НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	**Уманський національний університет садівництва**
Освітня програма	**30509 Маркетинг**
Рівень вищої освіти	**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	**30509**
Назва ОП	**Маркетинг**
Галузь знань	**07 Управління та адміністрування**
Спеціальність	**075 Маркетинг**
Спеціалізація (за наявності)	*відсутня*
Рівень вищої освіти	**Бакалавр**
Вид освітньої програми	**Освітньо-професійна**

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	**Якимишин Лілія Ярославівна, Коваль Валерія Олегівна, Кушнір Тарас Михайлович (керівник)**
Залучений представник роботодавців	*не застосовується*
Дати візиту до ЗВО	**11.03.2025 р. – 13.03.2025 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/2024-2025/vidomosti-pro-samoocinyuvannya-op-marketing-pershogo-bakalavrskogo-rivnya-vishhoi-osviti.pdf**
Програма візиту експертної групи	**https://marketing.udau.edu.ua/assets/files/2024-2025/programa-vizitu-ekspertnoi-grupi-dlya-provedennya-akreditacijnooi-ekspertizi.pdf**

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

☐ Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти є актуальною, відповідає запитам регіонального ринку праці у Черкаській області, який відчуває гостру потребу у висококваліфікованих фахівцях у зв'язку із динамічним розвитком аграрної галузі в регіоні. Мета ОП та ПРН сформульовані з урахуванням тенденцій розвитку науки, ринку праці, галузевого та регіонального контексту. ОП забезпечує формування компетентностей у сфері сучасних технологій просування продукції, використання цифрових інструментів маркетингу та маркетингової діяльності у сфері агробізнесу. У ЗВО забезпечено можливість формування здобувачами індивідуальної освітньої траєкторії шляхом вільного вибору вибіркових ОК. ОП передбачає практичну підготовку та набуття здобувачами соціальних навичок. У ЗВО встановлені чіткі, зрозумілі та доступні правила вступу та прийому на навчання. Вибір предметів для НМТ/ЗНО, мінімальний прохідний бал та вагові коефіцієнти враховують особливості ОП. Освітній процес за ОП організовано відповідно до законодавчих вимог і внутрішніх нормативів, забезпечуючи якісну підготовку фахівців. Використовуються сучасні методи навчання, зокрема кейс-методи, воркшопи, рольові ігри, групові проєкти та платформа Moodle. ОП реалізує студентоцентрований підхід, надаючи можливість обирати дисципліни, брати участь у наукових дослідженнях та опитуваннях. Академічна свобода сприяє гнучкому вибору методів навчання. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем РН. У ЗВО визначено чіткі та зрозумілі політика і процедури дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу на ОП, використовуються технічні засоби протидії плагіату. Кваліфікація НПП відповідає цілям та ПРН ОП. НПП мають наукові ступені та вчені звання, регулярно підвищують кваліфікацію, мають достатню кількість наукових публікацій у фахових виданнях. ЗВО створює умови для професійного зростання через внутрішні та зовнішні програми розвитку. Конкурсний відбір на посади є прозорим і регламентованим. Активна співпраця з роботодавцями сприяє набуттю здобувачами практичного досвіду. Бібліотека та репозитарій забезпечують безоплатний доступ до наукових видань, публікацій, підручників. Враховуються потреби осіб з обмеженими можливостями при плануванні графіків навчання та знаходження у стінах ЗВО. Немає проблем з заселенням у гуртожитки, проводяться конкурси «За кращу кімнату», що винагороджуються призами. ЗВО систематично забезпечує здійснення процедур розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП. Здобувачі та роботодавці залучені до перегляду ОП «Маркетинг». У ЗВО налагоджена робота щодо врахування результатів зовнішнього забезпечення якості під час перегляду ОП шляхом розробки відділом моніторингу якості освіти рекомендацій за результатами зауважень експертів та ГЕР в ході проведених в ЗВО акредитаційних експертиз.

Недоліки

За підсумками акредитаційної експертизи суттєвих недоліків не виявлено, однак присутня низка слабин та зауважень. У представлених протоколах обговорення проєктів ОП на засіданні робочої групи з розробки і реалізації ОП недостатньо формалізовано рекомендації стейкхолдерів (отримані, враховані, відхилені пропозиції, аргументація). При розробці проєкту ОП здійснюється аналіз лише тих іноземних ОП, з якими у ЗВО укладені угоди про співпрацю, що дещо звужує можливості порівняльного аналізу і може обмежувати впровадження кращих міжнародних практик у зміст ОП. Плутанина у взаємозв'язках, визначених у структурно-логічній схемі ОП, що відображено у помилках із визначенням пререквізитів, кореквізитів та постреквізитів у робочих програмах ОК. Відсутність на сайті ЗВО робочих програм із вибіркових дисциплін. Відсутність анотацій в електронному кабінеті здобувача при виборі ОК із загальноуніверситетського каталогу. Розбіжності щодо форм контролю (курсової роботи) за ОК16 в індивідуальних навчальних планах здобувачів, робочим навчальним планом та ОП, що створює труднощі в організації освітнього процесу та розумінні вимог оцінювання. Відсутні затверджені госпдоговірні науково-дослідні теми, що обмежує можливості здобувачів у набутті практичного досвіду через співпрацю з бізнесом та державними установами. Недостатня обізнаність здобувачів про діяльність студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодення» та навчально-наукової лабораторії «Маркетингові рішення». Відсутність досвіду участі здобувачів у програмах міжнародної академічної мобільності. Відсутність практичних механізмів процедури повторного проходження навчальних дисциплін для здобувачів, які отримали оцінку «F», процедура повторного проходження визначена шкалою оцінювання, однак практичні механізми її реалізації не реалізуються через відсутність підстав для його застосування. Визначення, у Методичних вказівках з підготовки та проведення підсумкової атестації здобувачів, за мету встановлення рівня підготовки випускника до виконання професійних задач та відповідності його підготовки вимогам ОП в частині досягнення ПРН 1-11, 19, технічне упущення встановлення відповідності підготовки здобувача за ПРН 12-18 в межах підсумкової атестації перешкоджає цілісному розумінню здобувачами сутності підсумкової атестації. Неповна відповідність кваліфікації НПП вимогам до викладання ОК4 в частині модуля «академічна доброчесність». Обмежена кількість виробничих екскурсій. Не достатньо якісний інтернет-зв'язок у приміщеннях ЗВО. Відсутність конкретного спеціалізованого програмного забезпечення у зв'язку з його дороговизною. Відсутність у відкритому доступі анкет для опитування усіх груп стейкхолдерів. Практика проходження опитувань різними групами стейкхолдерів загальними потоками без прив'язки до конкретної ОП, що не дає розуміння результатів на конкретних ОП. Відсутність інформації про результати опитувань здобувачів, роботодавців, випускників на сторінці кафедри маркетингу.

Рекомендації

Для усунення слабин ЕГ рекомендує: В протоколах засідань робочої групи з розробки ОП чітко формалізувати усі пропозиції стейкхолдерів (отримання, врахування, відхилення, аргументація). Робочій групі з розробки ОП в проєкті ОП розширити аналіз міжнародного досвіду ОП з маркетингу за рахунок вивчення ОП провідних світових ЗВО. Впродовж 1 місяця проєктній групі ОП напрацювати варіанти спрощення відображення взаємозв'язків між ОК в структурно-логічній схемі. Впродовж 3 місяців усунути розбіжності між визначеними пререквізитами, кореквізитами та постреквізитами у РП та у структурно-логічній схемі ОП. Впродовж 1 місяця на сайті ЗВО забезпечити розміщення РП з вибіркових ОК. Впродовж 2 місяців забезпечити наявність анотацій із ОК загальноуніверситетського каталогу в електронному кабінеті здобувача. Посилити інформування здобувачів про наукову діяльність, конкурси, конференції, дослідницькі проєкти, активніше залучати здобувачів до роботи наукового гуртка та навчально-наукової лабораторії. Удосконалити інформаційно-просвітницьку діяльність щодо участі в академічній мобільності. Чітко визначити та врегулювати процедуру повторного вивчення навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти, які за результатами підсумкового контролю отримали оцінку «F», забезпечити інформування учасників освітнього процесу про реальність використання механізму процедури впродовж 2-3 місяців, але не менше, ніж за місяць до початку екзаменаційної сесії. Усунути технічне упущення щодо відсутності ПРН 12-18 у встановленні відповідності рівня підготовки випускника у Методичних вказівках з підготовки та проведення підсумкової атестації впродовж 1-го місяця. До наступного навчального року переглянути структуру ОК4 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність», розділивши його або об'єднавши модуль академічної доброчесності з ОК 12 «Правознавство». В наступному навчальному році розглянути можливості організації та проведення виробничих екскурсій для здобувачів освіти. При розробці проєкту ОП розширити залученість роботодавців до розробки ОП шляхом запровадження механізмів їх впливу на зміст ОК. Впродовж 2-3 місяців покращити якість Інтернет-зв'язку в приміщеннях ЗВО, підібрати аналоги спеціалізованого програмного забезпечення для створення можливостей прогресивнішого провадження освітнього процесу. Забезпечити регулярне опублічення таблиць змін із результатами обговорення змісту ОП на сторінці кафедри маркетингу одразу після затвердження нової редакції ОП. Упродовж місяця розмістити та сторінці відділу моніторингу якості та кафедри маркетингу питання анкет для опитування. Упродовж 2 місяців розглянути можливість проведення опитувань різних груп стейкхолдерів у розрізі конкретних ОП та висвітлення їх результатів на сайтах кафедр. Активізувати залучення до процесу опитувань тих стейкхолдерів, з якими реально відбувається співпраця. Упродовж місяця кафедрою маркетингу оприлюднити результати опитувань роботодавців, випускників, НПП та здобувачів на сторінці кафедри.

ІІІ. 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. Проєктування освітньої програми:

1. Освітня програма дає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти. За відсутності затвердженого стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти програмні результати навчання затверджуються закладом вищої освіти і мають відповідати вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня

Освітня програма «Маркетинг» (ОП) охоплює всі необхідні - інтегральну, загальні (ЗК) та спеціальні компетентності (СК), що відповідають вимогам Стандарту вищої освіти України зі спеціальності «075 Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОНУ № 1343 від 05.12.2018 р. (Стандарт). Програмні компетентності охоплюють ключові сфери професійної діяльності маркетолога, включаючи аналітику, комунікації, дослідження ринку та інші напрями, що відповідають сучасним вимогам ринку праці та забезпечують можливості для навчання. Особливістю ОП є унікальна спеціальна компетентність СК 15 – здатність організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки з урахуванням специфіки її методичного інструментарію, що підкреслює орієнтацію ОП на підготовку фахівців з маркетингової діяльності, зокрема в аграрній сфері економіки. Програмні результати навчання (ПРН) узгоджуються зі Стандартом і відображають набір знань, навичок і вмінь, які повинен мати випускник для успішної професійної діяльності. Зокрема, вони забезпечують формування у здобувачів вищої освіти аналітичного мислення, навичок проведення маркетингових досліджень, використання цифрових технологій, ефективної комунікації та соціальної відповідальності, що сприяє їхній професійній реалізації в динамічному ринковому середовищі. Крім того, випускники отримують унікальний програмний результат навчання (ПРН 19), що забезпечує здатність ефективно організовувати, здійснювати та вдосконалювати маркетингову діяльність у сфері агробізнесу. Таким чином, ОП забезпечує здобувачам освіти можливість досягти визначених стандартом результатів навчання, відповідає сучасним вимогам професійної підготовки, створює умови для ефективного розвитку майбутніх фахівців у сфері маркетингу та враховує специфіку аграрного сектору, підвищуючи конкурентоспроможність випускників на ринку праці.

2. Зміст освітньої програми враховує вимоги відповідних професійних стандартів (за наявності). Освітні програми, що передбачають присвоєння професійних кваліфікацій, мають забезпечувати виконання вимог відповідних професійних стандартів

Зміст ОП не враховує вимоги відповідних професійних стандартів.

3. Освітня програма має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії закладу вищої освіти

Мета ОП чітко узгоджується з освітньою діяльністю УНУС(https://salo.li/4d0b8A9) та відповідає його стратегічним цілям. ОП спрямована на задоволення освітніх потреб здобувачів освіти відповідно до їхніх інтересів, здібностей і вимог суспільства й держави. ОП забезпечує мобільність підготовки фахівців, що дає можливість адаптуватися до динамічних потреб ринку праці та сприяє особистісному й професійному розвитку здобувачів вищої освіти. ОП повністю відповідає ключовим аспектам місії університету(https://salo.li/d2F7F19), яка передбачає забезпечення якісної та доступної освіти, розвиток наукового потенціалу здобувачів, удосконалення освітніх програм, впровадження інноваційних підходів до навчання та сприяння формуванню конкурентоспроможних фахівців. ОП готує спеціалістів, здатних до активного професійного зростання, стратегічного мислення та застосування сучасних маркетингових технологій у різних сферах економіки, зокрема в аграрному секторі. Зміст ОП передбачає комплексний підхід до підготовки фахівців, поєднуючи надання ґрунтовних теоретичних знань із практичним досвідом. Такий підхід дозволяє здобувачам не лише оволодіти професійними компетентностями, а й розвинути критичне та системне мислення, аналітичні навички, здатність до прийняття рішень та творчого підходу до розв'язання маркетингових завдань. Таким чином, ОП «Маркетинг» демонструє високу відповідність стратегічним цілям та місії УНУС, забезпечує підготовку висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно працювати в умовах ринкової економіки, та сприяє розвитку академічної доброчесності, професійної мобільності й неперервного навчання впродовж життя. Загалом, ОП «Маркетинг» узгоджується з освітньою діяльністю УНУС, відповідає його стратегічним цілям і забезпечує підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних адаптуватися до змін ринку праці.

4. Мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін

Цілі та ПРН ОП визначаються з урахуванням потреб різних груп стейкхолдерів. З метою врахування інтересів здобувачів вищої освіти ОП УНУС систематично здійснює моніторинг зауважень, пропозицій та рекомендацій заінтересованих сторін. Відділ моніторингу якості освіти регулярно проводить опитування серед здобувачів та випускників, що дозволяє враховувати їхні потреби під час удосконалення ОП (https://salo.li/d8f78C1, https://salo.li/9213575). Крім того, на офіційному сайті УНУС організовується громадське обговорення проєктів ОП (https://salo.li/1D3c5E3), що дає можливість надавати пропозиції щодо змісту ОП. Також представник від здобувачів вищої освіти Давидчук Ярослав входить до складу групи з розробки та періодичного перегляду ОП, що сприяє врахуванню інтересів здобувачів на всіх етапах реалізації ОП. Це було підтверджено ЕГ під час зустрічі зі здобувачами ОП. Роботодавці беруть активну участь у розробці, моніторингу реалізації та перегляді ОП. Зокрема, до складу проєктної групи входить головний бухгалтер ФГ «Агрофірма «Базис» Олег Давиденко. Директор ТОВ «БСА» Констянтин Сидорук, директор ТОВ «Укрзернотрейд Макс» Олександр Люлька та начальник відділу збуту ПОСП «Уманський тепличний комбінат» Руслан Гордій здійснили рецензування ОП. Роботодавці також беруть участь в опитуваннях щодо вдосконалення ОП (https://salo.li/4e26cCb), а також у громадських обговореннях через офіційний сайт УНУС та під час проведення аудиторних занять. Їхні пропозиції враховуються під час формування програм виробничої практики та оновлення освітніх компонентів. Під час зустрічі з ЕГ роботодавці позитивно оцінили ОП, зазначаючи обґрунтованість переліку дисциплін та їхню структурно-логічну відповідність для формування компетентностей, необхідних на сучасному ринку праці. Проте, у представлених протоколах обговорення ОП на засіданні робочої групи з розробки і реалізації ОП відсутня інформація про рекомендації стейкхолдерів, які було відхилено (відповідь на запит ЕГ). ОП отримала позитивну рецензію від д.е.н., проф. НУ «Львівська політехніка» Олени Бочко, яка відзначила її відповідність сучасним стандартам підготовки бакалаврів. Крім того, при розробці ОП проводилися консультації з гарантом та представниками групи забезпечення ОПП «Маркетинг» ЧНУ ім. Б. Хмельницького (https://salo.li/74Ad1c7), пропозиції академічної спільноти УНУС також враховуються під час робочих нарад та засідань, що сприяє розвитку ОП та підвищенню її якості. НПП кафедри маркетингу УНУС, які входять до складу групи забезпечення ОП, є членами ГО «УАМ» та беруть активну участь у її заходах. Це дозволяє впроваджувати в освітній процес сучасні маркетингові технології та навчальні підходи. ОП отримала позитивну рецензію від президента ГО «УАМ» Ірини Лилик. Відзначено, що ОП відповідає сучасним тенденціям розвитку теорії та практики маркетингу, актуальна на ринку праці та забезпечує якісну підготовку здобувачів. Загалом, ОП враховує потреби стейкхолдерів, сучасні маркетингові тенденції та вимоги ринку праці.

5. Мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм

Мета ОП та ПРН сформульовані з урахуванням тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та зарубіжних освітніх програм. Визначення відповідності мети та ПРН сучасним вимогам здійснюється через: участь представників групи забезпечення ОП у програмах підвищення кваліфікації та наукових стажуваннях; участь у наукових заходах різного рівня, включаючи ті, що організовані професійними об'єднаннями; залучення роботодавців до розробки та реалізації ОП. Факультетом економіки та підприємництва УНУС та кафедрою маркетингу щорічно проводяться науково-практичні конференції (https://salo.li/9a8E0f2, https://salo.li/Ed198aC), що сприяють актуалізації змісту освітніх компонентів ОП. Проєктна група ОП регулярно аналізує вимоги роботодавців шляхом моніторингу незалежних досліджень, сайтів вакансій, опитувань на Ярмарках вакансій та аналізу результатів практики здобувачів. Визначено, що роботодавці очікують від фахівців з маркетингу розвинених аналітичних здібностей, ініціативності, комунікативних навичок, здатності працювати в команді, креативності та прагнення до саморозвитку. До основних функціональних обов'язків таких фахівців належать: аналіз ринку та конкурентного середовища, дослідження цільової аудиторії, розробка стратегій просування, Web-аналітика, створення аналітичних звітів тощо. Відповідні компетентності та програмні результати навчання в межах ОП узгоджені із зазначеними вимогами ринку праці. Формування ОП враховує потреби регіонального ринку праці та спирається на «Стратегію розвитку Черкаської обл. на період 2021-2027 роки» (https://salo.li/182AAF8). Зокрема, стратегія розвитку регіону передбачає операційну ціль С.1.2 «Технології просування сільськогосподарської продукції». Враховуючи, що Черкаська область має потужну базу для виробництва сільськогосподарської продукції, ключовим викликом є не лише виробництво, а й ефективна її реалізація як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. У цьому контексті особливого значення набувають питання ефективного управління виробництвом, переробкою, логістикою та розробкою маркетингових стратегій. Розробка та перегляд ОП базується на аналізі структур аналогічних ОП провідних українських та зарубіжних ЗВО. Враховано такі зміни: ОП КНЕУ – вивчення «Іноземна мова» протягом 4 семестрів; ОП НУ «Львівська політехніка» – введено «Математика для економістів»; ОП ЧНУ ім. Б. Хмельницького – введено «Промисловий маркетинг». Аналіз міжнародних ЗВО дозволив адаптувати зміст ОП, включаючи «Політологію», «Антикризовий маркетинг», «Самоменеджмент» тощо. Проте, зі слів гаранта ОП, під час розробки проєкту ОП проєктна група вивчала досвід лише тих іноземних ОП, які реалізуються у ЗВО, з якими УНУС має угоди про співпрацю, що частково звужує можливості порівняльного аналізу і може дещо обмежувати впровадження кращих міжнародних практик у зміст ОП.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Мета ОП та ПРН сформульовані з урахуванням сучасних тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, а також галузевого та регіонального контексту. ОП проходить систематичний моніторинг і коригування відповідно до запитів роботодавців, аналізу міжнародного досвіду та актуальних освітніх трендів. ОП враховує ключові аспекти сучасного маркетингу, зокрема цифрову трансформацію, інноваційний і міждисциплінарний характер професії, зростаючу роль аналітики, етичні аспекти та соціальну відповідальність. Серед позитивних практик за критерієм варто відзначити організацію та проведення науково-практичних конференцій, які сприяють актуалізації змісту освітніх компонентів. Важливим аспектом є моніторинг вимог роботодавців і відповідність компетентностей випускників актуальним потребам ринку праці. Також ОП забезпечує формування компетентностей у сфері сучасних технологій просування продукції, використання цифрових інструментів маркетингу та маркетингової діяльності у сфері агробізнесу.

Недоліки

Суттєвих недоліків за даним критерієм не виявлено. ЕГ під час експертизи виявила такі слабкі сторони: 1. У представлених протоколах обговорення проєктів ОП на засіданні робочої групи з розробки і реалізації ОП недостатньо формалізовано рекомендації стейкхолдерів (які пропозиції отримано, що враховано і які пропозиції відхилено, аргументація). Відмічено лише ті пропозиції, які враховано, можливо, відхилені пропозиції були б корисними в перспективі. Також, це може дещо обмежувати прозорість процесу прийняття рішень і не дозволяє оцінити причини неврахування окремих пропозицій. 2. Під час розробки проєкту ОП було здійснено аналіз лише тих іноземних ОП, які реалізуються у ЗВО, з якими укладені угоди про співпрацю. Такий підхід дещо звужує можливості порівняльного аналізу і може обмежувати впровадження найкращих міжнародних практик у зміст ОП.

Рекомендації

1. Секретарю засідань в майбутніх протоколах засідання робочої групи з розробки і реалізації ОП «Маркетинг» чітко формалізувати усі пропозиції стейкхолдерів: які пропозиції отримано, що враховано, які пропозиції відхилено і за якою аргументацією. 2. Робочій групі з розробки і реалізації ОП в наступній редакції проєкту ОП розширити аналіз

міжнародного досвіду ОП з маркетингу за рахунок вивчення ОП провідних університетів світу, незалежно від наявності договорів про співпрацю.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

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 обсягу освітніх програм для відповідного рівня вищої освіти та відповідного стандарту вищої освіти (за наявності)

ОП «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня розроблена на основі попередніх ОП, відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» (https://salo.li/1C5a2b9). Відомості про самооцінювання ОП відповідають ОП, затвердженій ВР УНУС (Протокол №6 від 11.04.2024 р.), введеній в дію наказом ректора № 01-16/7/од від 11.04.2024 р. з 01 вересня 2024 р. і навчальному плану, схваленому ВР УНУС (Протокол №6 від 11.04.2024 р.) і затвердженому ректором ЗВО. Обсяг ОП відповідає Стандарту для освітньо-професійних програм і складає 240 кредитів ECTS. Обов'язкова складова ОП складає 174 кредити (72,5%), що забезпечують досягнення усіх ПРН, визначених Стандартом та додатковим ПРН 19 «Демонструвати розуміння специфіки та вміння організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки», який визначає особливості ОП. В число обов'язкових компонент включено 4 види практики – ОК 33 «Навчальна практика з вступу до фаху» (3 кредити), ОК 34 «Навчальна практика з маркетингу» (4 кредити), ОК 35 «Виробнича практика І» (6 кредитів), ОК 36 «Виробнича практика ІІ» (9 кредитів), що складає 9,2% обсягу ОП. В структурі обов'язкових ОК 76 кредитів (31,6%) займають ОК циклу загальної підготовки (ОК 1-ОК 14), частку наукової складової в ОП формує ОК 4 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність» (4 кредити). Курсових робіт в ОП як окремих ОК не передбачено, однак курсові роботи присутні у вигляді ІНДЗ в ОК 16 «Поведінка споживачів», ОК 17 «Маркетинг», ОК 23 «Маркетингові дослідження» та ОК 27 «Управління каналами розподілу». Обсяг ОК за вибором здобувача складає 66 кредитів (27,5%), що відповідає нормам ЗУ «Про вищу освіту». Здобувач обирає одну із трьох запропонованих дисциплін професійного циклу та має пріоритетність (від 1 до 9 з метою автоматичного формування груп у випадку, якщо достатньої кількості здобувачів з окремих ОК не набирається) у виборі дисциплін з каталогу елективних дисциплін ЗВО, обираючи по 2 ОК на 4-й та на 6-й семестри з переліку 120 ОК (https://salo.li/7145fC6). Чинна ОП розміщено на сайті кафедри маркетингу (https://salo.li/0595a63), також на сайті оприлюднено попередні редакції ОП за 2021-2023 рр. (https://salo.li/846B4b4, https://salo.li/7908ac0, https://salo.li/391CCD9). У вкладенні «Характеристики освітньо-професійної програми» (https://salo.li/5b4eE90) також розміщено таблиці змін до ОП 2021-2024 рр. ЕГ визначено, що обсяг ОП відповідає вимогам законодавства щодо обсягу освітніх програм для відповідного рівня вищої освіти та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», що підтверджено документально (ОП, НП, РП, інформація з публічного доступу) та зустрічами з гарантом та зустріччю 1.

2. Зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання. Зміст освітньої програми забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів

ОП «Маркетинг» містить перелік ОК, які викладаються у всіх семестрах. У НП 2024-2025 н.р. розподіл кредитів ECTS за семестрами нерівномірний: 1, 3, 5 семестри - 28 кредитів, 2, 4, 6 семестри – 32 кредити, 7, 8 семестри – по 30 кредитів. НП сформовано у відповідності до ОП та структурно-логічної схеми ОП. ОП забезпечує досягнення усіх ЗК, СК та ПРН, визначених у Стандарті. ОК в НП вказані у розрізі семестрів, в яких забезпечується їх викладання, що зручно візуалізує ОК, викладання яких здійснюється довше ніж один семестр. Перелік ОК загального циклу дозволяє стверджувати, що ОП забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей (ОК 1, 2, 3, 4). Структурно-логічна схема ОП, побудована посеместрово, в схемі не відображено шифри ОК, однак повністю вказано їх назви, що краще унаочнює взаємозв'язки, відображені у схемі. Структурно-логічна схема не містить вибіркових ОК, які відображені у розділі 2 ОП «Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність». ЕГ виявлено, що у РП окремих ОК присутня певна плутанина з визначенням пререквізитів, кореквізитів і постреквізитів, зумовлена дещо складним зображенням взаємозв'язків у структурно-логічній схемі. Так, пререквізитом ОК 16 визначено ОК 4, що в схемі відображено вкрай невдало (стрілочкою, розташованою в 4-му семестрі), постреквізитом ОК 16 вказано лише ОК 23, однак в схемі присутня стрілка, яка чітко вказує на те, що ОК 16 є пререквізитом і для ОК 17. В РП ОК 21 кореквізитами визначено ОК 14 та ОК 24, що чітко не вказано в схемі. В РП ОК 18 вказано, що ОК 21 є одночасно і кореквізитом і постреквізитом. В РП ОК 18 вказано, що її кореквізитом є ОК 20, натомість в РП ОК 20 визначено, що ОК 18 є пререквізитом, що відповідає структурно-логічній схемі. В РП ОК 25 визначено, що пререквізитами є ОК 17 і ОК 23, однак з структурно-логічної схеми можна

зробити висновок, що пререквізитами таким чином є і ОК 24, ОК 21, ОК 14, ОК 19. В РП ОК 27 пререквізитами вказано ОК23 і ОК24, що не вказано в схемі. Відповідності, визначені матрицями відповідностей програмних компетентностей компонентам ОП та забезпечення ПРН відповідними компонентами ОП, відповідають ЗК, СК, ПРН, визначеними в РП усіх обов'язкових ОК. З незрозумілих причин Матриці відповідностей в ОП містяться в розділах 1 і 2, хоча хронологічно мали би бути структурними елементами розділів 4 і 5 ОП. На основі аналіз РП ЕГ виявлено, що тематичний перелік ОК 4 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність» не включає питань, присвячених академічній доброчесності, присутність яких логічно випливає з назви курсу. На зустрічах 1-4 ЕГ з'ясувала, що учасники освітнього процесу мають розуміння логіки структури ОП, достатнє для досягнення мети і результатів навчання, передбачених ОП. Виявлені обставини мають технічний характер, однак потребують оперативного усунення. Зміст ОП має чітку структуру; ОК, включені до ОП, становлять логічну взаємопов'язану систему і дають можливість досягти заявленої мети і ПРН.

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

ОП не є міждисциплінарною, перелік ОК відповідає предметній області, яка визначена для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». ОП «Маркетинг» є освітньо-професійною програмою метою якої є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності. Зміст ОП відповідає опису предметної області галузі 07 «Управління та адміністрування», спеціальності «Маркетинг». Аналіз РП дозволив з'ясувати, що розкриття сутності та змісту маркетингової діяльності забезпечується ОК 16 «Поведінка споживачів», ОК 17 «Маркетинг», ОК 22 «Логістика», ОК 23 «Маркетингові дослідження», ОК 24 «Інформаційні системи і технології в маркетингу», ОК 25 «Маркетингове ціноутворення», ОК 26 «Маркетингова товарна політика», ОК 27 «Управління каналами розподілу», ОК 28 «Маркетингові комунікації», ОК 29 «Економічний механізм маркетингу», ОК 30 «Маркетинг в аграрній сфері», ОК 31 «Маркетинг послуг», ОК 32 «Маркетинг в соціальних мережах», навчальними (ОК 33, ОК 34), виробничими (ОК 35, ОК 36) практиками та вибірковими освітніми компонентами професійного спрямування. Особливість програми, пов'язана з поглибленим вивченням її специфіки в аграрній сфері економіки відображена у додатковій СК 15 «Здатність організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки з урахуванням специфіки її методичного інструментарію» та додатковому ПРН 19 «Демонструвати розуміння специфіки та вміння організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки», які забезпечуються ОК 20 «Основи економіки аграрного сектору» та ОК 30 «Маркетинг в аграрній сфері». ЕГ з'ясовано, що об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи та методики відповідають відповідають спеціальності 075 Маркетинг, що підтверджено документально (ОП, НП, РП).

4. Структура і зміст освітньої програми передбачають можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі, передбаченому законодавством

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів у ЗВО врегульовано положеннями «Про організацію освітнього процесу в УНУС» (https://salo.li/4Bd9841), «Про вибіркові дисципліни в УНУС» (https://salo.li/5912418), «Про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти в УНУС» (https://salo.li/3B05635), «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників УНУС» (https://salo.li/e3B1187), «Про дуальну форму здобуття вищої освіти в УНУС» (https://salo.li/fb6C24B). Формування індивідуальної траєкторії відбувається шляхом створення індивідуального НП, вибір баз практик та вибіркових ОК, можливості участі в академічній мобільності, можливості перезарахування результатів навчання, отриманих в неформальній та інформальній освіті, вибір тем ІНДЗ, рефератів. Вибіркова частина ОП «Маркетинг» складає 66 кредитів (27,5% від загального обсягу ОП), що відповідає нормам ЗУ «Про вищу освіту». ЕГ з'ясовано, що у 2023 р. було збільшено загальний обсяг кредитів на вибіркові компоненти з 63 до 66 згідно рекомендацій здобувачів. Вивчення вибіркових ОК починається з 2-го семестру навчання. НП передбачає вибір ОК з загальноуніверситетського каталогу та дисциплін професійного спрямування. Оновлення переліку вибіркових ОК здійснюється щорічно до початку навчального року (підтверджено на зустрічі 1). У разі обрання здобувачем вибіркової ОК, до початку семестру, у якому вона буде викладатися, кафедра забезпечує її навчально-методичне та інформаційне забезпечення в системі Moodle. Перелік загальноуніверситетських ОК розміщено на сайті ЗВО (https://salo.li/E7E2823), до кожної прикріплено анотацію, в якій вказані забезпечуюча кафедра, цілі, завдання і короткий зміст курсу. РП вибіркових ОК на сайті ЗВО відсутні. Перелік ОК професійного спрямування розміщено на сторінці кафедри маркетингу з розподілом для кожного курсу (https://salo.li/dD58175). До кожної ОК розміщено анотацію, РП на сайті теж відсутні. Обрання вибіркових ОК здобувачами здійснюється через електронний кабінет АСУ у 1-му семестрі – протягом 20 днів після початку семестру здобувачі 1-го курсу обирають вибіркові ОК, що будуть викладатися у 2-му семестрі поточного н.р.; у 2-му семестрі - до 20 березня здобувачі усіх курсів обирають вибіркові ОК, що будуть викладатися наступного н.р. На резервній зустрічі 2 здобувачами було продемонстровано, що вибір із загального каталогу відбувається з можливістю розставити 9 пріоритетів для формування груп, якщо на окремих ОК не набирається достатньої кількості здобувачів. ОК професійного спрямування сформовані в підгрупи по 3 ОК, з кожної з яких, здобувач має змогу обрати одну. До ОК професійного спрямування в АСУ прикріплено анотації, для загальноуніверситетських ОК з анотаціями можна ознайомитись лише на сайті (https://salo.li/E7E2823). Аналіз

положень, даних з відкритого доступу, зустрічей 1, 4 та Резервної зустрічі 2 підтверджують, що у ЗВО забезпечено можливість формування здобувачами індивідуальної освітньої траєкторії.

