

## ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

|                     |                                                   |
|---------------------|---------------------------------------------------|
| Заклад вищої освіти | <b>Полтавський державний аграрний університет</b> |
| Освітня програма    | <b>28362 Маркетинг</b>                            |
| Рівень вищої освіти | <b>Бакалавр</b>                                   |
| Спеціальність       | <b>075 Маркетинг</b>                              |

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                     | Полтавський державний аграрний університет |
| Назва ВСП ЗВО                 | не застосовується                          |
| ID освітньої програми в ЄДЕБО | 28362                                      |
| 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             | Білик Марина Юріївна, Сухецька Крістіна Вікторівна, Біловодська Олена Анатоліївна (керівник) |
| Залучений представник роботодавців | не застосовується                                                                            |
| Дати візиту до ЗВО                 | 19.03.2025 р. – 21.03.2025 р.                                                                |

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

|                                  |                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Відомості про самооцінювання ОП  | <a href="https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/17915/vidomostisamoa_nalizu.pdf">https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/17915/vidomostisamoa_nalizu.pdf</a>                               |
| Програма візиту експертної групи | <a href="https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18025/de59e9df-caed-462b-b11d-9ea42aa1e0e8.pdf">https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18025/de59e9df-caed-462b-b11d-9ea42aa1e0e8.pdf</a> |

### 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 ПДАУ є актуальною, логічно побудованою, відповідає попиту на регіональному ринку праці та запитам стейкхолдерів, враховує досвід вітчизняних та іноземних ЗВО. Особливість ОП: поглиблене вивчення методів формування маркетингових стратегій аграрних підприємств; HR-маркетингу, брендингу з урахуванням вітчизняних та закордонних практик маркетингового управління аграрним бізнесом та з можливістю подальшого набуття необхідних дослідницьких навичок для наукової роботи. ОП побудована на тісній співпраці з підприємствами та організаціями різних форм власності, що дозволяє опанувати сучасні знання з маркетингу на реальних прикладах, реалізувати практикоорієнтовані підходи. Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг; навчання, викладання та наук. дослідження пов'язані з достатнім застосуванням досвіду вітчизняних та іноземних ЗВО. Освітній процес за ОП забезпечений кадровим складом, що впроваджують необхідні методи та технології навчання, забезпечуючи фахове досягнення цілей та ПРН. Існує дієва регулярна співпраця з академічною спільнотою, фахівцями-практиками тощо. Проведена експертиза підтверджує відповідність організації освітніх процесів, зокрема, щодо проектування ОП, її цілей, розробки структури та змісту; формування доступу до ОП та визнання ПРН, організації навчання і викладання, контролю знань, оцінювання здобувачів та академ. доброчесності, формування людських ресурсів, освіт. середовища та матер. ресурсів, внутр. системи забезпечення якості ОП, створення прозорих та публічних процедур для якісного функціонування ОП. Отже, ОП та освітня діяльність загалом відповідають усім критеріям Додатку до Положення про акредитацію освітніх програм з недоліками, які не є суттєвими. Позитивними практиками є: 1. Залучення експертів, НПП кафедри та здобувачів ОП для проведення досліджень з розроблення Стратегії розвитку ЗВО. 2. Практикоорієнтованість за рахунок актив. регулярної взаємодії із зовніш. стейкхолдерами, залучення їх до освітнього процесу. 3. Формування індив. освіт. траєкторії за рахунок вибору дисциплін у ЗВО-партнерах. 4. Широкий спектр програм. інструментарію для досягнення ПРН. 5. Залучення здобувачів освіти до внутр. та зовніш. академ. мобільності. 6. Врахування під час конкурс. відбору результатів щоріч. рейтинг. оцінювання НПП, яке оприлюднюється на офіційному сайті. 7. Використання спец. програм. забезпечення (KoboToolbox, VistaCreate, AdsManager та ін.), що підвищує цифр. компетентність здобувачів та їх адаптацію до вимог ринку праці. 8. Залучення здобувачів до роботи у відділі маркетингу ПДАУ, що надає можливість отримати цінний проф. досвід, забезпечити перше робоче місце. 9. Створення Школи забезпечення якості вищої освіти із залученням здобувачів, що дозволяє поглибити знання щодо стандартів і процедур забезпечення якості освіти. 10. Створення ресурсного центру, збір батарейок, встановлення сонячних панелей, залучення здобувачів до різних заходів популяризації цілей сталого розвитку.

