначення форм атестації здобувачів вищої освіти робочою групою взято за основу стандарт за освітнім рівнем «бакалавр», в якому визначені форми атестації здобувачів та критерії їх оцінювання. Атестація випускників за ОПП «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену зі спеціальності та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня «молодшого бакалавра» із присвоєнням кваліфікації: молодший бакалавр з маркетингу. Проведення атестаційних процедур оцінювання здобувачів за освітньою програмою регламентується Положеннями «Про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/pro-ek.pdf>), «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-organizaciyu-potochnogo-semestrovogo-kontrolyu-ta-provedennya-atestacii-zdobuvachiv-osviti-iz-zastosuvannyam-distancijnih-tehnologij.pdf>). Освітня програма «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС містить відповідні форми атестації здобувачів, такі як: поточне опитування, презентація робіт, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання; підсумковим контролем за освітніми компонентами є екзамен; атестація здобувачів здійснюється у вигляді атестаційного (комплексного) екзамену, яка відбувається відкрито і публічно.

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

В процесі проведення акредитаційної експертизи встановлено, що процедура проведення контрольних заходів в УНУС є доступною для всіх учасників освітнього процесу та регламентованою відповідними положеннями, а саме:

«Про академічну успішність в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-akademichnu-uspishnist-08-10-2020.pdf>), «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-organizaciyu-potochnogo-semestrovogo-kontrolyu-ta-provedennya-atestacii-zdobuvachiv-osviti-iz-zastosuvannyam-distancijnih-tehnologij.pdf>), «Про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/polozhennya-zyao.pdf>), що були зазначені у відомостях про самооцінювання. Положення є оприлюдненими на сайті ЗВО та доступними для всіх учасників освітнього процесу. В процесі акредитаційної експертизи проведено ознайомлення з переліченими документами та встановлено їх відповідність нормативно-правовим актам, що регламентують освітню діяльність, а також прозорість та доступність для здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу). Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів в УНУС регулюються Положенням «Про апеляцію здобувачів вищої освіти щодо оцінки, отриманої під час підсумкового семестрового контролю в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-apelyaciyu.pdf>). Під час спілкування зі здобувачами вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) експертна група встановила, що серед здобувачів вищої освіти за означеним рівнем проводяться анкетування щодо визначення об'єктивності та прозорості критеріїв оцінювання викладачами за освітніми компонентами та задоволеності отриманими результатами оцінювання. Здобувачі в процесі інтерв'ювання зазначили, що прецедентів незадоволення процесом оцінювання чи підсумковою оцінкою під час навчання за зазначеною ОП не було.

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

В процесі проведення акредитаційної експертизи встановлено, що політика Уманського національного університету садівництва, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності регламентують загальнодоступні документи, а саме: «Кодекс академічної доброчесності Уманського національного університету садівництва» документах: (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-unus-2019-1.pdf>), «Положення про уповноважену особу з питань запобігання та виявлення корупції в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-upovnovazhenu-osobu.pdf>), Антикорупційна програма (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/2018/polozhennya/ANTIKORUPCIJNA-PROGRAMA-UNUS.pdf>), Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату серед здобувачів вищої освіти в Уманському НУС (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-sistemu-zapobigannya-ta-viyavlennya-akademichnogo-plagiatu-sered-zdobuvachiv-vishhoi-osviti-v-umanskomu-nus-08-10-2020.pdf>). Здобувачі в процесі інтерв'ювання ЕГ наголошували про обізнаність із поняттям «академічна доброчесність» а також принципами її дотримання, також вони підтвердили, що у ЗВО здійснюється інформування здобувачів вищої освіти про неприпустимість плагіату у студентських роботах різних видів. ЕГ підтверджує, що в УНУС використовується спеціалізоване ПЗ (unicheck.com/uk-ua) для виявлення плагіату при перевірці кваліфікаційних робіт. Зважаючи на те, що виконання кваліфікаційної роботи за освітньою програмою «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) не передбачено, здобувачі за бажанням можуть прорецензувати виконану курсову або наукову роботу. ЕГ підтверджує достатній рівень сформованості культури академічної доброчесності у студентів та викладачів, а також готовність групи забезпечення ОП критично і реалістично застосовувати прийняті положення та кодекси академічної доброчесності. Перевірку курсових робіт, рефератів, статей можуть здійснювати також викладачі за допомогою безкоштовних комп'ютерних програм (<https://www.etxt.ru/antiplagiat/>, [https://advego.com/plagiatus/](https://advego.com/plagiat/)). Проте в процесі акредитаційної експертизи, членам ЕГ не були продемонстровані результати рецензування. В процесі інтерв'ювання здобувачі вищої освіти підтвердили відсутність випадків порушення академічної доброчесності на акредитованій ОП.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

1. В ОП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) передбачено форми оцінювання програмних результатів навчання здобувачами ВО, які розроблені у відповідності до чинної нормативної бази функціонування ЗВО. 2. Здобувачі ВО обізнані з особливостями і правилами проведення контрольних заходів, які загалом є чіткими, зрозумілими, доступними та включають процедури оскарження.