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

У ЗВО врегульовано процес практичної підготовки здобувачів положеннями п. 4.1. «Про організацію освітнього процесу в УНУС» (https://salo.li/4Bd9841), «Про організацію проведення практичної підготовки здобувачів УНУС» (https://salo.li/85c1BB4) та «Про організацію проведення практики та стажування студентів УНУС за кордоном» (https://salo.li/b5803E9). На ОП «Маркетинг» передбачено 22 кредити ECTS для чотирьох видів практики – ОК 33 (3 кр.), ОК 34 (4 кр.), ОК 35 (6 кр.) та ОК 36 (9 кр.), що складає 9,2% від обсягу ОП. Навчальна практика «Вступ до фаху» проводиться в 2-му семестрі НПП кафедри маркетингу на базі ЗВО, передбачає засвоєння лекційного матеріалу та обговорення його на практичних заняттях, самостійну роботу, під час якої здобувачі готують реферат до кожного з модулів. «Навчальна практика з маркетингу» забезпечує набуття практичних навичок у сфері маркетингової діяльності на базі теоретичних знань, отриманих під час вивчення ОК «Маркетинг» на базі ЗВО, результатом практики є формування умінь та навичок проведення кабінетних досліджень, результати яких у формі звіту презентуються при її захисті. «Виробнича практика І» та «Виробнича практика ІІ» забезпечують ідентичний перелік компетентностей та ПРН, що не є недоліком, а визначає логічну послідовність практичної підготовки здобувачів. У методичних вказівках до практик визначається лише перелік ЗК, СК та ПРН, які досягаються в ході її проведення, однак не деталізуються завдання, які стоять перед здобувачами перед їх проходженням, що дещо ускладнює розуміння змісту та призначення практик і потребує доопрацювання. З відповіді на п. 4 запиту ЕГ видно, що у звіті здобувача Мельника В. відсутнє формулювання завдань практики, що підтверджує попередній висновок ЕГ. На зустрічі 3 ЕГ з'ясовано, що на етапі підготовки програми керівники практик від підприємства можуть впливати на формування завдань практики, однак реальних пропозицій щодо цього не було, приймаються ті цілі та завдання, які перед здобувачем ставлять керівники практик від кафедри. На сторінці кафедри маркетингу наведено перелік баз практики (https://salo.li/590E751), в якому відсутні підприємства роботодавців, присутніх на зустрічі 6, які позитивно відгукувались про здобувачів-практикантів на їх базах практик (ПП «Астрея», ПАТ «Монфарм»). Роботодавці відзначили свою задоволеність практикантами та готовністю їх працевлаштовувати. Так, Залозний В. відзначив працевлаштування одного здобувача після проходження ним практики на ПАТ «Монфарм». Про своє працевлаштування після проходження двох практик в ТОВ «Епіцентр К» на зустрічі 9 підтвердив Сосницький К. Положеннями ЗВО передбачається можливість проходження здобувачами практик за кордоном, однак такі приклади на ОП «Маркетинг» відсутні. Аналіз положень ЗВО, звітів з практик та інформація, отримана в ході зустрічей 3, 6 та 9 дозволяє ЕГ зробити висновки, що ОП передбачає практичну підготовку, яка в цілому дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

Здобувачі ОП «Маркетинг» набувають соціальних навичок шляхом опанування загальних компетентностей, які згідно Матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП, формуються в межах обов'язкових освітніх компонент. Ключове значення у формуванні соціальних навичок у межах ОП відіграє ОК 4 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність», що викладається у першому семестрі навчання на ОП. Подальший розвиток соціальних навичок у здобувачів здійснюється шляхом використання активних та інтерактивних методів викладання (рольові ігри, проведення бесід, дискусій, командних методів навчання) у процесі викладання ОК, що підтверджено РП та під час зустрічей 3 та 4. Процес формування соціальних навичок в межах освітніх компонент відображений у їх тематиці та висвітлений у РП на сайті кафедри маркетингу (https://salo.li/8C44892). Формування соціальних навичок, пов'язаних із публічними виступами забезпечується шляхом стимулювання залучення здобувачів до вступів в рамках функціонування наукового гуртка «Маркетолог і сьогодення» (https://salo.li/bbcA352), участі у щорічних науково-практичних конференціях, організованих кафедрою маркетингу (Всеукраїнська науково-практична конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», https://salo.li/4433816), факультетом економіки та підприємництва (Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки» https://salo.li/BFd5904), участі у Всеукраїнських та Міжнародних конкурсах студентських наукових робіт, зокрема у грудні 2024 р. Галайко Вікторія стала призером XII Всеукраїнського он-лайн конкурсу студентських рекламних проектів (https://salo.li/0b457C3), у травні 2024 р. Кочергін Єлизавета стала призером Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт «Економіка АПК та сільського господарства» (https://salo.li/336dEf9), у квітні 2024 р. Долженко Павло став призером Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу (https://salo.li/7952649). Активне залучення здобувачів ОП «Маркетинг» до наукової та проєктної роботи досягається шляхом інтегрування в систему оцінювання 5 балів за наукову діяльність (участь у конференціях, виступи на засіданні наукового гуртка, участь в конкурсах студентських наукових робіт). На зустрічі 4 ЕГ з'ясувала, що лише одна здобувачка з присутніх на зустрічі (Поліна Злиденна) мала досвід виступу на засіданні гуртка «Маркетолог і сьогодення». Під час зустрічей 3 та 9 ЕГ переконалась у тому, що в межах підготовки здобувачів на ОП відбувається формування комунікативних навичок, здатності навчатись, вміння роботи в команді, вміння вести переговори, працювати з інформацією. Документальний аналіз (ОП, НП, РП) та інформація отримана на зустрічах 4 (зі здобувачами) та 9 (з випускниками) підтверджує, що ОП забезпечує набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок.

7. Обсяг окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) відповідає законодавству, фактичному навантаженню здобувачів, та програмним результатам навчання

Аналіз ОП та НП дозволив встановити, що обсяг обов'язкових ОК в межах кожного семестру складає 4 кредити ECTS (за винятком ОК 33-36), ОК, які викладаються в кількох семестрах відповідає пропорційна кількість кредитів (ОК 5 – 2 семестри і 8 кредитів; ОК 6 – 2 семестри і 8 кредитів; ОК 7 – 4 семестри і 16 кредитів; ОК 17 – 2 семестри і 8 кредитів), обсяг кредитів за усіма вибірковими ОК складає 3 кредити, обсяг практик складає 22 кредити. П. 4.1. положення «Про організацію освітнього процесу в УНУС» (https://salo.li/4Bd9841) визначено, що обсяг навчальних занять в одному кредиті за ОК становить не менше 10 год. для бакалаврського рівня вищої освіти за денною або дуальною формою здобуття освіти, обсяг навчальних занять в одному кредиті ОК для заочної форми навчання становить не менше 2 та не більше 4 годин, що повністю узгоджується із НП денної і заочної форми навчання за ОП «Маркетинг». Тижневе аудиторне навантаження здобувачів денної форми, відображене у НП складає у 1 семестрі – 23 год., у 2-му – 22 год., у 3-му – 26 год., у 4-му – 23 год., у 5-му – 21 год., у 6-м3 – 22 год., у 7-му 27 год., у 8-му – 24 год., що відповідає чинному українському законодавству. ЕГ з'ясовано, що обсяг годин, відведених для лекційних та практичних занять в межах переважної більшості ОК непропорційний кількості тижнів теоретичного навчання, визначених у НП, що створює незручність у формуванні розкладу занять. На сайті ЗВО розклад занять не оприлюднено, однак на Резервній зустрічі 1 здобувачкою П. Злиденною було продемонстровано розклад занять в електронному кабінеті здобувача. Результати моніторингу оцінювання здобувачами якості ОП «Маркетинг» лише 6% здобувачів однієї з проблем, які найбільшою мірою ускладнюють навчання за обраною спеціальністю визначили проблему надмірного обсягу навчального навантаження. На зустрічах 4 та 9 здобувачі та випускники ОП відзначили прийнятний обсяг навчального навантаження на ОП. Аналіз РП ОК дозволяє зробити висновок щодо відповідності обсягу окремих ОК програмним результатам навчання, які забезпечуються в межах цих ОК. Аналіз документів (положення, НП, РП), результати опитувань здобувачів, зустрічі 4 та 9 дозволили з'ясувати, що на ОП «Маркетинг» обсяг окремих освітніх компонентів відповідає чинному законодавству, фактичному навантаженню здобувачів, та програмним результатам навчання.

8. Структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість освітньої програми або узгоджені із завданнями та особливостями дуальної форми здобуття освіти (у разі реалізації цієї форми на освітній програмі)

Обсяг практичних занять у НП складає 21,5%, лабораторних занять – 1,9%, практик – 9,2%, що в сумі складає 32,6% і свідчить про вагому складову практичної орієнтації ОП «Маркетинг». Значне місце в структурі підготовки фахівця за ОП «Маркетинг» займають навчальні та виробничі практики ОК 33, ОК 34, ОК 35, ОК 36, в межах яких здобувачі навчаються розв'язанню практичних завдань, набувають навичок проведення кабінетних маркетингових досліджень, набувають практичного досвіду маркетингової діяльності на провідних підприємства Черкащини з можливістю подальшого працевлаштування. ЕГ з'ясовано, що в ЗВО нормативно врегульована можливість дуальної форми здобуття освіти (Положення «Про дуальну форму здобуття вищої освіти в УНУС» (https://salo.li/fb6C24B)), однак за ОП «Маркетинг» вона відсутня. На зустрічі 4 ЕЕ з'ясовано, що РП ОК передбачають залучення до викладання окремих тематичних компонент фахівців із маркетингу. Так, 24.09.2024 р. О. Пеньковою з маркетологом ТОВ «Ваша бухгалтерія» Б. Чупуруном в межах ОК «Маркетинг» проведено бінарну гостьову лекцію на тему «Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики» англійською мовою (https://salo.li/fcA9fc8), у жовтні 2024 р. у межах ОК «Управління каналами розподілу» проведено спільне заняття І. Корман та В. Посторонко (регіональний представник Агро-підрозділу фірми Байєр у Кіровоградській області) на тему «Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства» (https://salo.li/f4D5947), у листопаді 2024 р. у межах ОК «Економічний механізм маркетингу» проведено бінарну лекцію англійською мовою Лементовської В. та Бабія М. (генеральний директор аграрного напрямку компанії Alebor Group) на тему «Decision-making in the economic mechanism of marketing in crisis situations» (https://salo.li/cd8B7A7). ЕГ виявлено, що НПП кафедри маркетингу долучені до виконання наукових проектів за господарчими темами на замовлення господарюючих суб'єктів. Так, у 2023 р. було виконано роботи щодо обґрунтування напрямів рекламної діяльності ПП «ЕнергоСервіс ДСК» при виході на ринок комерційної нерухомості (https://salo.li/93f7b81), у 2022 р. – роботи щодо розробки маркетингової стратегії зростання ФГ «Агрофірма «БАЗИС» (https://salo.li/abbE5AE). На ОП запроваджена практика проведення гостьових лекцій - О. Реви (директора з управління персоналом компанії «АГРОПРОДСЕРВІС») (https://salo.li/fC44459); О. Жегус (д.е.н., проф. ДБУ) (https://salo.li/70d94b0); В. Третяка (логіста ТОВ «Спектр-Агро») (https://salo.li/7a2744a). У ЗВО налагоджена робота щодо організації та проведення ярмарок вакансій (https://salo.li/895cD34, https://salo.li/885F5A3). На зустрічах 4 та 6 ЕГ з'ясовано обмежене використання екскурсійної діяльності в межах ОП «Маркетинг». Структура ОП та освітні компоненти забезпечують її практикоорієнтованість, що підтверджено документально (положення, НП, ОП), публічними даними та зустрічами 4 та 6.

9. Освітня програма забезпечує набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722

Ключовою Глобальною ціллю, яка досягається в межах ОП є ЦСР 4 «Якісна освіта». Зусилля та активність керівництва ЗВО та колективу НПП, які забезпечують реалізацію ОП «Маркетинг», орієнтовані на підготовку

бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності. ОП «Маркетинг» відповідає Стандарту за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня ВО (https://salo.li/1C5a2b9), що свідчить про її спрямування на досягнення ЦСР 4. ЦСР 1 «Подолання бідності» та ЦСР 10 «Скорочення нерівності» забезпечується формуванням розуміння проблем диференціації доходів, шляхів подолання розриву між багатими та бідними у різних типах економічних систем, шляхів подолання продовольчих систем в межах ОК «Політична економія» (теми 3 та 9). ЦСР 2 «Подолання голоду та розвиток сільського господарства» забезпечується особливостями та орієнтацією ОП на підготовку фахівців, які володіють ґрунтовними теоретичними знаннями та практичними навичками з провадження маркетингової діяльності установ, організацій підприємств різних форм власності, з поглибленим вивченням її специфіки в аграрній сфері економіки. Акцентування на аграрній сфері економіки забезпечується присутність в НП ОП обов'язкових ОК 20 «Основи економіки аграрного сектору» та ОК30 «Маркетинг в аграрній сфері» та низкою вибіркових ОК, зокрема популярної серед здобувачів «Основи екологічного аграрного виробництва» (підтверджено п.5 запиту ЕГ). ЦСР 3 «Міцне здоров'я та благополуччя» забезпечується присутністю в НП ОП ОК 6 «Фізичне виховання» та проведення різноманітних заходів дню здоров'я (https://salo.li/c3d1165), Дню захисників та захисниць, Дню козацтва (https://salo.li/D0857aF). ЦСР 5 «Гендерна рівність» забезпечується шляхом включення в т. 12 ОК 19 «Менеджмент» питання «Гендерна рівність у лідерстві» (підтверджено гарантом на організаційній зустрічі та РП ОК 19). ЦСР 6 «Чиста вода та належні санітарні умови», 14 «Збереження морських ресурсів» та 15 «Захист та відновлення екосистем суші» забезпечуються шляхом включення до ОК 12 «Правознавство» теми «Адміністративна відповідальність за порушення правил екологічної безпеки». ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання» забезпечується шляхом підготовки конкурентоспроможних затребуваних на ринку праці фахівців з маркетингу, сфери, попит на робочу силу в якій, динамічно зростає, під час вивчення ними ОК 8, 10, 15, 17, 18, 20-32 проходження навчальних та виробничих практик (ОК 33-36). ЦСР 9 забезпечується вивченням ОК 8, 10, 18 та 20. Досягнення ЦСР 11, 16 та 17 забезпечується ОК 1 та 12. Досягнення ЦСР 12 забезпечується ОК 4, 12, 16 та 17. За результатами документального аналізу (ОП, НП, РП) ЕГ визначено, що ОП забезпечує набуття здобувачами компетентностей, спрямованих на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Обсяг ОП відповідає вимогам законодавства щодо обсягу освітніх програм для відповідного рівня вищої освіти та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Зміст ОП має чітку структуру; ОК, включені до ОП, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та ПРН. Об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи та методики відповідають спеціальності 075 Маркетинг. У ЗВО забезпечено можливість формування здобувачами індивідуальної освітньої траєкторії шляхом вільного вибору вибіркових ОК у обсязі 27,5% від загального обсягу ОП. ОП передбачає практичну підготовку, яка дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності. ОП забезпечує набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок. Обсяг окремих освітніх компонентів відповідає чинному законодавству, фактичному навантаженню здобувачів, та програмним результатам навчання. Структура ОП та освітні компоненти забезпечують її практикоорієнтованість. ОП забезпечує набуття здобувачами компетентностей, спрямованих на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року.

Недоліки

Системних недоліків за критерієм 2 не виявлено. ЕГ визначила низку слабких сторін за критерієм: 1. Складність і плутанина у взаємозв'язках, визначених у структурно-логічній схемі ОП, що відображено у помилках із визначенням пререквізитів, кореквізитів та постреквізитів у робочих програмах освітніх компонент. 2. Відсутність на сайті ЗВО робочих програм із вибіркових дисциплін. 3. Відсутність анотацій в електронному кабінеті здобувача при виборі освітніх компонент із загальноуніверситетського каталогу. 4. Недостатнім чином використовуються можливості екскурсійної діяльності на підприємства роботодавців.

Рекомендації

1. Впродовж 1 місяця проєктній групі ОП напрацювати варіанти удосконалення структурно-логічної схеми ОП, спростити відображення взаємозв'язків між ОК в схемі. 2. Проєктній групі та НПП, які реалізують викладання за усіма ОК впродовж 3 місяців усунути розбіжності між визначеними пререквізитами, кореквізитами та постреквізитами у робочих програмах ОК та у структурно-логічній схемі ОП. 3. Впродовж 1 місяця на сайті ЗВО забезпечити розміщення робочих програм з вибіркових ОК. 4. Інформаційно-обчислювальному відділу впродовж 2 місяців розглянути можливість забезпечити наявність анотацій із ОК загальноуніверситетського каталогу в електронному кабінеті здобувача. 5. НПП кафедри маркетингу активізувати екскурсійну діяльність на підприємства роботодавців.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

1. Правила прийому на навчання за освітньою програмою укладені відповідно до Умов (Порядку) прийому на навчання для здобуття вищої освіти є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та оприлюднені на офіційному вебсайті закладу вищої освіти

Правила прийому на навчання в бакалавраті Уманського національного університету садівництва (далі - УНУС) за ОП «Маркетинг» розроблено відповідно до Закону України «Про вищу освіту», розміщені на офіційному сайті ЗВО (https://salo.li/Fc723AB) та на сайті кафедри маркетингу УНУС (https://salo.li/d563969). В результаті опрацювання Відомостей про самооцінювання ОП «Маркетинг», спілкування під час дистанційної експертизи з гарантом ОП, здобувачами ОП різних років навчання, випускниками ОП, ЕГ дійшла до висновку, що правила прийому на навчання за освітньою програмою є чіткими та зрозумілими, не містять жодних дискримінаційних положень та знаходяться на сайті ЗВО у відповідному розділі у вільному доступі для всіх охочих ознайомитися.

2. Правила прийому на навчання за освітньою програмою враховують її особливості

У 2024 році для конкурсного відбору осіб, що вступали на перший курс ОП «Маркетинг» в УНУС, зараховувалися бали сертифікатів ЗНО 2021 року із трьох конкурсних предметів: Українська мова та література, Математика, та предмет на вибір із переліку. З 2022 року вступ відбувається на основні НМТ. У 2024 році зараховувалися бали НМТ за наступними предметами та відповідними коефіцієнтами: Українська мова - 0,35, Математика - 0,4, Історія України - 0,25, предмет на вибір: іноземна мова або українська література - 0,25; біологія або фізика або хімія - 0,2; географія - 0,35. Однак не прописані вагові коефіцієнти для предметів на основні вступу за сертифікатами ЗНО 2021 року. Також вступником у довільній формі письмово викладається особиста зацікавленість у навчанні саме на даній ОП, у даному ЗВО, що є мотиваційним листом, що визначається Вимогами до структури та змісту мотиваційних листів (https://salo.li/52F1f3a). Вибір предметів, мінімальний бал ЗНО та вагові коефіцієнти на ОП регламентуються Правилами прийому до УНУС (https://salo.li/80E8B27). Допустимий мінімальний бал для вступу на контрактну форму навчання - 100, на місця державного замовлення - 130. Розподіл коефіцієнтів з кожного предмету обговорюється на засіданнях Приймальної комісії УНУС, де залучаються представники деканатів та гаранти ОП. Коефіцієнти кожного предмету ЗНО вмотивовані особливостями ОП та враховують необхідність високого рівня підготовки вступників для успішного навчання за ОП.