## Недоліки

1. У деяких ОК відповідно до матриць забезпечення відповідності компетентностей та ПРН відповідними компонентами ОП є не достатньо обґрунтоване коло досягнення окремих компетентностей та ПРН. Зокрема, ОК "Підготовка та складання атестаційного екзамєну" відображає взаємозв'язок з усіма ЗК, ФК і ПРН, що за змістом Програм атестації та атестаційного екзамєну (<https://surl.li/agacrh>) слабо корелюється, наприклад, із ЗК 2 "Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя", ЗК 11 "Здатність працювати в команді", ЗК 12 "Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)", ЗК 13 "Здатність працювати в міжнародному контексті"; ПРН 4 "Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію", ПРН 11 "Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта", ПРН 13 "Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи", ПРН 14 "Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення", ПРН 16 "Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистості професійної підготовки", які більше пов'язані з практичною діяльністю, ніж з атестаційною складовою ОП. 2. Недостатня проінформованість здобувачів щодо кількості освітніх компонент, винесених в програму атестаційного екзамєну.

## Рекомендації

1. При наступному перегляді ОП переглянути матриці забезпечення програмних компетентностей і результатів навчання атестації на предмет визначення їх більш тісного зв'язку та відповідності атестаційного екзамєну характеристикам ОК. 2. Продовжувати системну роботу щодо відповідності обсягу і структури ОП вимогам законодавства, СВО першого рівня вищої освіти зі спеціальності "Маркетинг", забезпечуючи логічну послідовність вивчення ОК, реалістичне охоплення кожного ПРН змістом обов'язкових ОК, відповідність предметній області спеціальності "Маркетинг", формування індивідуальної освітньої траєкторії відповідно до законодавства, практичну підготовку здобувачів для здобуття компетентностей, потрібних для подальшої професійної діяльності, а також набуття здобувачами соціальних навичок і компетентностей щодо досягнення глобальних цілей сталого розвитку, відповідність обсягу ОК законодавству, фактичному навантаженню здобувачів та ПРН, практикоорієнтованість

освітньої програми. 3. Гаранту ОП у співпраці з відділом міжнародної академічної мобільності слід і надалі активно працювати над розширенням міжнар. партнерства, збільшенням можливостей для академ. мобільності студентів і викладачів, а також сприяти інформуванню академ. спільноти про наявні міжнар. програми. 4. На регулярній основі підтримувати практику залучення провідних експертів галузі, представників бізнес-середовища та іноземних викладачів для проведення професійно-орієнтованих дисциплін, що сприятиме підвищенню якості освітнього процесу, обміну передовим досвідом та інтеграції сучасних методик у ОП Маркетинг. 5. З урахуванням значного потенціалу НПП і здобувачів здійснювати викладання ОК іноземною мовою. 6. Гаранту ОП та НПП і надалі впроваджувати передові методики забезпечення об'єктивності та прозорості оцінювання. 7. Регулярно проводити тренінги та воркшопи для здобувачів та НПП, спрямовані на формування та утвердження культури академічної доброчесності. 8. Активізувати вивчення іноземної (англійської) мови з отриманням відповідних сертифікатів, що дасть можливість викладати ОК іноземною (англійською) мовою. 9. Продовжувати вдосконалення освітнього середовища ОП "Маркетинг" (наприклад, використання обладнання, що дозволить вивчати поведінку споживачів) та розширювати доступ до інформаційних ресурсів, підтримуючи високий рівень технічного й методичного забезпечення навчального процесу. 10. Протягом 2025/2026 н.р. залучити нових партнерів (роботодавців), що дозволить розширити можливості для стажувань здобувачів. 11. Продовжити вдосконалення системи моніторингу якості освіти, зокрема, шляхом розширення аналітичних можливостей і зміцнення механізмів зворотного зв'язку з усіма учасниками освітнього процесу (забезпечити залученість не менше 70%). 12. Впровадити автоматизовану систему оповіщень про оновлення ОП, що дозволить своєчасно інформувати зацікавлених сторін (здобувачі, роботодавці, НПП) через email-розсилку.

### III. Аналіз

У цьому розділі експертна група описує встановлені під час акредитаційної експертизи фактичні обставини, аналізує та оцінює їх, а також надає свої рекомендації щодо удосконалення ОП та діяльності за нею за окремими критеріями.