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

Слабкі сторони: 1. Відсутність узагальнених результатів аналізу перевірки курсових та інших студентських робіт на ознаки плагіату. 2. Недостатній рівень володіння здобувачами інформацією стосовно джерел ознайомлення з критеріями оцінювання результатів навчання в УНУС. Рекомендації: Посилити комунікаційну складову щодо доведення інформації стосовно діючих контрольних заходів, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічної доброчесності здобувачам початкового рівня вищої освіти (короткого циклу).

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ОПП «Маркетинг» «» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та освітня діяльність ЗВО відповідають Критерію 5 та мають недоліки, що не є суттєвими. Такий висновок ґрунтується на достатньо високому ступені відповідності ОП якісним характеристикам підкритеріїв 5.2,5.3, 5.4. Виявлені зауваження стосовно відповідності підкритеріїв 5.1,5.4 можуть бути усунені в процесі удосконалення освітньої програми.

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.

Реалізацію освітньої програми «Маркетинг» для молодшого бакалавра забезпечують 5 викладачів кафедри: Макушок О.В. – к.е.н., Лементовська В.А. – к.е.н., доцент; Невлад В.Ф. – к.е.н., доцент; Рибчак В.І. – к.е.н., доцент; Корман І. І. – к.е.н., доцент; а також 15 викладачів інших кафедр: Колотуха С.М. – к.е.н., доцент; Семенда Д.К. – к.е.н., професор; Родашук Г.Ю. – к.е.н., старший викладач; Побережець І.І. – к.ф-м.н., доцент; Березовський В. Є. – к.ф-м.н., Осіпова А.А. – викладач; Мудрак Р.П. – д.е.н., професор; професор; Фернос Ю. І. – к.філ.н., доцент; Балабак А. В. – к.с-г.н., доцент; Каричковська С.П. – к.пед.н., доцент; Костюк М.В. – к.і.н., доцент; Гребінюк Н. М. – викладач; Коваленко-Чукіна І.Г. – к.і.н., старший викладач; Концеба С. М. – к.е.н., доцент; Бурляй А. П. – д.е.н., доцент. Експертна група вважає, що має місце невідповідність деяких статей представлених у таблиці 2 відомостей самооцінювання до дисциплін, які викладаються НПП на ОП (викладач Осіпова А. А.; доцент Невлад В.Ф.; доцент Рибчак В. І.; доцент Балабак А.В.; доцент Бурляй А.П.), а також невідповідність представлених у таблиці 2 публікацій, які індексуються в наукометричних базах Scopus або Web of Science Core Collection (замість наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus або Web of Science Core Collection представлені матеріали конференцій, які індексуються в наукометричних базах Scopus або Web of Science Core Collection) (доцент Фернос Ю.І., старший викладач Коваленко-Чукіна І.Г.). Експертна група зазначає, що значна кількість наукових праць, зазначених у таблиці 2 відомостей самооцінювання, потребують оновлення, оскільки опубліковані до 2016 року.

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

Процедура конкурсного відбору регламентована Положенням про порядок проведення конкурсу на заміщення вакантних посад <https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-poryadok-provedennya-onkursnogo-vidboru-na-zamishhennya-vakantniz-posad-npp.pdf>. Під час зустрічі з групою забезпечення, керівним складом ЗВО було відзначено чіткість, зрозумілість та прозорість процедури конкурсного відбору НПП. Під час конкурсного добору беруться до уваги наступні показники: наявність відповідної освіти, наукового ступеня, вченого звання; досвід роботи; пройдене науково-педагогічне стажування, наявність публікацій у рецензованих закордонних або фахових наукових виданнях України, рейтинг тощо. Результати виконання умов попереднього трудового контракту впливають на продовження трудових відносин з НПП.

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

Під час спілкування з роботодавцями підтверджено їх участь в удосконаленні ОП та створенні можливостей проходження здобувачами вищої освіти виробничої практики (директор ТОВ «Лада» м. Умань – Максименко І.В.; в.о. начальника відділу «Деко» ТОВ «Еліцентр К» – Руденко М.В. бухгалтер БС «Євродім» м. Умань – Сільвестрова М.В.). Під час проходження виробничої практики здобувачі мають можливість набуття практичних навичок та

отримання консультації фахівців-практиків щодо роботи на реальному сучасному підприємстві. На запит експертної групи представлені договори про науково-виробниче співробітництво між ЗВО і наступними підприємствами: ПП «Агропромресурси», БС «Євродім», ТОВ «Євроцентр-Україна», ПП «Дикун», ПП «Фенікс Агро», ПСП «Лебідь», ТОВ «Епіцентр» та іншими.

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

Роботодавці залучаються до організації та реалізації освітнього процесу, зокрема проводять спільні практичні заняття із здобувачами з наступних дисциплін: «Комунікаційна діяльність» (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/novini/spilne-praktichne-zanyattya-zi-stejkholderom-robotodavcem-z-disciplini-komunikacijna-diyalnist.html>), «Управління продажем та мерчандайзинг» (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/novini/spilna-lekciya-zi-stejkholderom-z-disciplini-upravlinnya-prodazhem-ta-merchandajzing.html>). Також відбувала зустріч здобувачів з стейкхолдером-роботодавцем - рекламною агенцією «Красновид» (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/novini/spilna-lekciya-zi-stejkholderom-robotodavcem-reklamnoyu-agencyu-krasnovid.html>).