3. Заклад вищої освіти у межах освітньої програми здійснює визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності). Таке визнання здійснюється відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать національному законодавству та міжнародним актам, є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються. Процедура та прийняті рішення про визнання належним чином документуються відповідно до законодавства

Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється Положеннями: «Про порядок визнання результатів навчання в інших ЗВО в УНУС» (https://salo.li/6c61B19), «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науковопедагогічних працівників УНУС» (https://salo.li/42074Ca), «Про порядок проходження атестації для визнання здобутих кваліфікацій, результатів навчання та періодів навчання в системі вищої освіти, здобутих на тимчасово окупованій території України після 20 лютого 2014 року» (https://salo.li/5d667f3), «Про комісію Уманського національного університету садівництва з визнання здобутих в іноземних установах документів про освіту, наукові ступені та вчені звання» (https://salo.li/df6C7a2), «Про порядок перезарахування результатів навчання при вступі на перший (бакалаврський)» рівень вищої освіти на основі ОКР «Молодший спеціаліст», ОС «Молодший бакалавр», ОПС «Фаховий молодший бакалавр» в УНУС (https://salo.li/f39aFaC). Результати навчання за ОК, отриманими в іншому ЗВО, можуть бути перезараховані після погодженням із завідувачем кафедри та деканом факультету, у відповідності з поданою здобувачем заявою (за наявності академічною довідки, чи іншого документа, що підтверджує результати навчання студента (https://salo.li/Cbb9bB9).

4. Заклад вищої освіти у межах освітньої програми здійснює визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. Таке визнання здійснюється відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать законодавству, є доступними для всіх учасників освітнього процесу

Визнання результатів неформальної освіти регламентується Положенням «Про порядок визнання в УНУС результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті» (https://salo.li/3A75FCd), що знаходиться у вільному доступі на сайті ЗВО. В результаті опрацювання Відомостей про самооцінювання та безпосереднього спілкування з гарантом ОП, здобувачами вищої освіти, що навчаються на даній ОП, ЕГ дійшла до висновку, що здобувачі проінформовані про можливості та переваги неформальної освіти, викладачі тих чи інших дисциплін періодично нагадують про неформальну освіту та залучають студентів. На ОП «Маркетинг» викладачами практикується перезарахування певних ОК на основі результатів неформального та/або інформального навчання після аналізу компетентностей, набутих студентом під час проходження того чи іншого курсу, навчання, тощо. Реальні приклади наводяться у Відомостях про самооцінювання, до того ж на зустріч 4 зі здобувачами ОП були запрошені здобувачі, які мають досвід здобуття неформальної освіти та перезарахування результатів, які підтвердили дану успішну практику та налагоджений механізм. Також має місце у практиці невідповідність отриманих здобувачами сертифікатів про одержання неформальної освіти освітнім компонентам, тому перезарахування не відбулося. Отже, ЗВО у межах ОП «Маркетинг» здійснює визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. Процес перезарахування результатів відповідає чинному Законодавству та Положенню «Про порядок визнання в УНУС результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіти». Інформація про визнання результатів неформального навчання знаходиться у вільному доступі.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

В УНУС встановлені чіткі, зрозумілі та доступні правила вступу та прийому на навчання, зокрема на ОП «Маркетинг». Вибір предметів для НМТ/ЗНО, мінімальний прохідний бал та вагові коефіцієнти цілком враховують особливості даної ОП. На сайті у відповідному розділі «Вступна кампанія» наведена вичерпна інформація стосовно умов прийому на навчання на дану ОП. Інформаційне забезпечення абітурієнта є чітким, зрозумілим та доступним. Є позитивна практика - так званий Консультаційний центр, що працює online. Основна мета - супровід та допомога майбутнім здобувачам у проходженні тих чи інших етапів вступу. У розділі «Приймальна комісія» є окремий пункт «Вступні кампанії минулих років», де наявна чітка та розгорнута інформація про вступні кампанії від 2013 року і до сьогодні, що дає змогу вступникові ґрунтовно проаналізувати інформацію перед вступом - основні правила прийому, нормативна база, рейтингові списки, терміни вступної кампанії, документи для вступу. На високому рівні реалізується процедура визнання результатів навчання, отриманих студентами як в інших ЗВО, так і у неформальній освіті.

Недоліки

Суттєвих недоліків відносно даного критерію, ЕГ виявлено не було. Однак слід звернути увагу на наступний аспект: Приділено менше уваги вступу за допомогою сертифікату ЗНО 2021 року на основі ПЗСО. У документі, де означені вагові коефіцієнти для предметів, зазначено лише для мультипредметного національного тесту, хоча вступ на основі ЗНО 2021 року все ще можливий.

Рекомендації

Рекомендовано відповідальним особам оновити інформацію стосовно вступу на бакалаврат даної ОП, зокрема і стосовно коефіцієнтів, та надалі пильніше контролювати актуальність та повноту наведеної інформації.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

1. Освітній процес відповідає вимогам законодавства. Методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі мети та програмних результатів навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи

Освітній процес за ОП «Маркетинг» в УНУС відповідає ЗУ «Про освіту» та ЗУ «Про вищу освіту», а також внутрішнім нормативним актам університету, що регламентують навчальний процес, права здобувачів і НПП, забезпечуючи академічну доброчесність та якість підготовки фахівців (https://salo.li/Ce5b5DF). Форми та методи

навчання визначені у Положенні «Про організацію освітнього процесу» (https://salo.li/d516341), яке регламентує навантаження, підсумкову атестацію, трансфер кредитів і визнання результатів освіти, що сприяє прозорості процесу та індивідуальним освітнім траєкторіям. В УНУС використовуються традиційні та інноваційні методи навчання, зокрема офлайн- та онлайн-формати. Теоретична підготовка здійснюється через традиційні (словесні, наочні, практичні) та сучасні методи (кейси, воркшопи, мозкові штурми), що формують фундаментальні знання. Практико-орієнтоване навчання розвиває прикладні навички, а інтерактивні методи (дискусії, рольові ігри, групова робота) сприяють розвитку комунікативних компетентностей. Платформа Moodle (https://moodle.udau.edu.ua/) забезпечує доступ до матеріалів і взаємодію онлайн. Результати опитувань здобувачів та НПП, матеріали самооцінювання та робочі програми підтверджують високий рівень викладання та підготовки. УНУС постійно моніторить відповідність освітнього процесу законодавству та оновлює освітні компоненти відповідно до потреб ринку. Студентоцентрований підхід в УНУС регламентується Положеннями «Про індивідуальний навчальний план» (https://salo.li/8603d24) та «Про вибіркові дисципліни» (https://salo.li/B074022). Реалізація цього підходу передбачає вибір освітніх компонентів, що дає змогу формувати індивідуальні траєкторії відповідно до інтересів і професійних цілей. Доступ до навчальних матеріалів, участь у наукових проєктах і цифрова комунікація сприяють персоналізованому навчанню. Здобувачі мають можливість впливати на освітній процес через участь у вдосконаленні ОП (https://salo.li/4d11431), вносячи пропозиції щодо оновлення ОП, що підтверджується відгуками та анкетуваннями (https://salo.li/a930149). Відкритість до різних наукових підходів та джерел інформації сприяє якісній підготовці здобувачів. Опитування здобувачів підтверджують високий рівень задоволеності методами навчання та викладання (https://salo.li/8320672). Академічна свобода забезпечується можливістю НПП самостійно обирати методи викладання, здобувачами — вибіркових компонентів ОП, баз виробничих практик, напрямів наукових досліджень. Також передбачена участь у програмах академічної мобільності, свобода висловлювання власної позиції під час занять та академічних дискусій, що підсилює відповідність освітнього процесу принципам академічної свободи. Загалом, освітній процес за ОП «Маркетинг» в УНУС відповідає вимогам законодавства та принципам студентоцентрованого навчання. Використання сучасних методів викладання, забезпечення академічної свободи та залучення здобувачів до вдосконалення ОП сприяють якісній підготовці фахівців.

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

Основна інформація, що стосується цілей, змісту, ПРН, порядку та критеріїв оцінювання, представлена в ОП, навчальних планах, робочих програмах обов'язкових ОК (https://salo.li/fcaDa4f) та в каталозі елективних ОК (https://salo.li/4833bE3). Ця інформація надається здобувачам на першому занятті відповідним НПП за кожною окремою ОК, що забезпечує чітке розуміння навчальних цілей, критеріїв оцінювання та форм контролю. Під час зустрічей ЕГ зі здобувачами та НПП з'ясовано, що на початку кожного семестру на першому занятті НПП в усній формі надають їм інформацію щодо цілей, змісту та ПРН, критеріїв оцінювання та форм контролю у межах окремих ОК. Усі навчально-методичні матеріали (робочі програми, конспекти лекцій, методичні рекомендації щодо проведення семінарських, практичних занять, самостійної роботи здобувачів) розміщуються у Системі дистанційного навчання Moodle (https://moodle.udau.edu.ua/), що було підтверджено ЕГ на резервній зустрічі 1. Вивчивши індивідуальні навчальні плани здобувачів та робочий навчальний план (надані на запит ЕГ), ЕГ з'ясувала, що ОК16 містить форми контролю у вигляді іспиту та курсової роботи, проте в ОП не передбачено форм контролю у вигляді курсових робіт. Це може ускладнювати організацію освітнього процесу та створювати труднощі для здобувачів у розумінні вимог до форм оцінювання. Зі слів гаранта ОП (під час зустрічі з авторами відомостей про самооцінювання), це технічна помилка. ЕГ рекомендує привести у відповідність форми контролю за ОК16 в ОП, робочому навчальному плані та індивідуальних навчальних планах здобувачів шляхом коригування відповідних документів, що сприятиме прозорості оцінювання, забезпечить узгодженість документації та уникнення можливих непорозумінь серед здобувачів і НПП. Загалом, усім учасникам освітнього процесу надається необхідна інформація відповідно до вимог, проте виявлені технічні невідповідності потребують коригування.

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

Відповідно до змісту ОП, компетентності ЗК 8 («Здатність проведення досліджень на відповідному рівні»), СК6 («Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності») та СК12 («Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу») формуються в межах ОК2, ОК13, ОК14, ОК21, ОК23, ОК24, ОК29, ОК35, ОК36. Згідно з відомостями самооцінювання, здобувачі презентують результати власних досліджень на засіданнях студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодення» (https://salo.li/cCc0d3f), під час роботи навчально-наукової лабораторії «Маркетингові рішення» (https://salo.li/4a4f98d), а також беруть участь у щорічній Всеукраїнській науково-практичній конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (https://salo.li/64Be440) та інших всеукраїнських науково-практичних конференціях. Крім того, здобувачі активно долучаються до конкурсів студентських наукових робіт (https://salo.li/9A30EF1, https://salo.li/A1e05d5, https://salo.li/76FE88d), що сприяє їхньому професійному становленню та підвищенню наукової активності. На основі зустрічей із учасниками освітнього процесу (здобувачами, НПП, гарантом, випускниками та адміністрацією), а також даних, отриманих за додатковим запитом, ЕГ зазначає, що загалом ОП сприяє розвитку необхідних навичок для поєднання навчання та досліджень, забезпечуючи досягнення її цілей. Водночас на кафедрі маркетингу відсутні затверджені науково-дослідні госпдоговірні теми, у рамках яких здобувачі могли б брати участь у прикладних дослідженнях і набувати

практичного досвіду у співпраці з бізнесом та державними установами. Також виявлено недостатню обізнаність здобувачів щодо діяльності студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодення» та навчально-наукової лабораторії «Маркетингові рішення». З огляду на це ЕГ рекомендує посилити інформування здобувачів про можливості наукової діяльності, забезпечивши доступність інформації про конкурси, конференції та дослідницькі проєкти. Також варто розширити співпрацю з бізнесом, залучаючи здобувачів до виконання госпдоговірних тем, що сприятиме набуттю практичного досвіду. Окрім цього, необхідно створити ефективні механізми для активної участі здобувачів у роботі навчально-наукової лабораторії «Маркетингові рішення» та студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодення», зокрема через мотиваційні заходи та інтеграцію досліджень у навчальний процес.

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

Затвердження, перегляд та оновлення робочих програм в УНУС здійснюється відповідно до «Положення про методичне забезпечення освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (https://salo.li/B7b50F3). НПП систематично вдосконалюють ОК, інтегруючи сучасні наукові досягнення та передові практики. Зміст ОК оновлюється з урахуванням наукових досліджень, професійного розвитку НПП та відгуків зацікавлених сторін. Одним із ключових напрямів оновлення ОК є застосування результатів власних наукових досліджень(https://salo.li/80a6687), аналіз сучасних світових досліджень та впровадження новітніх тенденцій у сфері маркетингу. Важливу роль відіграє активна участь у професійних заходах та громадських організаціях (зокрема, ГО «УАМ»), що дозволяє НПП не лише підвищувати кваліфікацію, а й адаптувати навчальні матеріали до вимог часу (https://salo.li/322D9b1). Співпраця з роботодавцями сприяє врахуванню актуальних потреб ринку праці, що позитивно впливає на якість підготовки майбутніх фахівців (https://salo.li/3087A4C). Оновлення змісту ОК відбувається за результатами стажувань та підвищення кваліфікації. Наприклад, після онлайн-стажування в Балтійському науково-дослідному інституті проблем трансформації економічного простору, Пенькова О.Г. вдосконалила методику викладання та практичні завдання з дисципліни «Маркетинг». Харенко А.О., пройшовши курс «Комунікативні маркетингові стратегії в умовах обмеженого бюджету», оновив зміст окремих тем із «Маркетингових комунікацій». Крім того, НПП кафедри маркетингу у 2023 році долучилися до онлайн-стажування з цифрових інновацій в освіті, що сприяло активному використанню інтерактивних методів у навчальному процесі. Документально підтверджено, що дослідження НПП регулярно проходять апробацію на конференціях різних рівнів, а їхні результати публікуються у провідних фахових виданнях України та за кордоном, у тому числі в наукометричних базах Scopus та Web of Science (https://salo.li/EA2CFeF). Отримані знання та компетенції безпосередньо впроваджуються ОК, що сприяє підвищенню їхньої ефективності та відповідності сучасним викликам. Під час інтерв'ювання НПП було підтверджено, що в УНУС діє усталена практика оновлення ОП. Внесення змін до робочих програм здійснюється систематично, з урахуванням змін у законодавстві, новітніх наукових здобутків та актуальних вимог до підготовки сучасного науковця та викладача. Загалом, оновлення змісту ОК в УНУС є системним, враховує сучасні наукові дослідження, професійний розвиток НПП та запити ринку праці, що забезпечує високу якість освітнього процесу.

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

Інтернаціоналізація освітнього процесу в УНУС здійснюється відповідно до нормативних документів, зокрема Положень «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників УНУС» (https://salo.li/0ea9a29) та «Про організацію проведення практики та стажування студентів УНУС за кордоном» (https://salo.li/c7eC388). Університет має укладені договори про співпрацю із закордонними ЗВО (https://salo.li/4A0F29F), що сприяє реалізації академічної мобільності та спільних наукових досліджень. ЗВО є учасником програми Erasmus+ KA1, у межах якої діють угоди про академічну мобільність із п'ятьма закордонними університетами (https://salo.li/479FCb8). Інформація про можливості міжнародного стажування та навчання розміщена на сайті Центру міжнародної освіти та співпраці (https://salo.li/122aA15). З метою розвитку міжнародного співробітництва в освітній процес залучаються іноземні науковці, що сприяє розширенню міжнародного академічного середовища (https://salo.li/4ab88B7). НПП кафедри активно беруть участь у міжнародних наукових конференціях, публікують результати досліджень у виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах даних, а також проходять закордонні стажування. Зокрема, у 2023 році доц. Макушок О.В. стажувалась в Польщі (Міжнародна фундація науковців та освітян, ТОВ «НДІ Люблінського НТП»), проф. Пенькова О.Г. – у Латвії (Балтійський НДІ проблем трансформації економічного простору), доц. Семенда О.В. – у Латвії (Університет прикладних наук, 2022 р.). Бібліотека університету забезпечує доступ учасників освітнього процесу до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та Web of Science, що сприяє розвитку наукових досліджень та підвищенню рівня публікаційної активності. Разом з тим, під час зустрічі ЕГ із здобувачами вищої освіти було встановлено, що здобувачі даної ОП ще не мали досвіду участі у програмах міжнародної академічної мобільності. Основними причинами цього можуть бути недостатнє володіння інформацією про наявні можливості, низький рівень мотивації здобувачів або труднощі організаційного характеру. У зв'язку з цим необхідно розширити інформаційно-просвітницьку діяльність щодо міжнародних програм, проводити додаткові консультації та семінари, а також стимулювати здобувачів до участі у таких програмах шляхом відповідної підтримки з боку ЗВО. Важливим також є створення умов для більшої інтеграції міжнародного компоненту у навчальний процес та активне залучення здобувачів до проєктів міжнародної співпраці. Загалом, ЗВО активно впроваджує міжнародну співпрацю, проте необхідно посилити залучення здобувачів до програм академічної мобільності через удосконалення інформаційної підтримки, розширення консультаційної діяльності та підвищення мотивації здобувачів.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Освітній процес за ОП «Маркетинг» в УНУС організовано відповідно до законодавчих вимог і внутрішніх нормативів, забезпечуючи якісну підготовку фахівців. Використовуються сучасні методи навчання, зокрема кейс-методи, воркшопи, рольові ігри, групові проєкти та платформа Moodle. ОП реалізує студентоцентрований підхід, надаючи можливість обирати дисципліни, брати участь у наукових дослідженнях і отримувати зворотний зв'язок через опитування. Академічна свобода сприяє гнучкому вибору методів навчання та наукових напрямів. Університет розвиває інтернаціоналізацію ОП через співпрацю із закордонними ЗВО, програми академічної мобільності та доступ до міжнародних наукометричних баз.