#### Критерій 1. Проектування 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**

ОПП "Маркетинг", що реалізується в ПДАУ (<https://surl.li/yubsjq>) розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування (СВО), затвердженого та введеного в дію наказом МОНУ №1343, 05.12.2018р. Передбачені ОП 2024р. (<https://surl.li/tbmrvv>), 2021-2023 рр. (<https://surl.li/yubsjq>) освітні компоненти (ОК) охоплюють усі програмні результати навчання (ПРН), а також загальні (ЗК) та фахові компетентності (ФК), зазначені у даному СВО. ЗК, ФК, ПРН даної ОП у цілому забезпечуються відповідними ОК, однак ОК "Атестаційний екзамen" (ОП 2021-2022 рр.) або ОК "Підготовка та складання атестаційного екзамену" (ОП 2023-2024 рр.) забезпечує абсолютно всі ЗК, ФК, ПРН, що ЗВО пояснює як необхідність їх перевірки, для чого у Програмі атестац. екзамену 2024 р. передбачено 22 ОК (<https://surl.li/myfkaf>), які їх досягають. При цьому на зустрічах 5,6 здобувачі та випускники підтвердили, що не вважають це перевантаженням, бо підготовка здійснюється як впродовж вивчення ОК, так і перед його складанням під час настановчої роботи, але й не могли зазначити всі ОК, включені до Програми атестаційного екзамену. Відповідно до наказу МОНУ № 842,13.06.2024р. до ОП 2024 р. введено ЗК "Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності", що забезпечується ОК "Університ. освіта", "Підготовка та складання атест. екзамену", курс. роботами "Логістика", "Маркетинг", "Маркет. тов. політика". До ОП у 2021-2022 рр. додано ЗК "Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички"; ФК "Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, оцінювання результатів діяльності у сфері підприємництва", "Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків"; ПРН "Знати основи обліку та фінансів, вміти оцінювати результати діяльності у сфері підприємництва", "Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економ. ефективності її діяльності та конкурентоспроможності". У 2023-2024 рр. визначено ЗК, як і в попередніх ОП, а ФК уточнено для аграр. сфери та доповнено ФК "Здатність використовувати теор. положення діджитал-маркетингу, проваджувати марк. діяльність у соц. мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргет. реклами" та відповідним ПРН. ОП дозволяє їх досягти за рахунок обов'язкових ОК, про що свідчать Матриці відповідності програм.компетентностей компонентам ОПП (розд.4 ОП), забезпечення ПРН відповідними компонентами ОПП (розд.5 ОП), а також силабуси (роб. прогр.) обов'язкових ОК. ЕГ зазначає, що вибіркові ОК також забезпечують досягнення ФК та ПРН, що підсилює професійну підготовку у сфері аграр. маркетингу і застосування цифрових технологій завдяки опануванню затребуваних роботодавцями компетентностей.

## **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**

ОПП не передбачає присвоєння професійних кваліфікацій, однак, зміст ОП відповідає окремим вимогам Професійного стандарту "Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)", затвердженого 09.01.2025 р. та внесеного до реєстру 21.01.2025 р. Національним агентством кваліфікацій (<https://surl.li/ljdisn>). Зокрема, ФК"Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності", ПРН "Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію", "Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію" відповідають усім проф. компетентностям трудових функцій А "Збір маркетингової інформації" Професійного стандарту, Б"Проведення аналізу маркетингової інформації", а також цифровим компетентностям Ц1"Здатність працювати з інформацією та даними у цифровому середовищі, вести пошук інформації/цифрового контенту для вирішення поставлених завдань", Ц2"Здатність критично оцінювати, аналізувати та інтерпретувати дані та інформацію у цифровому середовищі для маркетингової діяльності", Ц5"Здатність застосовувати професійні цифрові застосунки та інструменти для аналізу та оцінювання ефективності маркетингової діяльності", Ц6"Здатність до використання цифрових технологій та цифрової інфраструктури" і досягаються при вивченні ОК "Маркетингові дослідження", "Маркетинг", "Маркетингове ціноутворення", "Курсова робота "Логістика"", "Курсова робота "Маркетинг"", "Курсова робота "Маркетингова товарна політика"" (<https://surl.li/rvujbx>, <https://surl.li/cc/etdkca>); ФК"Здатність використовувати теоретичні положення діджитал-маркетингу, проваджувати маркетингову діяльність у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами", ПРН "Знати теоретичні основи діджитал-маркетингу, володіти практичними навичками із провадження маркетингової діяльності у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами" відповідають ЖЗ"Здатність планувати маркетингові кампанії у цифровому середовищі", Ц4 "Здатність до створення цифрового контенту в процесі маркетингової діяльності", Ц5, Ц6, Ц8, Ц9 і досягаються при вивченні ОК "Маркетингові комунікації", "Маркетинг у соціальних мережах" (<https://surl.li/fraijk>), "Таргетована реклама в соціальних мережах", навч. практик "Вступ до фаху", "Маркетинг" (<https://surl.li/oclllg>), "Організаційно-аналітична практика". Крім того, окремі проф. та цифр.компетентності забезпечуються при викладанні ОК "Інфраструктура товарного ринку", "Маркетингова збутова політика", "Маркетингове ціноутворення", "Інформаційні системи і технології в маркетингу" та ін. (<https://surl.li/cc/cltlkf>, <https://surl.li/nwagqu>) та ін.