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

Рівень професіоналізму викладачів підтримується дією «Положення про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників Уманського національного університету садівництва» (https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/polozhennya-pro-pidvishhennya-kvalifikacii-npp-umanskogo-nus_2019.pdf). НПП проходить стажування в Україні та за кордоном (доц. Лементовська В.А. - онлайн-стажування «Нові та інноваційні методи навчання» на базі економічного університету у місті Краків (2021 рік), Польща; доц. Макушок О.В. - College of Communications and Management in Poznań (сертифікат ОК 1787701 від 12.04.2018 р.); ст.викл. Родащук Г.Ю. - Інтернет сервіс-провайдер «Компанія "М-ТЕЛ"», м. Умань (довідка про стажування № 21 від 14.02.2019 р.) ; ст.викл. Коваленко - Чукіна І.Г. - «Міжнародна мобільність в освіті», Технічний університету в м. Ченстохова, Польща (2018 р.); доц. Корман І.І. - Paneuropejska Wyższa Szkoła (сертифікат № 15/1212 - 17.12.2016 р.); доц. Концеба С.М. - Інтернет сервіс-провайдер «Компанія «М-ТЕЛ»», м. Умань (довідка про стажування № 28 від 14.02.2019 р.); доц. Бурляй А.П. - The National Scholarship Programme of the Slovak Republic for the Support of Mobility of Students, PhD Students, University Teachers, Researchers and Artists (01.09.2017 р. - 30.06.2018 р.). Всього НПП групи забезпечення пройшов курси підвищення кваліфікацій, що висвітлено в табл. 2 ВСО, зокрема: доц. Колотуха С.М. - ННЦ «Інститут аграрної економіки» (свідоцтво № 160519107 від 16.05.2019 р.), проф. Семенда Д.К. - НУБІП України (свідоцтво СС 00493706/00044516 від 07.06.2016 р.); ст.викл. Родащук Г.Ю. - ПУЕТ (свідоцтво ПК 01597997/01900- 19 від 08.11.2019р.); доц. Побережець І.І. - НУБІП (свідоцтво СС00493706/000439-16 від 17.06.2016 р.); проф. Березовський В.Є. - НУБІП (свідоцтво СС 00493706/000394-16 від 17.06.2016 р.); викл. Осіпова А.А. - ННЦ «Інститут аграрної економіки» (свідоцтво № 16051648 від 16.05.2019р.); проф. Мудрак Р.П. - ПУЕТ (свідоцтво П К 015979 97/00168 -18 від 16 лютого 2018 р.; доц. Невлад В.Ф. - НУБІП (свідоцтво СС00493706/011456- 20 від 28.02.2020р.); доц. Рибчак Віталій Іванович - ННЦ «Інститут аграрної економіки» (свідоцтво № 270417040 від 27.04.2017р.); доц. Фернос Ю.І. - НУБІП України (свідоцтво СС 00493706 / 000451 - 16 від 17.06.2016 р.); доц. Балабак А.В. - Білоцерківський НАУ (свідоцтво СПК 00493712/0000940-18 від 05.10.2018 р.); доц. Каричковська С.П. - кваліфікації: Полтавська ДАА (свідоцтво ПК 00493014/000151-18 від 27 квітня 2018р.); доц. Костюк М.В. - НУБІП (свідоцтво СС 00493706/ 003585-17 від 16.07.2017 р.); викл. Гребінюк Н.М. - НУБІП (свідоцтво СС 00493706/003579-17 від 17.06.2017 р.); доц. Концеба С.М. - ПУЕТ (свідоцтво П К 01597997 / 01902 - 19 від 08.11.2019 р.); доц. Бурляй А.П. - ПУЕТ, диплом ПК 01597997/00882 -18 від 19.10.2018 р. ЕГ зазначає, що пройдені стажування та курси підвищення кваліфікації НПП відповідають потребам та інтересам викладачів ОП та дозволяють підвищувати якість викладання.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Експертна група зазначає, що в УНУС система матеріального стимулювання реалізується на високому рівні. Розроблено ряд нормативних документів, зокрема: «Положення про надання щорічної грошової допомоги педагогічним працівникам Уманського національного університету садівництва за сумлінну працю. Зразкове виконання посадових обов'язків» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/2018/polozhennya/Polozh-pro-grosh-vinagor--ped-prac-UNUS.pdf>); «Положення про рейтингову систему оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників Уманського національного університету садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2017/111.pdf>); «Положення про внутрішню модель диференційованої оплати праці в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-diferenciaciju-1.pdf>). НПП групи забезпечення отримали матеріальну винагороду за опублікування статей у виданнях, що цитуються у наукометричних базах Scopus, WoS (Харенко А.О., Цимбалюк Ю.А., Рибчак В.І., Макушок О.В., Соковніна Д.М., Лементовська В.А., Корман І.І.).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

1. Відповідність НПП акредитаційним вимогам, зокрема: наявність профільної вищої освіти за напрямками викладання; високий рівень (95 %) викладачів із науковими ступенями кандидатів та докторів наук. 2. Заклад вищої освіти активно працює з роботодавцями щодо організації та реалізації освітнього процесу, про що свідчить значна кількість укладених договорів про співпрацю. 3. Весь НПП групи забезпечення пройшли курси підвищення кваліфікацій. 4. ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності як матеріальними, так і нематеріальними формами.