Недоліки

Критичних недоліків за даним критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ виявила такі слабкі сторони: 1. Розбіжності щодо форм контролю (курсової роботи) за ОК16 в індивідуальних навчальних планах здобувачів, робочим навчальним планом та ОП, що створює труднощі в організації освітнього процесу та розумінні вимог оцінювання. 2. Відсутні затверджені госпдоговірні науково-дослідні теми, що обмежує можливості здобувачів у набутті практичного досвіду через співпрацю з бізнесом та державними установами. 3. Недостатня обізнаність здобувачів про діяльність студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодення» та навчально-наукової лабораторії «Маркетингові рішення». 4. Відсутність досвіду участі здобувачів у програмах міжнародної академічної мобільності.

Рекомендації

1. Гаранту ОП привести у відповідність форми контролю за ОК16 відповідно до ОП в робочому навчальному плані та індивідуальних навчальних планах здобувачів для забезпечення прозорості оцінювання та узгодженості документації. 2. НПП кафедри маркетингу розширити співпрацю з бізнесом та державними установами, створивши можливості для здобувачів долучатися до виконання госпдоговірних досліджень. 3. Гаранту ОП та НПП кафедри маркетингу посилити інформування здобувачів про наукову діяльність, забезпечивши доступність інформації про конкурси, конференції та дослідницькі проєкти, а також активніше залучати здобувачів до роботи наукового гуртка «Маркетолог і сьогодення» та навчально-наукової лабораторії «Маркетингові рішення» через мотиваційні заходи та інтеграцію досліджень у навчальний процес. 4. Центру міжнародної освіти та співпраці УНУС удосконалити інформаційно-просвітницьку діяльність щодо міжнародних програм, проводити додаткові консультації та семінари, а також стимулювати здобувачів до участі в академічній мобільності шляхом відповідної підтримки з боку ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів у ЗВО врегульовано положеннями «Про організацію освітнього процесу в УНУС» (https://salo.li/E7a7646) та «Про порядок проведення моніторингу і контролю якості освіти в УНУС» (https://salo.li/D4fab5F). Контрольні заходи у ЗВО включають поточний та підсумковий контроль і підсумкову атестацію. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних, семінарських занять, виконання завдань самостійної роботи, контрольних робіт з окремих ОК. Форми підсумкового контролю визначаються ОП та НП і включають заліки або екзамени. З ОК, для яких передбачено залік, контроль рівня засвоєння знань і вмінь здобувача здійснюється за результатами поточного контролю. Екзамен проводиться за екзаменаційними білетами, зміст яких НПП визначають самостійно та зазначають у РП ОК. Підсумкова атестація на ОП «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену. Інформування про критерії оцінювання НПП здійснюють на першому занятті з ОК, розподіл балів за видами навчальної активності прописано у РП ОК, що підтверджено на зустрічах 2 та 4. У середовищі Moodle окремим вкладенням розміщено інформацію про розподіл балів за кожною ОК, що підтверджено на резервній зустрічі 1 Лементовською В. та Семендою О. при демонстрації

наповнення курсів в системі Moodle на прикладі ОК 4, 15, 16, 22, 25, 26, 29, 31, 32. Деталізація процесу організації та порядку проведення поточного та підсумкового контролів визначена у п 3.3 положення «Про академічну успішність в УНУС» (https://salo.li/D2AE493). Проведення форм контролю за допомогою дистанційних технологій врегульовано положенням «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в УНУС» (https://salo.li/4caEED0). Шкала оцінювання знань, прийнята у ЗВО є збалансованою та сприяє об'єктивній оцінці рівня знань. В систему оцінювання інтегровано мотиваційні механізми до залучення здобувачів до науково-дослідної роботи шляхом виокремлення в її структурі 5 балів за наукову роботу – виступи на засіданні наукового гуртка, доповідей на конференціях, публікації в збірниках матеріалів конференцій, призові місця на конкурсах наукових робіт. На зустрічі 4 підтверджено сформованість у здобувачів чіткого уявлення про критерії оцінювання та розподіл балів за видами навчальної активності під час вивчення різних ОК. Доступність інформації про критерії оцінювання підтверджено результатами опитування здобувачів ЗВО (https://salo.li/9cb90e3), згідно з яким лише 0,5% здобувачів зазначили, що така інформація їм не надається. Однак результати цього опитування узагальнені за усіма ОП ЗВО і не дають повної картини ситуації на ОП «Маркетинг». Форми контрольних заходів та критерії оцінювання є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем РН для окремих ОК і для ОП в цілому, вчасно оприлюднюються, що підтверджено документально (положеннями, РП, результатами опитувань) та зустрічами 2, 3 та 4.

2. Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності). Результати навчання підтверджуються результатами єдиного державного кваліфікаційного іспиту за спеціальностями, за якими він запроваджений

Атестація здобувачів ОП «Маркетинг» здійснюється згідно вимог Стандарту за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня ВО (https://salo.li/1C5a2b9), яким передбачено, що атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (-ів). Атестація на ОП «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену зі спеціальності, її процедура регламентується положеннями «Про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії в УНУС» (https://salo.li/cBE4690), «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в УНУС» (https://salo.li/4caEED0), згідно з якими присвоєння кваліфікації здійснює ЕК. ЕК створюється щорічно у складі голови та членів з кожного рівня вищої освіти. Голова ЕК призначається з-поміж провідних НПП ЗВО. Кількість членів ЕК становить не більше 4-х осіб. На сайті кафедри маркетингу розміщено Методичні вказівки з підготовки та проведення підсумкової атестації здобувачів першого рівня ВО ОП «Маркетинг» (https://salo.li/b94049f), де визначено мету, зміст, порядок складання атестації, структуру завдань та порядок оцінювання їх виконання, перелік тестових завдань для підготовки до атестаційного екзамену. Метою атестації визначено встановлення рівня підготовки випускника до виконання професійних задач та відповідності його підготовки вимогам ОП в частині досягнення ПРН 1-11, 19. Питання досягнення ПРН 12-18 у програмі атестації за ОП «Маркетинг» не прописано. Однак аналіз ЕГ дає підстави стверджувати, що програма атестації враховує і досягнення ПРН 12-18, які, технічно втрачені в Методичних вказівках. Програма атестаційного екзамену за ОП містить в собі завдання із ОК «Маркетинг», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова товарна політика», «Управління каналами розподілу», «Маркетингові комунікації» та «Маркетинг в аграрній сфері», що дозволяє повною мірою охопити спектр функціональних завдань сучасного маркетингу та аспекти фокусу ОП, спрямованого на аграрну сферу. Складання атестаційного екзамену відбувається шляхом виконання тестових завдань. Кожен варіант завдань містить 80 теоретичних питань (з усіх ОК, включених до програми) та 5 практичних завдань (підтверджено п.9 запиту ЕГ). Кожне правильно виконане теоретичне завдання оцінюється в 1 б., практичне завдання – 4 б. Допуск до атестаційного екзамену здійснюється наказом ректора на підставі виконання здобувачем всіх складових частин НП. За умови успішного складання атестаційного екзамену здобувачеві присвоюється кваліфікація «бакалавр маркетингу» і видається диплом. ЕГ виявила, що в ЗВО чинними положеннями не врегульовано порядок прийняття рішення ЕК при отриманні незадовільної оцінки здобувачем або його відсутності на засіданні ЕК для складання екзамену. Загалом, форма атестації здобувачів відповідає вимогам Стандарту вищої освіти, що підтверджено відповідними документами (положеннями, п.9 запиту, програмою підсумкової атестації).

3. Визначено чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів (у тому числі щодо наукової складової освітньо-наукової програми, за якою здійснюється підготовка здобувачів ступеня доктора філософії), що є доступними для всіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів (зокрема охоплюють процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів), визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми

Правила проведення контрольних заходів, порядок оскарження результатів і їх повторного проходження у ЗВО врегульовано положеннями «Про академічну успішність в УНУС» (https://salo.li/D2AE493), «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в УНУС» (https://salo.li/4caEED0), «Про забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти в УНУС» (https://salo.li/eB278Ba), «Про апеляцію здобувачів вищої освіти щодо оцінки, отриманої під час підсумкового семестрового контролю в УНУС» (https://salo.li/e64D827). У ЗВО визначено процедуру ліквідації академічної заборгованості. Повторне складання модульних контрольних робіт та індивідуальних завдань на вищу кількість балів дозволяється, як виняток, з поважних причин за погодженням НПП, з дозволу декана до початку сесії. До підсумкового контролю допуск отримують здобувачі, які за підсумками поточного контролю отримали не менше 35 б. Якщо здобувач отримав за рейтинговим показником оцінку FX, він допускається до повторного

складання підсумкового контролю, яке дозволяється не більше 2-х разів з кожної ОК: один раз - НПП, другий - комісії. Якщо здобувач отримав більше двох незадовільних оцінок, він підлягає відрахуванню із ЗВО. Шкалою оцінювання ЗВО передбачена оцінка F (0-34 б.), «незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни». Здобувач, який отримав оцінку F повинен пройти повторний курс вивчення ОК впродовж наступного семестру. Однак чітких механізмів повторного вивчення ОК у ЗВО не запроваджено, що на зустрічі 1 було обґрунтовано відсутністю прецедентів. На зустрічах 1, 4, 5 підтверджено, що у здобувача є право на оскарження у випадку незгоди з оцінкою, шляхом подання заяви про апеляцію на ім'я декана впродовж 2-х днів після проходження контролю. Впродовж 2-х днів заява розглядається апеляційною комісією. У випадку письмового контрольного заходу, апеляційна комісія здійснює повторне оцінювання екзаменаційної роботи, у випадку усного – здобувач має можливість повторно скласти контрольний захід перед апеляційною комісією. Апеляційна комісія приймає рішення більшістю голосів. Її рішення остаточне, оскарженню не підлягає. На зустрічі 4 здобувачі підтвердили розуміння ними існуючого механізму апеляції у випадку незгоди із результатами, однак зазначили, що практик його використання на ОП не було. В ЗВО приділено увагу врегулюванню конфліктів інтересів, зокрема здійснюється запобігання виникненню ситуацій, в яких НПП можуть здійснювати викладання та проведення контрольних заходів в групах, де навчаються їх близькі родичі (підтверджено Ю.А. Цимбалюком та М.І. Мальованим на зустрічі 1). Загалом, у ЗВО визначено та дотримуються правила проведення контрольних заходів, що є доступними для усіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, що підтверджено документами (положення, РП) та зустрічами 1, 4, 5.

4. У закладі вищої освіти визначено чіткі та зрозумілі політику і процедури дотримання академічної доброчесності, яких послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. Заклад вищої освіти популяризує академічну доброчесність (насамперед через її імплементацію у культуру якості закладу вищої освіти) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності

Політика і процедури дотримання академічної доброчесності у ЗВО врегульовано такими нормативними документами: «Кодекс академічної доброчесності УНУС» (https://salo.li/3263F56), «Положення про уповноважену особу з питань запобігання та виявлення корупції в УНУС» (https://salo.li/419E2E2), «Антикорупційна програма УНУС» (https://salo.li/f3D379f), «Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату серед здобувачів вищої освіти в УНУС» (https://salo.li/473E016), «Порядок встановлення фактів порушення академічної доброчесності в УНУС» (https://salo.li/5ece1C1). У РП визначено ключові засади політики академічної доброчесності в межах ОК. Для концептуалізації її втілення у 2021 р. в ОП Маркетинг було включено ОК «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність». Відділом моніторингу якості освіти за допомогою засобів сервісу StrikePlagiarism.com проводиться перевірка наукових текстів і академічних робіт на виявлення текстових збігів, ідентичності, схожості (підтверджено Н. Пітель на зустрічі 7 та відповіддю на п.12 запиту ЕГ). На зустрічі 1 з'ясовано, що обов'язковій перевірці на плагіат підлягають дисертаційні та кваліфікаційні роботи, статті у виданнях ЗВО, підручники, навчальні посібники, монографії, решта видів робіт перевіряються за запитом у відділі моніторингу якості освіти. ЕГ на зустрічі 4 виявила сформоване уявлення у здобувачів розуміння дотримання академічної доброчесності в освітньому процесі. Підтверджено усвідомлення здобувачами наслідків порушення академічної доброчесності. На зустрічі 9 випускниками ОП також підтверджено, що питанням академічної доброчесності на ОП приділяється істотна увага. На сторінці відділу моніторингу якості освіти розміщено методичні матеріали щодо профілактики порушень академічної доброчесності та формування її культури в учасників освітнього процесу (https://salo.li/f4CDDc8). Також в ЗВО розробляється план заходів із популяризації академічної доброчесності на кожен рік (https://salo.li/Fc938a2). ЗВО долучається до популяризації академічної доброчесності шляхом організації та проведення заходів та залучення до них учасників освітнього процесу. До прикладу, 25.09.2024 було проведено вебінар «Академічна доброчесність як основа внутрішньої системи забезпечення якості освіти в УНУС» (спікер – Н. Пітель) (https://salo.li/78fC62b); 12.03.2024 проведено онлайн-вебінар уповноваженої особи з питань запобігання та виявлення корупції в УНУС Л. Машковської «Антикорупція та доброчесність» (https://salo.li/E975F84). Відділ моніторингу якості освіти регулярно на своїй сторінці публікує оголошення про можливості долучення до заходів інших ЗВО, присвячених популяризації академічної доброчесності. У ЗВО визначено чіткі та зрозумілі політика і процедури дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу на ОП. ЗВО використовує технічні засоби протидії плагіату та популяризує академічну доброчесність, що підтверджено документально (положення, РП) та зустрічами 1, 4, 7 та 9.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Загалом ЕГ на підставі проведеного аналізу визначає відповідність ОП «Маркетинг» за критерієм 5. Визначені недоліки не є системними та суттєвими. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем РН для окремих ОК і для ОП в цілому, вчасно оприлюднюються і доводяться до відома здобувачів. ЕГ визначило задоволеність здобувачів процесами інформування та роз'яснення щодо форм та критеріїв оцінювання через зручні для них канали комунікації. Форма атестації здобувачів відповідає вимогам Стандарту за спеціальністю «Маркетинг». Загалом, у ЗВО визначено та дотримуються правил проведення контрольних заходів, що є доступними для учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження. НПП, куратори,

студентське самоврядування долучаються до процесів інформування про можливості оскарження та апеляції результатів контрольних заходів. У ЗВО визначено чіткі та зрозумілі політика і процедури дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу на ОП. ЗВО використовує технічні засоби протидії плагіату та популяризує академічну доброчесність. Відділом моніторингу якості освіти регулярно проводяться заходи із популяризації академічної доброчесності, висвітлюється актуальна інформація щодо профілактики її порушень та можливостей участі в заходах, присвячених питанням академічної доброчесності.

Недоліки

Системних недоліків за критерієм 5 не виявлено. ЕГ визначила низку слабких сторін за критерієм: 1. Відсутність практичних механізмів процедури повторного проходження навчальних дисциплін для здобувачів, які отримали оцінку «F». Процедура повторного проходження визначена шкалою оцінювання, однак практичні механізми її реалізації не розроблені та не реалізуються. Учасники освітнього процесу достатньо непоінформовані про такий механізм, обґрунтовуючи відсутністю підстав для його застосування. 2. Визначення, у Методичних вказівках з підготовки та проведення підсумкової атестації здобувачів першого рівня ВО ОП «Маркетинг», за мету встановлення рівня підготовки випускника до виконання професійних задач та відповідності його підготовки вимогам ОП в частині досягнення ПРН 1-11, 19. Технічне упущення встановлення відповідності підготовки здобувача за ПРН 12-18 в межах підсумкової атестації перешкоджає цілісному розумінню здобувачами сутності підсумкової атестації, надає їй у свідомості здобувача фрагментарної ролі в ОП. 3. Відсутність можливості у здобувача, який отримав оцінку «F» (31-34 бали) спроби на складання екзамену за наявності математичних шансів на отримання позитивного результату (понад 59 балів) за підсумками складання екзамену на максимальних 30 балів.