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

Під час акредитаційної експертизи в ПДАУ встановлено, що ОПП "Маркетинг" має чітко встановлені цілі, що відповідають її змісту та корелюють зі спеціальністю 075 Маркетинг. ОПП 2021-2023 рр. (<https://surl.li/yubsjq>) мають за мету "Формування висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу суб'єктів господарювання різних розмірів та організаційно-правових форм у відповідності до потреб національної економіки", а в редакції 2024 р. (<https://surl.li/tbmrvv>) "Формування висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу суб'єктів господарювання різних розмірів та організаційно-правових форм відповідно до потреб національної економіки й маркетингового середовища з акцентом на особливостях маркетингової діяльності організацій аграрної сфери". Під час зустрічей з керівництвом та авторами відомостей СО (зустрічі 2, 3) доведено, що особливістю ОП є "вивчення маркетингу, як сучасної концепції управління бізнесом з акцентом на економічних процесах, плануванні і оцінюванні маркетингової діяльності організацій аграрної сфери, враховуючи вимоги ринку праці і діджиталізацію маркетингового середовища". Ця особливість відкоригована порівняно з ОПП 2021-2023 рр. відповідно до викликів зовнішнього середовища, тенденцій на ринку праці та потреб учасників освіт. процесу і відображена в описах ОП 2021-2024 рр. Мета ОП відповідає місії ПДАУ, що полягає у "...гармонійному поєднанні аграр.-продовольчої, адміністр.-управлінської, соціал.-гуманітарної та виробничо-інженерної сфер підготовки висококваліфікованих фахівців з урах. нац.-патріот. інтересів, інд. освіт. особливостей, потреб усіх зацікавл. сторін...", а також візії "...гармонійне поєднання інтересів громадян, бізнесу та держави для досягнення цілей сталого розвитку...", стратегічним напрямом розвитку, що сформовані на основі стратегічних та операційних цілей (ОЦ) ПДАУ, викладеним у Стратегії розвитку ПДАУ на 2024-2030 рр. (<https://surl.li/msurgpc>). Наприклад, ОЦ "Сприяння вихованню здобувачів у дусі патріотизму, нац. самосвідомості, вивчення традицій та культури України", "Створення умов для реалізації творчих здібностей та талантів, утвердження здорового способу життя". Місія університету інтегрує всі цілі життєдіяльності університету, його візії. ЕГ відзначено, що можливості вдосконалення ОП враховані як у Стратегії розвитку, так і Стратегії інтернаціоналізації ПДАУ 2024-2030 рр. (<https://surl.li/kqorhs>), напр., через проєктну діяльність "Підвищення спроможності університетів ініціювати та брати участь у розвитку кластерів на принципах інновацій та сталого розвитку". Під час зустрічі з керівництвом ЗВО (зустріч 2) з'ясовано, що Стратегія розвитку ПДАУ (прот. Вченої ради №5 від 26.12.2023 р., наказ ректора №386 від 26.12.2023 р.) розроблена із залученням широкого кола експертів, НПП кафедри та здобувачів, і конкретизується в щорічному плані моніторингу через систему індикаторів для постійного динамічного розвитку освітніх програм ПДАУ, в т. ч. ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня.