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

Слабкі сторони: 1. Невідповідність статей представлених у таблиці 2 відомостей самооцінювання до дисциплін, які забезпечують реалізацію ОП. 2. Недостатня публікаційна активність НПП у періодичних виданнях, які індексуються у наукометричних базах Scopus або Web of Science Core Collection. Рекомендації: 1. Забезпечити належну публікаційну активність НПП, задіяних на ОП та відповідність науково-дослідницьких розробок ОК. 2. Організувати співпрацю з роботодавцями, експертами галузі на регулярній системній основі.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Ґрунтуючись на сильних сторонах та позитивних практиках в контексті Критерію 6, експертна група вважає, що структура та зміст освітньої програми «Маркетинг» за рівнем «молодший бакалавр» мають достатній рівень відповідності та узгодженості за якісними характеристиками за підкритеріями 6.2, 6.3, 6.4, 6.5 та враховуючи достатню узгодженість за підкритеріями 6.1 та 6.5, відповідність фактів та їх узгодженість із їх контекстом, відповідність ОП 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.

Під час проведення експертизи, огляду матеріально-технічної бази (30.03.2021) підтверджено, що в Уманському НУС створено потужну матеріально-технічну базу, яка дозволяє в повному обсязі організувати навчальний та позанавчальний процес студентів. Матеріально-технічне та інформаційне забезпечення є достатніми та сприяє досягненню цілей і програмних результатів навчання на ОП «Маркетинг». Навчальні аудиторії оснащені необхідним устаткуванням, комп'ютерами, створено локальну мережу з доступом до високошвидкісного інтернету. Наявні навчальні приміщення, комп'ютерні класи, спортивний комплекс, бібліотека, гуртожитки, музей історії УНУС, актові зали кафе та буфети. Здобувачі вищої освіти в достатній мірі забезпечені навчально-методичною літературою за всіма освітніми компонентами ОП, великим попитом серед студентів користуються українські журнали «Маркетинг у Україні», «Маркетинг та реклама». Під час карантину, студенти, які проживають в гуртожитку, приходять до бібліотеки, щоб скористатися комп'ютерами з безперебійним інтернетом. Примірники бібліотечного наукового фонду можна знайти в самій бібліотеці, в електронному каталозі (через пароль та логін). Курсові роботи студентів кафедри маркетинг за бажанням здобувачів можуть проходити перевірку за системою антиплагіату «Unicheck». Все перелічене матеріально-технічне та інформаційне забезпечення є достатнім та сприяє досягненню цілей і програмних результатів навчання. Матеріально-технічна база також включає в себе ліцензійні програми Windows, Microsoft та програму Office 365, які дають змогу безперешкодно проводити навчальний процес та здійснювати підготовку здобувачів до подальшої практичної роботи. Вивчення навчально-методичного забезпечення освітніх компонентів ОП засвідчує наявність робочих програм, методичних вказівок для практичних занять та самостійної роботи студентів, конспектів лекцій, методичних рекомендацій для дослідно-аналітичної практики та виконання кваліфікаційних робіт, інших методичних матеріалів. Зміст методичного забезпечення є в цілому достатнім для досягнення здобувачами цілей та програмних результатів навчання.

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.

Під час проведення дистанційної акредитації було отримано інформацію та докази від здобувачів вищої освіти та студентського самоврядування, академічного персоналу, адміністративного персоналу, (зустрічі 3-5 29.03.2021) що ЗВО повністю забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідних інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу). Розклад та академічні групи: <http://mkr.udau.edu.ua/>. Каталог вибірових дисциплін: <https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/katalog-elektivnix-vibirkovix-disciplin/>. Бази проходження навчальної та виробничої практики: <https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/bazi-praktik.html> Здобувачі вищої освіти та НПП використовують наявну літературу для підготовки до лекційних, практичних та семінарських занять в межах освітньої програми. В усіх корпусах ЗВО є безкоштовний бездротовий доступ до мережі Інтернет. Здобувачі та викладачі мають вільний доступ до електронного каталогу бібліотеки УНУС. Здобувачі вищої освіти мають можливість займатися в позаурочний час в комп'ютерних класах. У студмістечку проведено локальну комп'ютерну мережу з можливістю доступу до Інтернету, яка є в гуртожитках. Таким чином, в цілому інформаційних ресурси, необхідні для навчання, викладання та наукової діяльності в межах освітньої програми є у вільному користуванні здобувачів та НПП.

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.