Рекомендації

1. Навчальному відділу напрацювати механізми чіткого визначення та врегулювання процедури повторного вивчення навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти, які за результатами підсумкового контролю отримали оцінку «F», забезпечити інформування учасників освітнього процесу про реальність використання механізму процедури. Дана рекомендація може бути реалізована впродовж 2-3 місяців, але не менше, ніж за місяць до початку екзаменаційної сесії. 2. Авторам Методичних вказівок з підготовки та проведення підсумкової атестації здобувачів першого рівня ВО ОП «Маркетинг» впродовж 1-го місяця усунути технічне упущення щодо відсутності ПРН 12-18 у встановленні відповідності рівня підготовки випускника. 3. Навчальному відділу розглянути можливість зниження верхньої порогової межі для оцінки «F» до 29 балів з метою застосування механізму повторного проходження ОК для тих, хто не має математичних шансів для отримання позитивної оцінки. Дана рекомендація може бути реалізована впродовж 2-3 місяців, але не менше, ніж за місяць до початку екзаменаційної сесії.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Критерій 6. Людські ресурси:

1. Викладачі, залучені до реалізації освітньої програми, з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити освітні компоненти, які вони реалізують у межах освітньої програми, з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством

У ЗВО нормативно врегульовано формування кадрового потенціалу (https://salo.li/24AECcB) «Колективним договором між трудовим колективом та адміністрацією УНУС на 2023–2025 роки» (https://salo.li/a1C90a6); положеннями «Про порядок проведення конкурсного відбору, обрання та прийняття на роботу НПП УНУС» (https://salo.li/D1B3a81), «Про рейтингову систему оцінювання діяльності НПП УНУС» (https://salo.li/3273d2B), «Про підвищення кваліфікації НПП УНУС» (https://salo.li/1643c2F). Згідно даних таблиці 2 ВСО, зустрічей з гарантом ОП, НПП, на підставі аналізу інформації, розміщеної у відкритому доступі на сторінці кафедри маркетингу та отриманої у відповідь на запит, ЕГ оцінила відповідність кваліфікації НПП цілям та ПРН ОП. Гарант ОП та НПП, які забезпечують її реалізацію, мають наукові ступені та вчені звання. Група забезпечення ОП включає 22 особи, з яких 19 кандидатів наук, доцентів та 3 доктори наук, професори. Усі НПП мають стаж науково-педагогічної роботи понад 5 р., середній стаж становить понад 10 р., окремі НПП мають понад 20 р. професійного досвіду. НПП мають розроблене методичне забезпечення ОК, проходять підвищення кваліфікації та стажування, що сприяє професійному розвитку. Зокрема, Макушок О. пройшла міжнародне стажування в МФНО та ТОВ «НДІ Люблінського НТП» (Польща); Пенькова О. – у Балтійському НДІ проблем трансформації економічного простору (Латвія); Семенда О. – в Університеті прикладних наук (Латвія). НПП активно займаються науковими дослідженнями: більшість НПП мають наукові публікації у виданнях, що індексуються в базах Scopus та WoS. Вини публікують підручники та навчальні посібники (Доморослий В., Бечко Я., Побережець І., Концеба С., Ратушна Р., Семенда О., Семенда Д.), беруть участь в атестації наукових кадрів (Мудрак Р., Пенькова О.), є авторами свідоцтв про

реєстрацію авторського права на твір (Семенда О., Семенда Д., Корман І.). Також НПП входять до складу експертної ради НАЗЯВО (Концеба С., Мудрак Р., Транченко О.), залучені до міжнародних наукових та освітніх проєктів (Осіпова А., Мудрак Р., Концеба С., Коротєєв М.), здійснюють наукове консультування підприємств та установ (Доморослий В.). Разом із цим ЕГ, виявлено невідповідність викладача ОК4 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність» вимогам до забезпечення відповідного ПРН. НПП Семенда О.В. не має відповідних публікацій та за своєю фаховою освітою і науковим ступенем не може викладати модуль, пов'язаний з академічною доброчесністю. Даний напрям вимагає залучення фахівців правничого спрямування. Інтерв'ювання здобувачів та випускників ОП свідчать про високий рівень фаховості викладачів і їх задоволеність якістю викладання. Аналіз кадрового складу, що забезпечує підготовку в межах ОП, ЕГ підтверджує, що загалом НПП мають відповідну академічну та професійну кваліфікацію для реалізації ОК. Аналіз наукових досліджень НПП, представлених у наукометричних базах, підтверджує їх відповідність освітнім компонентам, які вони реалізують у межах ОП.

2. Процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються

Призначення осіб на вакантні посади НПП в УНУС здійснюється на конкурсній основі відповідно до вимог чинного законодавства України. Процедура відбору регулюється наказом Міністерства освіти і науки України від 26.11.2015 р. № 1230 «Про затвердження Рекомендацій щодо проведення конкурсного відбору на заміщення вакантних посад НПП та укладання трудових договорів (контрактів)», Статутом УНУС (https://salo.li/4d0b8A9) та «Положенням про порядок проведення конкурсного відбору, обрання та прийняття на роботу НПП УНУС» (https://salo.li/D1B3a81). До участі в конкурсі допускаються особи, які мають відповідну кваліфікацію, відповідають вимогам щодо наукової та професійної діяльності, рівня публікацій, а також пройшли стажування та підвищення кваліфікації. Процедура конкурсного добору передбачає відбір професійних кадрів, що забезпечується наявністю наукового ступеня та/або вченого звання, науково-педагогічного стажу, досвіду практичної роботи за фахом, наявністю публікацій у виданнях, які включені до наукометричних баз та у фахових виданнях, стажуванням тощо. Кандидатури претендентів за їхньої присутності попередньо обговорюються на засіданні кафедри, де колектив аналізує наявність публікацій за дисциплінами, що викладаються, науково-методичні розробки для забезпечення певного освітнього компонента, результати проведення відкритих занять, а відповідні рішення кафедра направляє на розгляд Вченої ради університету/факультету. Для забезпечення прозорості конкурсного відбору в УНУС запроваджено «Положення про рейтингову систему оцінювання діяльності НПП УНУС» (https://salo.li/3273d2B). Результати рейтингової оцінки враховуються при ухваленні рішень щодо заміщення вакантних посад. Згідно з інформацією начальника відділу кадрів Косенка С. В., прийом на роботу в ЗВО здійснюється на основі чітких критеріїв, що включають кваліфікаційні вимоги, наукові досягнення кандидатів, відповідність їхнього досвіду профілю кафедри та ліцензійним вимогам ОП. Одним із ключових критеріїв є кількість публікацій у виданнях, індексованих у Scopus та Web of Science. Відповідно до цього показника з претендентом укладається трудовий договір терміном від одного до п'яти років. За підсумками зустрічей із НПП, представниками структурних підрозділів та керівництвом УНУС ЕГ підтверджено прозорість конкурсної процедури, відсутність дискримінації та дотримання високих стандартів відбору. Керівництво УНУС забезпечує чітке визначення критеріїв, що гарантують відповідність кандидатів профілю кафедри та вимогам ОП, що, своєю чергою, гарантує відповідність процедури прийому на роботу вимогам законодавства України.

3. Заклад вищої освіти залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу

За результатами зустрічей з фокус-групами, аналізу наявних документів та інформації з відкритих джерел, ЕГ встановила, що реалізація освітнього процесу в межах ОП відбувається із залученням фахівців та експертів у сфері маркетингу. ЗВО активно впроваджує низку ініціатив щодо співпраці з роботодавцями, професіоналами-практиками та експертами галузі. Ця співпраця реалізується через такі заходи: проведення спільних конференцій та семінарів, що сприяє інтеграції практичного досвіду роботодавців у навчальний процес та актуалізації знань здобувачів освіти (https://salo.li/509827d); укладання угод із підприємствами та установами, що формалізує співпрацю та відкриває можливості для стажувань, практик і наукових досліджень (https://salo.li/a2fB665), (https://salo.li/78DC264); діяльність центру професійно-кар'єрної орієнтації та доуніверситетської підготовки, який залучає експертів та практиків для проведення тренінгів і семінарів, а також організовує ярмарки вакансій, що дозволяє здобувачам освіти напряму спілкуватися з потенційними роботодавцями та отримувати кар'єрні консультації (https://salo.li/1c71eb0); залучення представників роботодавців до процесу оцінки та вдосконалення ОП, що дає змогу враховувати їхні рекомендації у навчальному процесі (https://salo.li/4c13A2A); проведення аудиторних занять за участю практиків (зокрема, маркетолога ТОВ «Ваша бухгалтерія» Б. Чупуруна (https://salo.li/F2700D9), регіонального представника фірми Байєр В. Посторонка (https://salo.li/ba0C038), регіонального торгового представника компанії Nufarm О. Терещука (https://salo.li/96D7129), логіста ТОВ «Спектр-Агро» В. Третяка (https://salo.li/d3102e3)); проведення відкритих лекцій, майстер-класів (https://salo.li/e743e43) та семінарів (https://salo.li/57bDC92) за участю фахівців галузі, що надає здобувачам можливість отримати практичні знання; запрошення іноземних фахівців, зокрема декана факультету соціальних наук Мазовецької академії в Плоцьку Павела Качмарчика (https://salo.li/656C6c4), що сприяє обміну міжнародним досвідом та знаннями. Під час зустрічей ЕГ із роботодавцями та випускниками було встановлено, що загалом стейкхолдери задоволені якістю підготовки фахівців та підтримують постійний зв'язок із випусковою кафедрою ОП. Також під час зустрічі ЕГ із здобувачами освіти було з'ясовано, що для них не проводилися виробничі екскурсії, що дещо обмежує їхні

можливості щодо ознайомлення з практичними аспектами професійної діяльності. Таким чином, ЕГ констатує, що ЗВО забезпечує тісну співпрацю з роботодавцями та фахівцями галузі, що значно сприяє підвищенню якості освітнього процесу та професійної підготовки здобувачів освіти, водночас, варто посилити їхню залученість до формування змісту ОК, проведення виробничих екскурсій для здобувачів освіти, оскільки їхня кількість є недостатньою, а окремі здобувачі повідомили про їхню повну відсутність.

4. Заклад вищої освіти сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями, заохочує розвиток викладацької майстерності

З метою регулювання процесу підвищення кваліфікації НПП у ЗВО розроблено «Положення про підвищення кваліфікації НПП УНУС» (https://salo.li/78695DC), яке визначає процедури та механізми реалізації цього процесу. У межах забезпечення належних умов для професійного розвитку ЗВО надає доступ до бібліотечних фондів, що постійно оновлюються, комп'ютерної техніки та інших матеріальних ресурсів. НПП, залучені до викладання на ОП, демонструють високу активність у науковій діяльності та беруть участь у семінарах, тренінгах і курсах підвищення кваліфікації. Це підтверджується даними таблиці 2 ВСО та інформацією, наданою на запит ЕГ. У ЗВО створено Центр міжнародної освіти та співпраці, який інформує НПП про можливості міжнародного стажування (https://salo.li/651BE74). Також у ЗВО проводяться семінари для НПП (https://salo.li/4c55711), що сприяють розвитку викладацької майстерності. Для стимулювання професійного розвитку викладачів у ЗВО розроблено відповідні нормативні документи, зокрема: «Колективний договір між трудовим колективом та адміністрацією УНУС на 2023–2025 роки» (https://salo.li/a1C90a6); «Положення про надання щорічної грошової винагороди педагогічним працівникам УНУС за сумлінну працю, зразкове виконання посадових обов'язків» (https://salo.li/b787B2A); «Положення про внутрішню модель диференційованої оплати праці в УНУС» (https://salo.li/18Db62D). У ЗВО діє система рейтингування НПП, що щорічно здійснюється Відділом моніторингу якості освіти. Механізм рейтингування описаний у «Положенні про рейтингову систему оцінювання діяльності НПП УНУС» (https://salo.li/3241289), а результати публікуються на сайті (https://salo.li/8FfDf27). Щорічно розробляється План заходів для сприяння розвитку викладацької майстерності (https://salo.li/D680318). За особливі заслуги НПП подаються до вищих органів для заохочення. У ЗВО налагоджена система нематеріального стимулювання (грамоти, подяки тощо) за досягнення у професійній та науковій сфері (https://salo.li/boC8C0d). НПП підтвердили, що до початку війни у ЗВО здійснювалися відповідні виплати та інші види матеріального стимулювання. Таким чином, ЕГ констатує, що ЗВО забезпечує різноманітні можливості для професійного розвитку НПП, що сприяє їхньому зростанню та вдосконаленню викладацької майстерності.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Кваліфікація НПП відповідає цілям та ПРН ОП. Усі НПП мають наукові ступені та вчені звання, регулярно підвищують кваліфікацію, а також мають достатню кількість наукових публікацій у фахових виданнях, зокрема тих, що індексуються в Scopus і Web of Science. УНУС створює умови для професійного зростання викладачів через внутрішні та зовнішні програми розвитку, надає доступ до міжнародних наукових ресурсів і навчальних платформ. Конкурсний відбір на посади є прозорим і регламентованим. Активна співпраця з роботодавцями сприяє набуттю здобувачами практичного досвіду.

Недоліки

Суттєвих недоліків за даним критерієм не виявлено. ЕГ під час експертизи виявила такі слабкі сторони: 1. Неповна відповідність кваліфікації НПП вимогам до викладання ОК4 в частині модуля «академічна доброчесність», що вимагає залучення фахівців правничого спрямування. 2. Обмежена кількість виробничих екскурсій. 3. Недостатнє залучення роботодавців до формування змісту ОК.

Рекомендації

1. Для повного забезпечення відповідності кваліфікаційних вимог НПП змісту ОК гаранту та групі забезпечення ОП рекомендується до наступного навчального року переглянути структуру ОК4 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність», розділивши його або об'єднавши модуль академічної доброчесності з ОК12 «Правознавство». 2. Гаранту та групі забезпечення ОП в наступному навчальному році розглянути можливості організації та проведення виробничих екскурсій для здобувачів освіти, що сприятиме їхній кращій адаптації до професійної діяльності. 3. При розробці наступного проєкту ОП гаранту та проєктній групі розширити залученість роботодавців до розробки ОП, запровадивши механізми їхнього впливу на зміст ОК.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

1. Навчально-методичне забезпечення освітньої програми, фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення, обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) забезпечують досягнення визначених освітньою програмою мети освітньої програми та програмних результатів навчання

Огляд матеріально-технічної бази УНУС відбувався онлайн за допомогою дистанційних технологій. Під час огляду матеріально-технічного забезпечення, ЕГ побачила, що за кафедрою маркетингу УНУС закріплені 3 аудиторії: 1 лекційна та 2 аудиторії для практичних занять, а також навчально-наукова лабораторія «Маркетингові рішення». Лекційна аудиторія оснащена мультимедійними технологіями у вигляді проектора та ноутбука, що, за підтвердженням викладачів та здобувачів, активно застосовуються під час реалізації освітнього процесу. Стосовно соціальної інфраструктури: наявна актова зала для проведення різних культурних заходів, спортивний комплекс, 2 харчових блоки, медичний пункт. ЕГ було відзначено недотримання певних стандартів у харчовому блоці, адже під час зустрічі було чітко видно недостатньо прийнятний стан стін. У викладацьких наявні аптечки, в яких систематично оновлюються лікарські засоби відповідно до строків придатності. Коридори та аудиторії оснащені системою протипожежної безпеки (датчики диму, вогнегасники). Задля реалізації якісного навчання на ОП «Маркетинг» застосовуються комп'ютерні класи, де студенти мають змогу застосовувати отримані знання на практиці. Наявна бібліотека (https://salo.li/334BDac), у якій регулярно поповнюються запаси підручників та посібників з маркетингу, що є необхідними для студентів для найбільш повного освоєння матеріалів дисциплін. Також має місце електронний репозитарій (https://salo.li/7063E06), що дає безперешкодний доступ до наукових та навчальних матеріалів з глобальної мережі Internet в режимі реального часу. Під час проведення огляду матеріально-технічного забезпечення за допомогою технологій дистанційного зв'язку, був відзначений нестабільний інтернет-зв'язок у стінах університету, що значно ускладнювало якісний огляд. Гарантом було озвучено, що наразі планується придбання спеціалізованого ліцензійного програмного забезпечення (ПЗ), однак дану покупку здійснити не так легко у зв'язку з дороговизною даного ПЗ. Також матеріально-технічна база ЗВО включає гуртожитки, в яких, в результаті огляду ЕГ та спілкування зі студентами, що проживають в гуртожитках, спостерігається задовільний рівень для життя та наявною всією необхідною інфраструктурою для нормального проживання. В УНУС функціонують електронні системи АСУ , що мають також мобільний додаток. Задля безперешкодного провадження навчання за допомогою дистанційних технологій (https://moodle.udau.edu.ua).

2. Заклад вищої освіти забезпечує доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми, відповідно до законодавства

Проведені ЕГ зустрічі зі здобувачами та академічним персоналом дають підстави стверджувати, що ЗВО забезпечує безкоштовний доступ НПП та здобувачів освіти до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання. Наявність безкоштовного Інтернету в корпусах та бібліотеці сприяє цьому. Зокрема забезпечується безоплатний та вільний доступ до: ресурсів бібліотеки Університету (https://salo.li/ae10967), в тому числі електронного каталогу (https://salo.li/A2D058f), електронного репозитарію (https://salo.li/0d914AC), фахових видань університету, міжнародних наукометричних баз даних Scopus, Web of Science (https://salo.li/8317f0a, https://salo.li/13dCb96). Наявність цифрової інфраструктури сприяє якісній реалізації цілей ОП (https://salo.li/1cd049A). Здобувачі мають доступ до навчальних курсів всіх ОК в системі Moodle (https://salo.li/7a1a359). Аудиторії в переважній більшості обладнані сучасними мультимедійними засобами (проектори, комп'ютери), що підтверджено в ході огляду матеріально-технічного забезпечення. Для студентів відкритий доступ для прояву творчих навичок (https://salo.li/c940696), спортивних навичок (https://salo.li/2B8A337). Також в УНУС має місце Відділ професійно-кар'єрної орієнтації (https://salo.li/CE16EE3), де студенти мають змогу отримати допомогу у працевлаштуванні.

3. Освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою, та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я

ЗВО забезпечує безпечний для життя та здоров'я процес навчання шляхом суворого дотримання норм техніки безпеки. На території ЗВО наявний медичний пункт. Також по відношенню до здобувачів кураторами академічних груп проводяться інструктажі з техніки безпеки та охорони праці, з дотримання пожежної безпеки. Аудиторії обладнані запасними виходами у випадку повітряної тривоги, а до відома студентів доведений алгоритм дій у разі настання повітряної тривоги. З метою забезпечення безпечного освітнього середовища, ЗВО обладнано укриттями з усіма необхідними об'єктами: місця для перебування - стільці, столи, вбиральні. За словами НПП, за потреби є змога продовжувати заняття під час повітряної тривоги в укритті, де є обладнані приміщення зі столами та

стільцями. На базі УНУС працює психолог, що систематично проводить розмови, тренінги, семінари зі здобувачами освіти з метою підтримки здобувачів у тих чи інших життєвих обставинах. В УНУС має місце скринька Довіри, де за потреби здобувачі освіти, НПП мають змогу анонімно передати скарги, звернення, які ЗВО згодом розгляну. В результаті спілкування зі здобувачам, ЕГ дізналася, що студенти обізнані про скриньку Довіри, її мету, функцію, та за потреби можуть безперешкодно нею скористатися. З метою повного задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти за ОП, проводяться анкетування відділом моніторингу якості освіти УНУС (https://salo.li/4086F2B). Спілкування зі студентами дає підстави стверджувати, що вони дійсно систематично проходять анкетування стосовно якості викладання. Також на базі університету, та факультеті економіки і підприємництва зокрема, діє студентське самоврядування (https://salo.li/85674c8), яке приймає активну участь у житті університету та студентства.

4. Заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою

Освітня, організаційна, інформаційна підтримка студентів забезпечується через веб сайт університету (https://salo.li/2Dfc8f1), який об'єднує всі інформаційно-освітні ресурси УНУС: безперешкодний доступ до всіх матеріалів ОП, перелік вибіркових дисциплін та можливість їх вибору. Щодо організаційної підтримки здобувачів, застосовується система АСУ УНУС, де можна знайти графік навчального процесу, має місце активна робота кураторів академічних груп та студентського самоврядування, покликаних виявляти та вирішувати проблеми студентства. Інформаційна підтримка включає: вільний доступ до регламентуючих документів ОП, інформація про студ. містечко. гуртожитки. харчові блоки. медичний пункт, безпечні укриття, нормативні документи стосовно врахування студентів з особливими освітніми потребами. Консультативну підтримку надає Центр професійно-кар'єрної орієнтації та доуніверситетської підготовки, Центр міжнародної освіти та співпраці. Соціальна підтримка заключається у можливості проживання у гуртожитках, де немає проблем з перенаселенням; у підтримці осіб з особливими потребами. Також має місце призначення соціальної стипендії, що діє відповідно до «Положення про стипендіальну комісію Уманського НУС» (https://salo.li/bDcE002). Стосовно рівня задоволеності здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» усіма видами підтримки проводилося опитування Відділом моніторингу якості освіти УНУС (https://salo.li/07589c8). Згідно опитування, рівень задоволеності високий, що підтвердили студенти під час зустрічей з ЕГ у рамках акредитаційної експертизи.

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

В УНУС діє «Порядок супроводу (надання допомоги) особам з інвалідністю та іншим маломобільним групам студентства в Уманському НУС» (https://salo.li/9d4F3ED). В результаті огляду матеріальної бази, ЕГ було визначено, що в УНУС входи у навчальні корпуси №1, №4, №5, №7, спортивний комплекс №1 обладнано пандусами для маломобільних осіб, а у гуртожитках №4 та №6 мають місце ліфти. В інших навчальних корпусах та гуртожитках також частково враховуються особи з особливими потребами (вони обладнані східцями та широкими дверима). По території університету на вході та виході з приміщення, на східцях встановлені спеціальні таблички з шрифтом Брайля. При складанні розкладу, проведенні занять повинні враховуватися студенти з обмеженими можливостями, що закріплено нормативно. Також для таких здобувачів є можливість навчатися дистанційно або зі застосуванням індивідуального графіку навчання. На ОП «Маркетинг» особи з особливими потребами не навчаються.

6. Наявні унормовані антикорупційні політики, процедури реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших конфліктних ситуацій, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми

Механізм врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупційними проявами регламентується «Антикорупційною програмою Уманського НУС» (https://salo.li/bc440eA), «Кодексом академічної доброчесності Уманського національного університету садівництва» (https://salo.li/6A47e52), «Положенням про попередження та протидію сексуальних домагань та дискримінацію в Уманському НУС» (https://salo.li/1F46181), в Університеті є уповноважена особа, яка займається даними питанням – Машковська Людмила. В ході спілкування зі здобувачами вищої освіти, ЕГ дізналася, що студенти доведені до відома стосовно їх дій у випадку виникнення конфліктних ситуацій з метою врегулювання питань. На базі Університету має місце «Антикорупційна лінія» та «Скринька довіри», якими можуть скористатися здобувачі вищої освіти, НПП з метою повідомлення фактів виявлення корупції, протиправних дій, скарг. На базі університету діє комісія з питань етики та академічної доброчесності УНУС (https://salo.li/8051dfC), що сприяє дотриманню етичних принципів та академічної доброчесності. Студенти проінформовані стосовно академічної доброчесності, розуміють наслідки порушення даного правила. У результаті спілкування ЕГ зі здобувачами, випускниками ОП, було виявлено, що випадків конфліктних ситуацій, пов'язаних зі сексуальними домаганнями, дискримінаційними проявами чи корупцією, за період реалізації ОП зафіксовано не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

У відкритому доступі наявна інформація стосовно локальних актів та нормативних документів, необхідних для повноцінного провадження освітнього процесу. Бібліотека УНУС та репозитарій забезпечують безоплатний доступ студентів до наукових видань, публікацій, підручників, статей, тощо, що необхідні для повноцінного та якісного здобуття вищої освіти здобувачами. Враховуються потреби осіб з обмеженими можливостями при плануванні графіків навчання та знаходження у стінах ЗВО. Є можливість оформлення індивідуальних графіків навчання чи перехід на дистанційне навчання з урахуванням індивідуальних особливостей та потреб таких студентів. Немає проблем з перенаселенням у гуртожитках, мають місце конкурси «За кращу кімнату», що винагороджуються символічними сувенірами, і водночас стимулюють студентство підтримувати умови проживання на гарному рівні.

Недоліки

Суттєвих недоліків за критерієм 7 не виявлено. ЕГ під час експертизи виявила такі слабкі сторони: 1. Невідповідність у певних приміщеннях (у т.ч. - у харчовому блоці) достатніх стандартів у контексті ремонту. 2. Неякісний інтернет-зв'язок у приміщеннях ЗВО. 3. Відсутність конкретного спеціалізованого програмного забезпечення у зв'язку з його дороговизною.

Рекомендації

ЕГ рекомендує: 1. Провести косметичний ремонт у приміщеннях за потреби (зокрема, у харчовому блоці), адже місцями є невідповідність стандартам представлених умов. 2. Покращити якість Інтернет-зв'язку в приміщеннях ЗВО (змінити провайдера, провести швидший інтернет). 3. Підібрати аналоги спеціалізованого програмного забезпечення для створення можливостей якіснішого та прогресивнішого провадження освітнього процесу.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

1. Заклад вищої освіти послідовно здійснює визначені ним процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в ЗВО врегульовано положенням «Про порядок розробки, затвердження та періодичного перегляду освітньої програми в УНУС» (https://salo.li/03421b2). На зустрічах з гарантом, 1, 7 з'ясовано, що перегляд та оновлення ОП здійснюється щорічно, що підтверджується змінами в елементах ОП, в НП, РП, програмах практик з урахуванням пропозицій учасників проєктної групи, роботодавців, здобувачів, інших учасників освітнього процесу, результатів моніторингу ринку праці, що підтверджено відповіддю на п.1 запиту ЕГ та таблицями змін (https://salo.li/c3134d9, https://salo.li/0A368CB, https://salo.li/542663f, https://salo.li/f7Ba01b). ЕГ виявлено, що таблиці змін за 2021-24 рр. з'явились на сайті кафедри лише в лютому 2025-го р., що дає підстави стверджувати, що систематичного висвітлення результатів перегляду змісту ОП на інформаційних ресурсах ЗВО не відбувається. На сторінці відділу моніторингу якості освіти розміщено проєкти ОП на наступний н.р. (https://salo.li/d90837B), позитивним аспектом є наявність зворотної форми для рекомендацій до змісту ОП (https://salo.li/8E8DEC1). Згідно з положенням «Про відділ моніторингу якості освіти в УНУС» (https://salo.li/D55F66f), відділ здійснює контроль за дотриманням учасниками освітнього процесу нормативних документів щодо змісту освіти, організації освітнього процесу та впровадження їх у освітню діяльність, забезпечує координацію роботи з періодичного перегляду ОП, проводить аналіз їх відповідності національним стандартам вищої освіти та іншим нормативним документам. Що також було підтверджено на зустрічі 7 Н. Пітель. ОП погоджується на засіданні кафедри, Вченій раді факультету, схвалюється Науково-методичною радою ЗВО, затверджується Вченою радою ЗВО і вводиться в дію ректором (підтверджено на зустрічі 1 Ю. Цимбалюком). Важливим джерелом отримання інформації про необхідність перегляду ОП є опитування, які проводяться відділом моніторингу якості освіти (випускників, роботодавців, здобувачів та ін. (https://salo.li/DbDaA0a)), результати якого систематично висвітлюються на сторінці відділу моніторингу якості освіти. Анкети для опитувань на час роботи ЕГ були недоступними, при спробі їх відкрити висвітлювалась інформація, що «відповіді за цією формою зараз не приймаються». Самої ж анкети в публічному доступі також немає. ЕГ виявлено, що опитування проводяться в межах усіх учасників групи респондентів без прив'язки до

конкретної ОП, з результатів опитування складно зрозуміти, наскільки вони релевантні конкретній ОП. На зустрічі 9 із випускниками ЕГ виявлено, що жоден із запрошених учасників не брав участі в опитуваннях випускників. На зустрічі 6 ЕГ виявлено, що жоден із присутніх на зустрічі роботодавців також не долучався до таких опитувань. Загалом, ЗВО здійснює визначені ним процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП, що підтверджено положеннями, відповідями на запит ЕГ, зустрічами з гарантом, 1, 7.

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

На ОП «Маркетинг» існує практика залучення здобувачів вищої освіти до процесів періодичного процесу та оновлення змісту ОП та інших процедур забезпечення її якості. Це підтверджується систематичним включенням представників здобувачів до складу проєктної групи ОП. Так, до складу проєктної групи ОП при розробці її проєкту на 2025/26 н.р. включено здобувача М. Левченка (https://salo.li/d9B2A2B); у 2024 р. – Давидчука Я., що підтверджено ним на зустрічі 4 (https://salo.li/8c0bBab); у 2022-2023 р. – Поляруш Н. (https://salo.li/15A6607, https://salo.li/1b991f6); у 2021 р. – Кивгилу І. (https://salo.li/265fbB0). Здобувачами на зустрічі 4 підтверджено їх можливість висловити свої міркування щодо змісту ОП на кураторських годинах та періодичних зустрічах із розробниками ОП (https://salo.li/0b3203d). Здобувачі зазначили, що всі їх пропозиції враховуються, і практик відхилення їх рекомендацій не було. За рекомендаціями здобувачки Поляруш Н. (члена проєктної групи у 2024 р.) включено до переліку фахових вибіркових ОК «Комп'ютерні мережі та кібербезпека» (https://salo.li/9b4534D). У протоколі №2 від 02.02.2023 р. зафіксовано, що здобувачем Давидчуком Я. було внесено пропозицію щодо збільшення кількості вибіркових ОК та кредитів на їх вивчення, що було підтверджено ним на зустрічі 4, його рекомендація була врахована і перелік вибіркових компонент доповнено ОК «Бухгалтерський облік» і «Фінанси», збільшено загальний обсяг кредитів на вибіркові компоненти з 63 до 66. В ОП 2022 р. за пропозицією здобувачки Кивгили І. подовжено термін вивчення ОК «Іноземна мова» на 3-й та 4-й семестри, збільшено кількість кредитів до 12, термін вивчення ОК «Фізичне виховання» скорочено до 1-го та 2-го семестрів та зменшено кількість кредитів до 4-х. За пропозицією Поляруш Н. в ОП на 2023 р. термін вивчення ОК «Математика для економістів» обмежено другим семестром та скорочено кількість кредитів на її вивчення. На зустрічах 4 і 5 підтверджено, що здобувачі мають змогу регулярно долучатись до проходження опитувань щодо змісту ОП, які проводяться відділом моніторингу якості освіти. Долучення студсамоврядування до процедур внутрішнього забезпечення якості в ЗВО врегульовано положенням «Про студентське самоврядування УНУС» (https://salo.li/C14a2b7). На зустрічі 5 ЕГ з'ясовано, що представники самоврядування долучаються до перегляду ОП шляхом членства у ВР факультету та університету їх представників запрошують до обговорень змісту ОП в межах заходів, організованих кафедрою маркетингу. Так, 28.01.2025 кафедрою було проведено обговорення проєкту ОП 2025 р., на якому були присутні голова студсамоврядування університету – О. Курмаз, голова студсамоврядування факультету – Я. Сінчук, заступники голови студсамоврядування факультету – В. Павленко і С. Чмихал (https://salo.li/FD5E432). Здобувачі безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП «Маркетинг», що підтверджено положеннями, відповідями на запит ЕГ та зустрічами 4, 5.

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

До складу проєктної групи з розробки ОП на постійній основі залучено головного бухгалтера ФГ «Агрофірма «Базис» Давиденка О. ЕГ відзначає невідповідність посади залученого стейкхолдера профілю ОП, однак на зустрічі 2 ЕГ отримала пояснення від гаранта ОП про специфіку організації маркетингу на фірмі «Базис», в якій функціональні обов'язки із реалізації маркетингової діяльності покладаються на головного бухгалтера. ЕГ підтверджує можливість існування такої колізії і зважаючи на профіль компанії, релевантний фокусу ОП, не ставить під сумнів фахові компетенції з маркетингу залученого фахівця. На зустрічі 6 роботодавці підтвердили долучення до діяльності на ОП – Марченко М. (ПрАТ «Мегомметр») – до обговорення ОП, Алєксєєнко Р. (ПП «Астрея») і Залозний В. (ПАТ «Монфарм») – до керівництва практиками, Бабій М. (Alebor Group), Чупурун Б. (ТОВ «Ваша бухгалтерія»), Коваленко О. (ТОВ «ДСВ-Україна») – до проведення комбінованих бінарних лекцій із НПП кафедри маркетингу, круглих столів. 02.01.2025 р. проведено зустріч з роботодавцями з метою обговорення проєкту ОП 2025 р., на якому були присутні директор ТОВ «Стратіївський Агроресурс» І. Гуменюк, директор ТОВ «Київська вишивальна фабрика» С. Діхтяренко, маркетолог ТОВ «Ваша бухгалтерія» Б. Чупурун (підтверджено на зустрічі 6). Участь у засіданнях проєктної групи в останні роки брали представники інших компаній. Так, за їх рекомендаціями були внесені такі зміни: у 2023 р. за пропозицією Єлінєвської А., директора ТОВ «ВА АГРО ЮКРЕЙН» було включено до переліку обов'язкових ОК «Основи комерційної діяльності» (протокол №2, 02.02.2023); за пропозицією Коваленка О. (менеджер з розвитку продуктів ТОВ «ДСВ-Україна») збільшено кількість кредитів на вивчення ОК «Логістика» і змінено форму підсумкового контролю на екзамен (протокол №2, 02.02.2023); за пропозицією Лебедя Ю., директора ПСП «Скарби Поділля» в ОП на 2022 р. збільшено кількість кредитів на вивчення ОК «Маркетинг в аграрній сфері» на 1 кредит (протокол №2, 01.02.2022 р.). Текст ОП 2022-24 рр. підтверджує врахування зазначених пропозицій. Роботодавці беруть участь в реалізації ОП через забезпечення базами практики, про що свідчать укладені договори (https://salo.li/4662E87) та працевлаштування випускників (підтверджено Залозним В. на зустрічі 6 та Сосницьким К. за зустрічі 9). На зустрічі 6 практично всі учасники висловили готовність до подальшого працевлаштування випускників ОП в своїх компаніях. В ЗВО існує практика взаємодії з роботодавцями через проведення опитувань (https://salo.li/8e05597), однак на зустрічі 6 ЕГ з'ясовано, що

учасники зустрічі таких опитувань не проходили. На зустрічі 7 ЕГ з'ясовано, що опитування роботодавців відбувається в загальному потоці респондентів без прив'язки до ОП, що ускладнює можливості врахування їх інтересів на конкретній ОП. Загалом ЕГ зазначає, що роботодавці залучені до процесу забезпечення якості освітнього процесу через участь в систематичному обговоренні ОП, що підтверджено відповіддю на п.1 запиту ЕГ та зустріччю 6.

4. Наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми (крім випадку проходження акредитації вперше)

У ЗВО функціонує Центр професійно-кар'єрної орієнтації та доуніверситетської підготовки, в складі якого функціонують відділ доуніверситетської підготовки та відділ професійно-кар'єрної орієнтації. Відділом професійно-кар'єрної орієнтації проводиться щорічний моніторинг працевлаштування випускників ЗВО за кожною ОП (https://salo.li/a7FCFA6, https://salo.li/f0fb5BA, https://salo.li/B4430Df), частка працевлаштованих випускників за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у 2022 р. – 77,8%, у 2023 р. – 80%, у 2024 р. – 80,7% на денній формі; у 2022 р. – 73,3%, у 2023 р. – 79,5%, у 2024 р. – 79,6% на заочній формі навчання. На сторінці відділу професійно-кар'єрної орієнтації для роботодавців є можливість розміщення вакансій (https://salo.li/91409F5) та вкладення «Банк робочих місць» (https://salo.li/C867bCb), в якому однак залишається незрозумілим чи є розміщені вакансії актуальним та як часто оновлюється інформація. З метою організації здійснення моніторингу кар'єрного шляху випускників, вивчення проблем і поліпшення якості працевлаштування молодих фахівців на сторінці відділу розміщено анкету для випускників (https://salo.li/cf0eFb7). На зустрічі 9 ЕГ не отримала підтвердження у присутніх щодо їх участі в проходженні опитувань у ролі випускників. На зустрічі 9 Кивгила А. підтвердила своє долучення до обговорення змін до ОП на засіданнях проєктної групи і в ролі здобувачки, і в ролі випускниці. Так, за її рекомендацією було збільшено кількість кредитів на вивчення ОК «Історія та культура України» (протокол №2 від 02.02.2023 р.) На зустрічі 9 ЕГ підтверджено існування тісного неформального зв'язку між випускниками та кафедрою маркетингу, в межах якого з'ясовується їх кар'єрний шлях та рекомендації щодо підвищення ефективності освітнього процесу. На сторінці кафедри маркетингу існує вкладення із відгуками випускників кафедри, в яких простежується позитивна оцінка ОП, рівня знань, здобутих під час навчання та створеного комфортного середовища під час навчання (https://salo.li/41AFbDE). Загалом, у ЗВО присутня практика збору, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП, що підтверджено публічною інформацією, відповіддю на п.1 запиту ЕГ та на зустрічі 9.