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

Під час зустрічі зі здобувачами (зустріч 5), роботодавцями та випускниками (зустріч 6) встановлено, що під час розробки і перегляду ОП, зокрема, при визначенні цілей та ПРН їх інтереси враховувались достатнім чином. До робочої групи з розробки ОП у 2021-2024 рр. було включено здобувачів, а в ОП 2021, 2024 рр. ще й представника роботодавців - керівника регіонального підрозділу ТОВ «ТД Ресурс» у Полтавській області (м.Полтава), а також отримано рецензії від учасників академічної спільноти, роботодавців (<https://surli.cc/ydblvq>, <https://surli.li/nhpsua>, <https://surli.li/cqzhqi>, <https://surli.lu/fiblhs>) з відображенням урахування досвіду провідних ЗВО, проведених консультацій з фахівцями-практиками та роботодавцями. До обговорення було залучено директорів ТОВ "Українське зерно", маркетингового агентства "AG PR", начальників відділу маркетингу та реклами ФК "Ворскла" та відділу просування та розуміння ТОВ АФ "Маяк", відділу продажів ПП «Лубнимаш», професора каф. маркетингу та логістики СНАУ, випускників та ін. стейкхолдерів, які брали участь в громадському обговоренні проєктів ОП, розширених засіданнях кафедри, круглих столах, неформальних бесідах, конференціях тощо (<https://surli.li/havblf>), де внесли пропозиції щодо модернізації ОП для більш ефективного досягнення цілей і ПРН. Так, наприклад, для посилення опанування здобувачами методів та технологій у практичній сфері, актуалізації змісту ОП за результатами її обговорення та оновлення (<https://surli.li/lwbnuuf>) у 2024 р. до переліку обов'язкових ОК введено ОК "Маркетинг в галузях та сферах діяльності", у 2023 р. ОК "Таргетована реклама в соц. мережах", ОК "Навч.практика "Вступ до фаху" (<https://surli.li/rhcbxw>, <https://surli.li/qmltyv>), у 2022 р. ОК "Підприємництво", "Поведінка споживача" (<https://surli.li/xskxse>), у 2021 р. ОК "Маркетинг у соціальних мережах" (<https://surli.li/rhcbxw>), що підтверджено витягами з прот. розшир. засідань кафедри, які надано на запит ЕГ. Роботодавці, представники академічної спільноти, випускники та здобувачі, присутні на зустрічах 5,6,10, засвідчили свою участь в обговоренні ОП, а також у неформальних бесідах з гарантом і керівництвом кафедри. Зовнішні стейкхолдери та здобувачі (зустрічі 5,6) наголосили, що вносять пропозиції щодо удосконалення ОП в ході щорічних опитувань (<https://surli.li/emnlck>), узагальнені результати у вигляді зведених таблиць пропозицій стейкхолдерів оприлюднюються на сайті (<https://surli.li/pnegwl>). Зацікавлені сторони також залишають пропозиції при обговоренні та оновленні ОП, коли оприлюднюється проєкт ОПП (<https://surli.li/oblucz>). Про врахування наданих пропозицій та рекомендацій усі роботодавці та випускники поінформовані шляхом особистої присутності на засіданнях кафедри та/або в телефонному режимі, про що заявлено на зустрічі 6. ЕГ підтверджує, що коло стейкхолдерів визначено з урахуванням їх професійності, є широким залученням лідерів бізнесу, яке забезпечує достатньо повне врахування потреб, пропозицій та рекомендацій при проєктуванні ОП.

#### **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**

Тенденції науки, ринку праці, розвитку спеціальності відображені у рецензіях, наданих на ОП роботодавцями у 2021-2024 рр. (<https://surli.cc/ydblvq>, <https://surli.li/nhpsua>, <https://surli.li/cqzhqi>, <https://surli.lu/fiblhs>). Так, у рецензії директора марк.агентства "AG PR" підкреслено, що ОП Маркетинг "...відповідає ринк. тенденціям та сучасній маркетинговій практиці...", "...співпраця з регіональним бізнесом сприяє формуванню компетентностей, необхідних для ефективної роботи у сучасному ринк. середовищі..." і рекомендовано додати ОК, які б "забезпечували розвиток творчих здібностей...". Крім того, нач. відділу маркетингу та реклами ФК "Ворскла" зазначив, що ОП "...формує кваліфікованого і конкурентоспроможного фахівця, який відповідає запитам роботодавців...", "...надає студентам важливі фундаментальні знання та навички, необхідні для успішної кар'єри у сфері маркетингу...". Роботодавці та випускники були присутні на зустрічі 6 і підтвердили, що перевагою ОП є врахування побажань стейкхолдерів при формуванні ОК, які за своїм змістом дозволяють сформувати необхідні ЗК і ФК, відображають зміни в галузі маркетингу та економіці регіону, а реалізація ОП відповідає сучас. рівню розвитку науки і практики. Були отримані схвальні відгуки від роботодавців про відповідність компетентностей випускників вимогам ринку праці (зустріч 6,10). ЕГ підтверджує, що регіональний та галузевий контексти у ОП враховано через обов'язкові та вибіркові ОК (<https://surli.li/krdoqu>). Так, ОП 2021-2024 рр. передбачає обов'язкові ОК "Інфраструктура тов. ринку", "Міжнародний маркетинг", "Маркетинг у соц. мережах", "Біржова справа", "Логістика", у 2024 р. введено ОК "Маркетинг в галузях та сферах діяльності" (<https://surli.lu/drvoxdb>); вибіркові ОК міжфакульт. каталогу "Ярмарково-виставкова діяльність", "Електронний бізнес" (<https://surli.li/zfgjrp>), факульт. каталогу "Реклама і рекламна діяльність", "Маркетинг послуг" (<https://surli.li/tprcpa>), переліку проф. підготовки "Маркетинг територій" (<https://surli.cc/htizfn>) та ін.; вибір баз практик (<https://surli.lu/dnryrw>), написання курс. робіт (<https://surli.li/gkupov>, <https://surli.li/ehiiuu>), що орієнтовані на врахування регіонального та галузевого змісту. Під час розроблення ОП вивчався досвід іноземних ЗВО: Collegium Civitas, Erasmus School of Economics, Люблінський технічний університет, Академія Вища школа бізнесу та ін., а також вітчизняних - КНУТШ, НУ "Одес. політехніка", НУ "Львів. політехніка", ХНЕУ, СНАУ, ДДАЕУ та ін., їх спрямованість, ОК, структура тощо. Під час зустрічі з ЕГ з'ясувала, що результатом порівняння є висновок про наявність спільних рис ОП: необхідності підготовки фахівців з акцентом на диджиталізації та врахуванні галузевих особливостей, які обізнані з новітніми марк.інструментами, що враховано при розробці даної ОП. Викладене свідчить: при складанні ОП, її мети, ПРН були достатнім чином враховані сучасні тренди розвитку маркетингу, галуз. та регіон.контексти, вимоги як вітчизняного, так і міжнародного ринків праці.