У ЗВО навчальний процес є зручним та безпечним, свідченням чого є санітарно-технічний стан приміщень, його відповідність вимогам чинних норм та правил експлуатації. Проводяться обстеження технічного стану будівель і споруд, відповідності електромереж та електроустаткування вимогам норм і правил їх безпечної експлуатації. ЕГ засвідчує, що для здобувачів вищої освіти в Уманському НУС створені всі умови для безпечного та комфортного навчання, у тому числі і за ОП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу). Керівництвом ЗВО враховуються потреби та інтереси здобувачів вищої освіти. Здобувачі вищої освіти залишають свої пропозиції через опитування, скриньку довіри та спілкування з викладачами. Керівництвом ЗВО враховуються потреби та інтереси здобувачів вищої освіти. Для забезпечення активного способу життя здобувачів та створення безпечного середовища для життя та здоров'я в закладі функціонують спортивний комплекс. В УНУС наявний медичний пункт, у разі необхідності студенти можуть звернутися за першою медичною допомогою, в деяких кабінетах є аптечки. Студентське самоврядування та профспілкова організація студентів УНУС, здійснює захист прав та інтересів здобувачів вищої освіти, допомагає вирішувати їх соціальні проблеми, створює умови для покращення їх матеріального становища, забезпечує активну підтримку здобувачів у питаннях поселення в гуртожиток, допомагає в соціальній адаптації тощо. Під час проведення фокус-груп зі здобувачами вищої освіти експертна група отримала інформацію, що освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я. В закладі дотримуються санітарні норми та норми охорони публічного порядку. Здобувачі мають можливість звернутися до психологічної служби університету та отримати консультацію. Разом із тим, під час огляду матеріально-технічної бази в комп'ютерних класах не було виявлено засобів пожежної безпеки та планів евакуації під час пожежі. Зустріч із представниками студентського самоврядування та здобувачами вищої освіти на ОП засвідчила у цілому задоволеність здобувачів освітнім середовищем. Вони звертали увагу на те, що з працівниками деканату, НПП кафедри маркетингу сформувалися сприятливі морально-психологічні відносини та відсутні складні конфліктні ситуації.

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

Під час дистанційної акредитаційної експертизи експертна група переконалася в реалізації механізму забезпечення освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти. Університет реалізовує освітній механізм для здобувачів завдяки наявності ліцензії для надання освітніх послуг. Інтерв'ювання представників студентського самоврядування підтвердило інформацію про наявну систему соціальної та матеріальної підтримки здобувачів за сприяння студентської профспілкової організації. Проте, на жаль не всі здобувачі ознайомлені з цими послугами та умовами отримання матеріальної підтримки від профспілкової організації. Здобувачам сприяють в оформленні індивідуального графіку навчання. В Уманському НУС створено належні умови для організації дозвілля і відпочинку здобувачів: працюють буфети та кафе, діє спортивний комплекс, бібліотека та комп'ютерний клас. Наявність підтримки з боку студентського самоврядування дає змогу здобувачам адаптуватися в закладі, отримувати допомогу та підтримку, брати участь в позанавчальних заходах. Інтерв'ювання представників студентського самоврядування засвідчило дану інформацію. Деякі здобувачі ОП «Маркетинг» не знайомі з цими заходами та роботою студентського самоврядування. Під час зустрічі зі здобувачами вищої освіти експерти дізналися про реалізацію інформаційної та консультаційної підтримки здобувачів. Всю необхідну інформацію, яка стосується навчального процесу здобувачі вищої освіти можуть дізнатися у викладачів, на платформі Moodle та отримати необхідні матеріали в бібліотеці. Інформування здобувачів щодо позанавчального та навчального процесу відбувається через старост та офіційну сторінку університету. Представники студентського

самоврядування під час зустрічі продемонстрували різноманітні форми підтримки, а також захисту прав і інтересів здобувачів з боку органів студентського самоврядування. У цілому ЗВО забезпечує належну освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу).

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

Під час проведення дистанційної акредитаційної експертизи експертною групою було з'ясовано, що наразі здобувачів вищої освіти з особливими потребами на кафедрі маркетингу не має. При цьому для забезпечення комфортного навчання таких здобувачів створені всі необхідні умови. Вхід до університету облаштовано пандусами, є широкі зручні двері. Всі вивіски на навчальних корпусах мають підписи шрифтом Брайля, що також допомагає орієнтуватися у закладі освіти здобувачам з особливими освітніми потребами. Для здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) створені всі умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами. ЕГ пересвідчилася, що у ЗВО створено достатні умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами.

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

На сайті кафедри у відкритому доступі постійно знаходяться Online опитування здобувачів, щодо удосконалення рівня організації та якості проведення освітнього процесу в Уманському НУС. Опитування здобувачів сприяє внесенню змін до навчальної програми. Після проведених зустрічей зі здобувачами вищої освіти та адміністративним персоналом, експертна група переконалась, що випадків корупції не було, здобувачі задоволені якістю викладання навчального матеріалу НПП та отримують достатній обсяг необхідного матеріалу для навчання. В університеті діє скринька довіри. Під час реалізації ОП не було зафіксовано випадків конфліктних ситуацій, інформацію підтвердили на зустрічах з академічним персоналом, здобувачами вищої освіти, представниками органів студентського самоврядування.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

1. Наявність матеріально-технічної бази, що створює необхідні передумови для задоволення потреб здобувачів вищої освіти за ОПП у сфері освіти, науки та соціального розвитку. Якісний аудиторний фонд. 2. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів університету для учасників освітнього процесу є безкоштовним. 3. Здобувачам вищої освіти за ОПП «Маркетинг» надається достатня освітня та організаційна підтримка, існують чіткі механізми і правила вирішення конфліктних ситуацій, протидії корупції тощо. 4. Оновлена література в галузі маркетингу. 5. Здобувачі вищої освіти мають можливість приходити до бібліотеки та навчатися за університетськими комп'ютерами під час дистанційного навчання.