5. Система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу освітньої програми та/або освітньої діяльності з реалізації освітньої програми, зокрема здійснений через опитування заінтересованих сторін

Система внутрішнього забезпечення якості ЗВО забезпечує своєчасне реагування на виявлені недоліки в ОП, надані рекомендації враховуються гарантом і групою забезпечення. Внутрішнє забезпечення якості освітньої діяльності в ЗВО врегульовано положеннями «Про порядок проведення моніторингу і контролю якості освіти в УНУС» (https://salo.li/565a33B), «Про забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти в УНУС» (https://salo.li/3425020), «Про порядок розробки, затвердження та періодичного перегляду освітньої програми в УНУС» (https://salo.li/03421b2). На зустрічі 7 завідувач відділу моніторингу якості освіти – Пітель Н. підтвердила, що моніторинг якості реалізації ОП та освітньої діяльності з її реалізації у ЗВО є обов'язковою процедурою та проводиться щорічно. Моніторинг ОП здійснюється з метою визначення, чи є призначення кредитів, означені результати навчання та розраховане навчальне навантаження досяжними, реалістичними та адекватними. Моніторинг здійснюється проектною групою. До здійснення моніторингу можуть долучатися експерти: НПП, професіонали-практики, здобувачі вищої освіти. Суттєвим елементом для перевірки та перегляду призначення кредитів є зворотний зв'язок із зацікавленими сторонами, який проводиться у формі анкетування, опитування, інтерв'ювання (https://salo.li/Ceb8bD6, https://salo.li/Ac1F917). На зустрічах 2 та 7 ЕГ виявлено, що опитування проводяться в межах усіх учасників групи респондентів без прив'язки до конкретної ОП, з результатів опитування складно зрозуміти, наскільки вони релевантні конкретній ОП. На зустрічах 2 та 6 з'ясовано, що комунікація зі стейкхолдерами на ОП «Маркетинг» здійснюється при неформальному спілкуванні під час проходження здобувачами практик, проведення круглих столів, ярмарок вакансій (п.3 запиту ЕГ). Так, кафедрою маркетингу впродовж 2022-2024 рр. щорічно проводяться круглі столи «Роль маркетингу в розвитку підприємницької діяльності» (https://salo.li/4a49EbF, https://salo.li/767bCA7, https://salo.li/3F8f296), в межах роботи яких відбувався обмін досвіду із Гурочкіним Р. (керівник компанії «Фрост Клімат»), Бортник Н. (представниця компанії PR+), Бутко Н. (к.е.н., доц. ЧНУ ім. Б. Хмельницького), Моргун Є. (власник інтернет-магазину «Black street»), Юлі-Антола М. (фермер із Фінляндії). На сторінці відділу моніторингу якості освіти розміщені проєкти ОП із окремим вкладенням зворотної форми для рекомендацій до змісту ОП (https://salo.li/8E8DEC1), якою активно користуються окремі стейкхолдери і інформація з якої також береться до уваги при перегляді ОП. Загалом, система забезпечення якості ЗВО сприяє вчасному реагуванню на результати моніторингу ОП, здійсненому через опитування зацікавлених сторін, що підтверджено положеннями, публічною інформацією, відповіддю на запит ЕГ та зустрічами 2, 6, 7.

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

програми

Акредитація ОП «Маркетинг» відбулась у 2024 р. за спрощеною процедурою, з наданням сертифікату про акредитацію терміном на 1 рік. З ЗВО запроваджена практика здійснення узагальненого аналізу усіх акредитацій, які проходять упродовж року в ЗВО, який здійснюється відділом моніторингу якості освіти. Згідно цієї практики на сайті ЗВО на сторінці відділу моніторингу якості освіти розміщено вкладення «Рекомендації з удосконалення освітніх програм» (https://salo.li/c86495b), в яких висвітлено загальні рекомендації для гарантів ОП щодо врахування зауважень, висловлених експертами та ГЕР на попередніх акредитаціях. На кафедрі маркетингу у 2023 році проходила акредитація ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, за підсумками якої було проведено обговорення її результатів на засіданні кафедри (протокол №6 від 02.02.2024 р., п. 2 запиту ЕГ), за підсумками якого було посилено співпрацю зі стейкхолдерами при оновленні ОП, їх залучення до проведення гостьових лекцій та практичних занять (бінарна лекція Лементовської В. та Бабія М. (генеральний директор аграрного напрямку компанії Alebor Group) на тему «Decision-making in the economic mechanism of marketing in crisis situations» (https://salo.li/cd8B7A7); лекція О. Реви (директор з управління персоналом компанії «АГРОПРОДСЕРВІС») на тему «Маркетинг особистості та ефективні комунікації» (https://salo.li/fC44459); спільне заняття І. Корман та В. Посторонко (регіональний представник Агро-підрозділу фірми Байєр у Кіровоградській області) на тему «Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства» (https://salo.li/f4D5947) тощо), посилено заходи із популяризації академічної доброчесності (проведено вебінар «Академічна доброчесність як основа внутрішньої системи забезпечення якості освіти в УНУС» (спікер – Н. Пітель) (https://salo.li/78fC62b), онлайн-вебінар уповноваженої особи з питань запобігання та виявлення корупції в УНУС Л. Машковської «Антикорупція та доброчесність» (https://salo.li/E975F84)). За підсумками рекомендацій, сформованих відділом моніторингу якості освіти в 2-му півріччі 2023-24 рр. враховано наукові інтереси НПП при формуванні навчального навантаження; переглянуто зміст завдань атестаційного екзамену; доповнено критерії оцінювання здобувачів додатковими мотиваційними балами для поглиблення їх участі в науковій діяльності; проведено групування вибіркових дисциплін в Каталозі елективних дисциплін за курсами викладання (https://salo.li/0E89351), поширено практику викладання окремих тем з окремих ОК англійською мовою (https://salo.li/97DB077, https://salo.li/8E0b958, https://salo.li/253a444, https://salo.li/7AB0Bb3, https://salo.li/1Ec15b3), удосконалено завдання для проведення атестаційних іспитів (п. 9 запиту ЕГ). У ЗВО налагоджена робота щодо врахування результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти під час перегляду ОП, що підтверджено публічною інформацією, РП, п. 2, 3, 9 запиту ЕГ.

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

В ЗВО формування культури якості освіти врегульовано положенням «Про забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти в УНУС» (https://salo.li/3425020). До процедур внутрішнього забезпечення якості в ЗВО відносяться: практика проведення опитувань відділом забезпечення якості освіти (https://salo.li/92c153B), результатами яких враховуються при оновленні навчально-методичного забезпечення ОК відповідно до тенденцій розвитку спеціальності, галузевого та регіонального ринку праці, пропозицій здобувачів вищої освіти та роботодавців. Академічна спільнота ЗВО долучається до процедури внутрішнього забезпечення якості ОП «Маркетинг» на етапах її підготовки, розробки, моніторингу, періодичного перегляду та оновлення (підтверджено на зустрічах 2, 4, 5, 6). В академічному середовищі ЗВО культура якості також формується через: можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів (вибір вибіркових ОК https://salo.li/8Dfe13E, https://salo.li/F842cE5, вибір тем наукових робіт, баз практик); забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; практику врахування пропозицій студентського самоврядування; забезпечення необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, числі самостійної роботи здобувачів; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом (електронний кабінет здобувача та система навчання Moodle); забезпечення публічності інформації про ОП; забезпечення дотримання академічної доброчесності здобувачами, НПП, створення ефективної системи виявлення та запобігання плагіату та корупції. В академічній спільноті ЗВО формується культура якості освіти, що сприяє постійному розвитку ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності за ОП, що підтверджено положенням, публічною інформацією та зустрічами 2, 4, 5, 6.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЗВО щорічно на систематичній основі забезпечує здійснення визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП. Відділ моніторингу якості освіти здійснює контроль за дотриманням гарантами ОП, кафедрами, факультетами нормативних документів щодо змісту освіти, планування й організації освітнього процесу та впровадження їх у освітню діяльність. Здобувачі безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП «Маркетинг». Роботодавці залучені до процесу забезпечення якості освітнього процесу через участь в систематичному обговоренні ОП, керівництво виробничими практиками, участь у проведенні тематичних круглих столів та проведенні навчальних занять із студентами. У ЗВО присутня практика збору, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП, відповідальним за здійснення цієї роботи є відділ професійно-кар'єрної орієнтації. Система забезпечення якості ЗВО сприяє вчасному реагуванню на результати моніторингу ОП, здійсненому через опитування зацікавлених

сторін. У ЗВО налагоджена робота щодо врахування результатів зовнішнього забезпечення якості під час перегляду ОП шляхом розробки відділом моніторингу якості освіти рекомендацій за результатами зауважень експертів та ГЕР в ході проведених в ЗВО акредитаційних експертиз. В академічній спільноті ЗВО формується культура якості освіти, що сприяє постійному розвитку ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності за ОП.

Недоліки

Системних недоліків за критерієм 8 не виявлено. ЕГ визначила низку слабких сторін за критерієм: 1. ЕГ виявлено, що таблиці змін за 2021-24 рр. з'явились на сайті кафедри лише в лютому 2025-го р., що дає підстави стверджувати, що систематичного висвітлення результатів перегляду змісту ОП на інформаційних ресурсах ЗВО не відбувається. 2. Відсутність у відкритому доступі анкет для опитування усіх груп стейкхолдерів. 3. Практика проходження опитувань різними групами стейкхолдерів загальними потоками без прив'язки до конкретної ОП, що не дає розуміння результатів на конкретних ОП. 4. Відсутність інформації про результати опитувань здобувачів, роботодавців, випускників на сторінці кафедри маркетингу.

Рекомендації

1. Проєктній групі забезпечити регулярне опублічення таблиць змін із результатами обговорення змісту ОП на сторінці кафедри маркетингу одразу після затвердження нової редакції ОП. 2. Упродовж одного місяця розмістити та сторінці відділу моніторингу якості та кафедри маркетингу у відкритому доступі питання анкет для опитування усіх груп стейкхолдерів. 3. Відділу моніторингу якості освіти упродовж 2 місяців розглянути можливість проведення опитувань різних груп стейкхолдерів у розрізі конкретних ОП та висвітлення їх результатів на сайті кафедри, відповідальної за реалізацію ОП. 4. Кафедрою маркетингу активізувати залучення до процесу опитувань тих стейкхолдерів, з якими реально відбувається співпраця та налагоджені контакти з метою комплексного врахування їх інтересів при перегляді ОП та її структурних елементів. 5. Упродовж одного місяця кафедрою маркетингу розглянути можливість оприлюднення результатів опитувань роботодавців, випускників, НПП та здобувачів вищої освіти на сторінці кафедри.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу регламентуються відповідними нормативними документами, що розміщенні на офіційному сайті ЗВО у рубриці «Нормативна база» (https://salo.li/d2C93e9), а саме: Статут Уманського національного університету садівництва (https://salo.li/EE22F6A), «Положення про організацію освітнього процесу в Уманському НУС» (https://salo.li/464c1D4), «Кодекс академічної доброчесності Уманського НУС» (https://salo.li/85F29e5), «Правила внутрішнього розпорядку Уманського НУС» (https://www.udau.edu.ua/ua/file/RpRr), «Положення про студентське самоврядування УНУС» (https://salo.li/13785c4), та інші. Дані нормативні документи є в публічному доступі для всіх охочих ознайомитися із нормативною базою ЗВО. Також документи відповідають вимогам Закону України «Про вищу освіту» (стаття 79) (https://salo.li/c77eBc3).

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

ЗВО оприлюднив попередній проєкт ОП «Маркетинг» на офіційному сайті Відділу моніторингу якості освіти Уманського НУС (https://salo.li/F061B32) у розділі Обговорення освітніх програм: ОП «Маркетинг» (бакалавр) (https://salo.li/972220c) у грудні 2024 року, тоді ж з боку зацікавлених осіб, а саме: викладача іншого ЗВО, випускниці даної ОП та стейкхолдера, було внесено пропозиції стосовно коригування змісту ОП (заміна назви ОК, продовження вивчення ОК на більший період, зміна форми підсумкового контролю для ОК). У цьому розділі є посилання на проєкт ОП, що оприлюднений у 2025 році, однак не було внесено змін відповідно до пропозицій зацікавлених осіб без чіткого обґрунтування даного рішення.

3. Заклад вищої освіти забезпечує на своєму вебсайті відкритий доступ до інформації та документів відповідно до законодавства. Заклад вищої освіти своєчасно оприлюднює на своєму офіційному вебсайті точну та достовірну інформацію про освітню програму (освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства

Визначено, що УНУС своєчасно оприлюднює на офіційному сайті та сайті кафедри достовірну інформацію щодо ОП для інформування стейкхолдерів, здобувачів вищої освіти та абітурієнтів, а саме: ОП «Маркетинг» та робочі програми навчальних дисциплін (https://salo.li/c7303EB), ОП 2021, 2022, 2023, 2024 років (https://salo.li/Ca3FA6c), навчальний план (https://salo.li/59fD097), перелік та описи загальноуніверситетських (https://salo.li/892828a) та фахових навчальних дисциплін (https://salo.li/3543955), зміст практичної підготовки здобувачів (https://salo.li/17db52E), методичні вказівки щодо підготовки та проведення підсумкової атестації (https://salo.li/9A30Dca). В результаті спілкування із заінтересованими особами в рамках проведення акредитаційної експертизи, було відзначено, що обсяг, інформативність, вчасність оприлюднення є достатніми для інформування заінтересованих сторін та суспільства.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Чіткість, зрозумілість, доступність і своєчасність оновлення та оприлюднення освітніх програм є позитивною практикою ЗВО. Є можливість обговорення ОП з заінтересованими особами, що свідчить про залученість роботодавців, викладачів, здобувачів до удосконалення освітнього процесу.

Недоліки

Суттєвих недоліків не виявлено, однак слід звернути увагу на те, що не до кінця налагоджений процес комунікації з заінтересованими особами, про що говорить неврахування пропозицій стейкхолдерів без чіткого обґрунтування прийнятого рішення.

Рекомендації

Рекомендується привернути більше уваги комунікації з заінтересованими особами задля налагодження двостороннього діалогу та обговорення наданих пропозицій стейкхолдерів з метою унеможливлення виникнення непорозумінь та неврахувань у перегляді ОП «Маркетинг» у майбутньому.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Критерій 10. Навчання через дослідження:

1. Зміст освітньо-наукової (освітньо-творчої) програми забезпечує повноцінну підготовку аспірантів (ад'юнктів) до розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності за відповідною спеціальністю (спеціальностями) та/або галуззю знань (галузями знань), володіння методологією наукової та педагогічної діяльності

не застосовується

2. Наукова (освітньо-творча) діяльність аспірантів (ад'юнктів) відповідає напряму досліджень (творчості) наукових (творчих) керівників

не застосовується

3. Заклад вищої освіти здатний сформувати разові спеціалізовані вчені ради (разові спеціалізовані ради з присудження ступеня доктора мистецтва) для атестації аспірантів (ад'юнктів), які навчаються на відповідній освітній програмі

не застосовується

4. Заклад вищої освіти організаційно та матеріально забезпечує можливості для виконання наукових досліджень (творчих проєктів) і апробації їх результатів відповідно до тематики аспірантів (ад'юнктів) (проведення регулярних конференцій, семінарів, колоквіумів, концертів, спектаклів, майстер-класів, персональних виставок, публічних виступів, надання доступу до використання лабораторій, обладнання, інформаційних та обчислювальних ресурсів тощо)

не застосовується

5. Заклад вищої освіти забезпечує можливості для залучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, зокрема через виступи на конференціях, публікації, концерти, спектаклі, майстер-класи, персональні виставки, публічні виступи, участь у спільних дослідницьких (творчих мистецьких) проєктах тощо

не застосовується

6. Наявна практика участі наукових (творчих) керівників аспірантів (ад'юнктів) у дослідницьких (творчих мистецьких) проєктах, результати яких регулярно публікуються, презентуються та/або практично впроваджуються

не застосовується

7. Заклад вищої освіти забезпечує дотримання академічної доброчесності у професійній діяльності наукових (творчих) керівників та аспірантів (ад'юнктів), зокрема вживає заходів для унеможливлення здійснення наукового (творчого) керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень 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	*не застосовується*

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	*ID 30509.pdf*	uzpGfmvyOFmVkVunJat428Fz7ncCJ4pcK/PMyzF7FvA=

***

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Кушнір Тарас Михайлович

Члени експертної групи

Якимишин Лілія Ярославівна

Коваль Валерія Олегівна