#### **Загальний аналіз щодо Критерію 1:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ОП та освітня діяльність за ОП загалом відповідають вимогам підкритеріїв: досягаються як результати навчання, визначені стандартом вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня, так і додатково введені (підкритерій 1.1). При цьому ; ОПП не передбачає присвоєння професійних кваліфікацій, однак, зміст ОП відповідає окремим вимогам Професійного стандарту "Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)" (підкритерій 1.2); освітня програма має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії ПДАУ (підкритерій 1.3); мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (здобувачів, випускників, роботодавців) (підкритерій 1.4); 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 (підкритерій 1.5). Також встановлено, що ОП загалом відповідає вимогам підкритерію 1.1, визначена слабка сторона за цим підкритерієм не є суттєвою, оскільки не порушує законодавство і загалом не впливає на реалізацію ОП. Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 1. Позитивно можна вважати практику залучення широкого пулу експертів, НПП кафедри та здобувачів ОП для проведення відповідних досліджень з розроблення Стратегії розвитку ЗВО.

## Недоліки

У деяких ОК відповідно до матриць забезпечення відповідності компетентностей та ПРН відповідними компонентами ОП є не достатньо обґрунтоване коло досягнення окремих компетентностей та ПРН. Зокрема, ОК "Підготовка та складання атестаційного екзамену" відображає взаємозв'язок з усіма ЗК, ФК і ПРН, що за змістом Програм атестації та атестаційного екзамену (<https://surl.li/agacrh>) слабо корелюється, наприклад, із ЗК 2 "Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя", ЗК 11 "Здатність працювати в команді", ЗК12 "Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)", ЗК13 "Здатність працювати в міжнародному контексті"; ПРН4 "Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію", ПРН 11 "Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта", ПРН 13 "Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи", ПРН 14 "Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення", ПРН 16 "Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки", які більше пов'язані з практичною діяльністю, ніж з атестаційною складовою ОП.

## Рекомендації

При наступному перегляді ОП переглянути матриці забезпечення програмних компетентностей і результатів навчання атестації на предмет визначення їх більш тісного зв'язку та відповідності атестаційного екзамену характеристикам освітньої компоненти.

## 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)**

Освітньо-професійна програма "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://surl.li/dwcizo>) затверджена Вченою радою ПДАУ, протокол № 6 від 27.02.2024 р. і розроблена з урахуванням вимог стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 "Маркетинг", затверджені Наказом МОН № 1343 від 05.12.2018 року. ОПП щорічно переглядається, на сайті представлено також ОПП "Маркетинг" для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в редакції 2021-2023 рр. (<https://surl.li/yubsjq>). Структура і зміст ОПП визначаються "Положенням про організацію освітнього процесу в ПДАУ" (<https://surl.li/rvarpk>), деталізуються у "Методичних рекомендаціях з розроблення освітньої (освітньо-професійної, освітньо-наукової) програми I-III рівнів вищої освіти в ПДАУ" (<https://surl.li/efbhoo>). До ОПП додані навчальні плани денної форми навчання (набір на заочну форму не здійснюється), затверджені ректором ПДАУ (28.05.2024 р., 24.05.2023 р., 23.06.2022 р., 18.05.2021 р.), що розміщені на сайті (<https://surl.li/yubsjq>) та відповідають ОП та встановленим вимогам. Обсяг ОП Маркетинг