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

Слабкі сторони: 1. Відсутність бібліотечного репозитарію. 2. Навчання через систему Moodle знаходиться на стадії розробки. 3. Відсутнє спеціалізоване програмне забезпечення за даною спеціальністю. 4. Під час перевірки були відсутні засоби протипожежної безпеки у деяких аудиторіях. Рекомендації: 1. Необхідність створення електронних варіантів періодичних видань, підручників, посібників, словників, довідників та інших паперових примірників друкованої колекції бібліотеки. 2. Використовувати більш спеціалізоване програмне забезпечення для викладання маркетингових дисциплін. 3. Створити більше груп та чатів в соціальних мережах, для спілкування та отримання Feed back від здобувачів. 4. Поліпшити базу необхідних речей для безпеки здобувачів та викладачів (збільшити кількість вогнегасників, аптечок та контролювати їх наявність в аудиторіях).

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та освітня діяльність ЗВО відповідають Критерію 7 та мають недоліки, що не є суттєвими. Такий висновок ґрунтується на достатньо високому ступені відповідності ОП якісним характеристикам підкритеріїв 7.1- 7.6. Зауваження від експертної групи можуть не є критичними та можуть бути усуненими в процесі удосконалення освітньої діяльності.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд ОПП відбувається у ЗВО відповідно до наступних Положень: «Про організацію освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-osvitnij-proces.pdf>); «Про гаранта освітньої програми в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/polozhennya-pro-garanta.pdf>); «Про порядок розробки, затвердження та періодичного перегляду освітньої програми в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/about/normativna-baza.html>). Перегляд освітніх програм здійснюється щорічно робочою (проектною) групою, яка проводить періодичний моніторинг та аналіз запитів ринку праці, роботодавців, акумулює пропозиції здобувачів вищої освіти та професіоналів з маркетингу. В 2020 році ОП «Маркетинг» переглядався з урахуванням результатів опитування здобувачів вищої освіти та пропозицій роботодавців. До обов'язкових компонентів додано навчальні дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу». На прохання здобувачів розширено перелік вибіркового компонентів за рахунок дисциплін: «Ярмарково-виставкова діяльність», «Маркетинг відносин» і збільшено кількість кредитів освітньої компоненти «Товарознавство». Експертна група зазначає, що незважаючи на те, що розширено перелік вибіркового компонентів за рахунок дисциплін: «Ярмарково-виставкова діяльність», «Маркетинг відносин», в робочому початковому плані на 2020/2021 рік вони відсутні.

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.

Зі змістом та структурою ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС здобувачі та студентське самоврядування можуть ознайомитись на сайті ЗВО (<https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-ekonomiki-i-pidpriemnictva/op-marketing-molodshij-bakalavr.html>). Процедура перегляду і оновлення ОП описана в Положенні «Про порядок розробки, затвердження та періодичного перегляду освітньої програми в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/about/normativna-baza.html>), в якому сказано, що до розробки освітньої програми фахівці з цієї спеціальності, представники роботодавців, здобувачі вищої освіти та члени органу студентського самоврядування. Здобувачі освіти є учасниками процесу періодичного перегляду освітньої програми, що засвідчено у протоколах засідань проектною групою (протокол №2 від 03.02.2020 р.) та обговорюються на засіданні кафедри (протокол №8 від 04.02.2020 р.). Крім того, обговорення освітніх програм здійснюється на вчній раді УНУС, де присутні представники ради студентського самоврядування. Також відділом моніторингу регулярного проводиться анонімне анкетування здобувачів, де визначається їх обізнаність з цілями та змістом ОП, відповідність структури ОП їх очікуванням тощо.

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

Експертна група відзначає, що університет залучає роботодавців до процесу перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості. До проектною групи ОП включено стейхолдера-роботодавця директора БС «Євродім» Качура А.Г. При зустрічі з роботодавцями підтверджено, що останні залучаються до перегляду ОП (директор ТОВ «Лада» м. Умань – Максименко І.В.; в.о. начальника відділу «Деко» ТОВ «Епіцентр К» – Руденко М.В., бухгалтер БС «Євродім» м. Умань – Сільвестрова М.В.). Також роботодавці залучаються до проведення аудиторних занять, зокрема: дисципліна «Маркетингові дослідження» (директор БС Качур А.Г. (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/novini/praktichne-zanyattya-z-disciplin-marketing-ta-marketingovi-doslidzhennya-zistejkholderom1.html>)), дисципліна «Товарознавство» (представник ПП «Агропромресурси» Кравець Н.М. (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/novini/onlajn-lekciya-z-disciplini-tovarovnavstvo.html>)), дисципліна «Маркетинг» (співвласниця рекламної агенції «Красновид» Ю. Красновид (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/novini/spilna-lekciya-zistejkholderom-robotodavcem-reklamnoyu-agencyeu-krasnovid.html>)). Роботодавці відзначають, що вони готові до

співпраці і діалогу в напрямку розвитку ОП, що дає підстави вважати їх повноцінними партнерами, які залучені до процесу перегляду та рецензування освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості.

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

Оскільки ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС акредитується вперше, випусків за нею ще не було, тому практика аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників даної ОПП ще не напрацьована. На резервну зустріч було запрошено директора центру професійно-кар'єрної орієнтації та доуніверситетської підготовки Чернегу Інну Іванівну, яка зазначила, що ЗВО веде моніторинг працевлаштування шляхом проведення анкетування та регулярної допомоги випускникам в пошуку місць їх працевлаштування. Крім того, в Університеті діє громадська організація «Асоціація випускників та друзів Уманського НУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/alumni/asocziacziya-vipusknikiv-ta-druziv-umanskogo-nus/>), яка веде інформаційну базу випускників, забезпечує зв'язок з випускниками. Також на відкриту зустріч експертної групи долучилися випускники кафедр маркетингу різних років навчання, які підтвердили постійний двосторонній зв'язок з випусковою кафедрою.

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

Система забезпечення якості у ЗВО діє відповідно до наступних нормативних документів: Положення «Про забезпечення якості вищої освіти в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/polozhennya-zyao.pdf>); Положення «Про порядок проведення моніторингу і контролю якості освіти в Уманському національному університеті садівництва» (<https://mon.udau.edu.ua/assets/files/normativni/polozhennya-pro-poryadok-provedennya-monitoringu-i-kontrolyu-yakosti-osviti-2020-08-10-2020.pdf>); Кодексу академічної доброчесності Уманського національного університету садівництва (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-unus-2019-1.pdf>). Постійно діючим органом, створеним для управління внутрішньоуніверситетською СЗЯОД є відділ моніторингу якості освіти Уманського НУС, основними функціями якого є забезпечення всіх рівнів управління інформацією щодо якості освіти, підвищення якості підготовки фахівців шляхом здійснення цілеспрямованого моніторингу навчальних досягнень здобувачів вищої освіти. Оцінювання НПП здійснюється відповідно до «Положення про рейтингову систему оцінювання НПП оцінку діяльності науково-педагогічних працівників Уманського національного університету садівництва» і забезпечує об'єктивний аналіз якості та слугує активізації їхньої професійної діяльності. З результатами оцінювання можна познайомитися на сайті (<https://mon.udau.edu.ua/ua/vkladachu/rejtingove-ocinyuvannya-diyalnosti-npp.html>). Щорічно відділ моніторингу якості освіти УНУС проводить анонімне анкетування для всіх учасників освітнього процесу (<https://mon.udau.edu.ua/ua/anketuvannya.html>), що дозволяє динамічно реагувати на проблеми, які виникли та покращувати якість надання освітніх послуг в університеті.

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 ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС 2021 році відбудеться вперше, тому групою розробки враховувалися рекомендації, надані під час акредитації інших освітньо-професійних програм: посилення публікаційної активності, оновлення переліку рекомендованої літератури новими джерелами у робочих навчальних програмах освітніх компонент; залучення широкого кола стейкхолдерів до процесу перегляду та оновлення ОП та інші (<https://mon.udau.edu.ua/assets/files/ekspertizi/vrahuvannya-zauvazhen-ger-do-akreditacij-2019-za-zvitami-viddiliv.pdf>).

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

Культура якості, яка сприяє постійному розвитку освітньої програми та освітньої діяльності здійснюється відповідно до наступних документів: Кодекс академічної доброчесності Уманського НУС (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-unus-2019-1.pdf>); Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Уманському НУС (<https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2019/polozhennya-zyao.pdf>); Положення про порядок проведення моніторингу і контролю якості освіти в Уманському НУС (<https://mon.udau.edu.ua/assets/files/normativni/polozhennya-pro-poryadok-provedennya-monitoringu-i-kontrolyu-yakosti-osviti-2020-08-10-2020.pdf>); Положення про рейтингову систему оцінювання діяльності НПП Уманського

НУС (<https://mon.udau.edu.ua/assets/files/normativni/111.pdf>); Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату серед здобувачів вищої освіти в Уманському НУС (<https://mon.udau.edu.ua/assets/files/normativni/polozhennya-pro-sistemu-zapobigannya-ta-viyavlennya-akademichnogo-plagiatu-sered-zdobuvachiv-vishhoi-osviti-v-umanskomu-nus-08-10-2020.pdf>). З метою підвищення ефективності здійснення заходів в університеті функціонує психологічна служба, яка надає психологічну підтримку та дозволяє розширити можливості для самопізнання та саморозвитку всім учасникам освітнього процесу (<https://www.udau.edu.ua/ua/departments/viddili/psixologichna-sluzhba-universitetu/>). Для підвищення якості ОП НПП групи забезпечення долучилися до вебінару «Новітні методики викладання навчальних дисциплін» (<https://mon.udau.edu.ua/ua/novini/pidvishhuemo-vikladacku-majsternist.html>). Під час зустрічі із здобувачами та НПП виявлено, що вони володіють інформацією про перевірку робіт на плагіат, проти не змогли назвати, яке саме програмне забезпечення використовується. На сайті університету представлені безкоштовні онлайн-сервіси, на яких можна пройти перевірку на плагіат (<https://mon.udau.edu.ua/assets/files/akademichna-dobrochesnist/samoperevirka-na-plagiat.pdf>).