становить 240 кредитів ЄКТС, що відповідає ст.5 Закону України "Про вищу освіту" та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Обсяг обов'язкових ОК, спрямованих на опанування компетентностей та досягнення РН, визначених СВО, становить 180 кредитів ЄКТС. Загальний обсяг ОК за вибором здобувачів становить 60 кредитів ЄКТС, тобто 25%. Таке співвідношення відповідає вимогам Закону України "Про вищу освіту", відповідно до яких обсяг дисциплін за вільним вибором здобувачів має становити не менше 25%. На практичну підготовку передбачено 31,5 кредитів ЄКТС. ОПП Маркетинг 2020-2024 рр. оприлюднені на сайті ПДАУ на сторінці "Освіта" у вкладці "Освітні програми" за посиланням (<https://surl.li/yubsjq>). Експертами проаналізовано ОПП "Маркетинг" і встановлено відповідність Стандарту вищої освіти за обсягом, структурою, програмними компетентностями, програмними результатами навчання і формою атестації здобувачів.

**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**

ОПП чітко структурована, загальний час навчання в цілому пропорційно розподілений за семестрами і роками навчання. В ОП 2024 р. обов'язкові ОК становлять 180 кредитів (кр.), з яких за циклом компонентів заг. підготовки 43 кр., проф. підготовки - 102,5 кр. (у т.ч. практ. підготовка: "Навчальна практика "Вступ до фаху"" (4,5 кр.), "Навчальна практика "Економічна інформатика"" (3 кр.), "Навчальна практика "Маркетинг"" (9 кр.), "Комплексна практика з фаху" (6 кр.), "Організаційно-аналітична практика" (9 кр.)), а також атестація у формі атестац. екзамену (3 кр.). У 2022-2023 рр. обсяг ОК загальної підготовки становили 43 кр., у 2021 р. - 48 кр., навчальна та виробнича практики за обсягом змін не зазнавали і становили відповідно 16,5 і 15 кр. Обсяг вибірових ОК становить 60 кр., що у 2024 р. містять ОК заг. підготовки (28 кр.) та проф. підготовки (32 кр.). Навчальний план (НП) сформований відповідно до опису ОП та структурно-логічної схеми, що є збалансованою з відповідними міждисциплінарними зв'язками. ЕГ проаналізувала "Перелік компонент освітньо-професійної програми" (Розділ 2 ОП) і встановила, що ОП забезпечує формування всіх програмних компетентностей і досягнення всіх включених до неї ПРН відповідно до СВО, а також ЗК 15 "Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності", введenu відповідно до наказу МОНУ № 842 від 13.06.2024р., що повною мірою забезпечуються обов'язковими ОК. Вибіркові ОК, включені до ОПП, підсилюють формування ЗК, ФК і досягнення ПРН і є логічним підкресленням особливостей ОПП. Аналіз РП і силабусів ОК (<https://surl.li/bwmjgn>), наскрізної програми практики (<https://surl.li/auiguw>), програм атестації та атестаційного екзамену (<https://surl.cc/cxeoxf>, <https://surl.li/zryhab>) в частині як змісту, так і результатів навчання показав, що зміст ОП в цілому має чітку структуру, ОК є логічно взаємопов'язаними і дозволяють досягти цілей та ПРН. Формування загальнокульт. та громадянських компетентностей та досягнення ПРН, необхідних для активної участі у суспільному житті, забезпечується за рахунок ОК "Історія та культура України", "Укр.мова (за професійним спрямуванням)", "Філософія", "Правознавство", "Університетська освіта", "Безпека життєдіяльності та основи охорони праці", "Навчальна практика "Вступ до фаху"", що дозволяють здобувачам самостійно аналізувати та виявляти закономірності суспільних процесів. Так, напр. на зустрічі з було підтверджено, що здобувачі вивчають закони розвитку природи, закономірності й особливості розвитку української державності, суспільства, культури, національної ідентичності в контексті світових історичних процесів, патріотичний світогляд, активну соціальну і громадянську позицію (ОК "Історія та культура України"), досліджують взаємозв'язок маркетингу та розвитку суспільства, особливостей застосування марк. інструментів у воєнні та післявоєнні часи (ОК "Логістика", "Маркетинг", "Зовнішньоеконом. діяльність підприємства").