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

1. Прозорість та публічність процесів розробки, перегляду, моніторингу та змін за освітньою програмою. 2. Перегляд ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) і підвищення її якості відбувається на засіданнях кафедри (копії протоколів були надані за запитом ЕГ); 3. Постійна співпраця із зовнішніми стейкхолдерами з числа представників підприємницьких структур.

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

Слабкі сторони: 1. Недостатня поінформованість та залученість здобувачів до заходів ЗВО. Рекомендації: Посилити поінформованість, підвищити мобільність та активність здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) через залучення представників в органи студентського самоврядування.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС є узгодженою з підкритеріями 8.1, 8.3, 8.4, 8.4, 8.5.,8.7. Зауваження за підкритерієм 8.2, не має системного та вагомого характеру.

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.

На сайті Уманського НУС сформовано блок публічної інформації, в якому зокрема знаходяться нормативні документи, що регулюють освітній процес (<https://www.udau.edu.ua/ua/about/normativna-baza.html>). Експертами з'ясовано, що правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, чітко визначені є доступними, зрозумілими та послідовно дотримуються під час реалізації ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в Уманському національному університеті, що підтвердило інтерв'ювання представників студентського самоврядування (<https://www.udau.edu.ua/ua/activities/studentske-samovryaduvannya/polozhennya-pro-studentske-samovryaduvannya-v-umanskomu-naczialnomu-universitet-sadivnicztva.html>) та здобувачів спеціальності 075. <https://www.udau.edu.ua/assets/files/legislation/polozhennya/2020/2/polozhennya-pro-osvitnij-proces.pdf>. Під час зустрічі з представниками адміністрації університету, представниками допоміжних сервісних служб та НПП експерти переконалися, що адміністрація добросовісно ставиться до врегулювання прав та обов'язків всіх учасників освітнього процесу та намагається зробити їх якомога прозорими та доступними.

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

ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС оприлюднено на офіційному сайті кафедри маркетингу https://marketing.udau.edu.ua/assets/files/opp_mb/proekt_opp_marketing_mb_2021.pdf, з метою отримання зауважень та пропозицій стейкхолдерів. В ході інтерв'ю з представниками студентського самоврядування було з'ясовано, що здобувачі брали участь в обговорення ОП та вносили свої зміни в проект. На зустрічі з представниками роботодавців було з'ясовано, що розробники освітньої програми залучали їх до обговорення та оцінювання ОПП, так за поданням директора БС «Євродім» А.Г. Качура до переліку обов'язкових компонент ОПП включено дисципліну «Управління продажем та мерчандайзинг».

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

На офіційній сторінці кафедри своєчасно оприлюднено точну та достовірну інформацію про Освітню програму «Маркетинг» https://marketing.udau.edu.ua/assets/files/opp_mb/opp_marketing_mb_2020.pdf (у Відомостях самооцінювання освітньої програми «Маркетинг» було зазначено коректне посилання на діючу ОП). Для поінформованості здобувачів, абітурієнтів та інших зацікавлених сторін чітко та в достатньому обсязі описано цілі та очікувані результати навчання. Під час зустрічі з представниками стейкхолдерів експерти переконалися, що інформація оприлюднюється в достатніх для них формах та обсягах, надходить вчасно. Водночас, слід вказати, на недостатність представлення на сторінці кафедри маркетингу інформації стосовно результатів науково-дослідної роботи здобувачів, їх участі в конкурсах і олімпіадах, наукових конференціях, в програмах академічної мобільності, виїзних занять на підприємствах.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

1. На сайті УНУС прозоро та публічно висвітлено основні документи, які регулюють освітній процес на освітнього рівня молодший бакалавр ОПП «Маркетинг». 2. Усі учасники освітнього процесу мають вільний доступ до інформації та ознайомлення з документами. 3. Пропозиції здобувачів і роботодавців до змісту ОПП надавались під час спільних заходів, наприклад: на відкритих засіданнях наукового семінару кафедри зустрічах з практиками, засіданнях кафедри, в процесі відвідування підприємств. 4. Зрозумілий сайт ЗВО, який і цілому відображає напрями освітньої, наукової, міжнародної та інших видів діяльності та спрямований на різних користувачів.

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

Слабкі сторони: На сайті ЗВО якісно оприлюднюються всі новини, опитування та актуальні інформаційні оголошення, проте не всі здобувачі залучені до університетського життя та мало поінформовані. Рекомендації: Рекомендувати створити більш ефективні способи комунікацій зі здобувачами для максимального отримання зворотного зв'язку

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів початкового рівня вищої освіти (короткого циклу) в УНУС та освітня діяльність ЗВО відповідають Критерію 9 та мають недоліки, що не є суттєвими. Такий висновок ґрунтується на достатньо високому ступені відповідності ОПП якісним характеристикам підкритеріїв 9.1- 9.3. Виявлені недоліки можуть бути усунені в процесі удосконалення освітньої діяльності.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Відсутні

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Ковальчук Світлана Володимирівна

Члени експертної групи

Фарат Олександра Володимирівна

Зайчик Катерина Олегівна