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

Аналіз змісту ОП свідчить про відповідність предметній області, визначеній Стандартом спеціальності 075 "Маркетинг" першого рівня вищої освіти (Наказ МОНУ № 1343, 05.12.2018 р.). На основі вивчення силабусів і робочих програм обов'язкових фахових ОК (<https://surl.li/bwmjgn>) ЕГ встановила, що вони розкривають поняття, концепції, принципи маркетингу та уможливають їх використання в практ. сфері. Об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання відповідають СВО. ОК, передусім обов'язкові, в цілому відповідають спеціальності 075. Аналіз змісту та структури наскрізної програми практики (<https://surl.li/scixqa>), атестації (<https://surl.li/uxpjid>, <https://surl.li/repjco>) свідчить про відповідність предметній області. Для посилення опанування здобувачами методів та технологій у практичній сфері, актуалізації змісту ОП за результатами її обговорення та оновлення (<https://surl.li/lwbnuuf>) у 2024 р. до переліку обов'язкових ОК введено ОК "Маркетинг в галузях та сферах діяльності", у 2023 р. ОК "Таргетована реклама в соц. мережах", ОК "Навчальна практика "Вступ до фаху" (<https://surl.li/rhcbxw>, <https://surl.li/qmltyv>), у 2022 р. ОК "Підприємництво", "Поведінка споживача" (<https://surl.li/xskxce>), у 2021 р. ОК "Маркетинг у соціальних мережах" (<https://surl.li/rhcbxw>), що відповідає предметній області в контексті вивчення специфіки діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та типах ринків, змісту маркетингової діяльності, формування управлінських рішень у сфері маркетингу на основі сучасних інструментів та технологій. Крім того, у процесі навчання використовуються сучасні прикладні програми і програмні продукти, необхідні для роботи у сфері маркетингу: KoboToolBox, Microsoft Excel, Vista Create, Ads Manager, SRM системи (SalesDrive) та ін. ("Інформаційні системи і технології в маркетингу", "Маркетинг у соціальних мережах", "Таргетована реклама в соціальних мережах", "Маркетингові дослідження",

"Маркетингові комунікації"), необхідні для провадження ефект. маркетинг. діяльності, що підтверджено на зустрічах 4, 7. Практична підготовка забезпечує опанування знань і вмінь у контексті освоєння методів і засобів практичної професійної діяльності в сфері маркетингу, сприяє зближенню теоретичної і практичної складових ОП. Також в ОП включені ОК загальної підготовки "Університетська освіта", "Економічна інформатика", "Правознавство", які надають знання, пов'язані із вивченням форм взаємовідносин людей у проф. сфері, їх ціннісний зміст і значимість; застосуванням інструментів та технологій в бізнесі, що відповідає вимогам до фахівців у галузі маркетингу на ринку праці, теоретичному змісту предметної області. Слід відмітити, що у межах вивчення ОК, наприклад, "Логістика" (<https://surl.li/fnozhu>), "Зовнішньоекономічна діяльність підприємства" (<https://surl.li/xngmfx>) та ін., розглядаються особливості адаптації підприємств під час криз та війни в країні, що було підтверджено на зустрічах 3,4.

#### **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**

Можливість формування індив. освіт. траєкторії здобувачів ОП Маркетинг визначена та регулюється "Положенням про забезпечення права на вибір здобувачами вищої освіти в ПДАУ" (наказ № 275,15.09.2021, <https://surl.li/xelcvf>), окремі процедури її реалізації - "Положенням про організацію освітнього процесу ПДАУ" (<https://surl.li/bxsgxr>), "Положенням про індив. навч. план здобувача вищої освіти ПДАУ" (<https://surl.li/gtemqg>). Також здобувачі мають можливість реалізації індив. освіт. траєкторії через вибір ОК вибіркового блоку у ЗВО-партнерах ПДАУ, реалізуючи право на академічну мобільність ("Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу в ПДАУ" (<https://surl.li/fjfgwt>), а також визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та інформальної освіти ("Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти ПДАУ" (<https://surl.li/phmjdjz>)). ОПП Маркетинг містить ОК вільного вибору обсягом 60 кр. ЕКТС, або 25 % від загального обсягу ОП, що повністю відповідає ЗУ "Про вищу освіту". Вибіркові ОК вивчаються у 3-8 семестрах. ЕГ з'ясувала, що здобувачі можуть формувати індив. освітню траєкторію через визнання результатів попереднього навчання (у межах, визначених ОП), академічної мобільності (<https://surl.li/cc/khfrte>), неформальної освіти (<https://surl.li/ersbkn>); особистий вибір здобувачами тем курсових робіт та індивідуальних завдань, баз практик у межах практичної підготовки; вибору ОК міжфакультетського, факультетського переліків та дисциплін ОПП (<https://surl.li/kvyzre>), які оновлюються відповідно до вимог ринку праці, реалій сьогодення, пропозицій стейкхолдерів та ін. ПДАУ проводить щорічне опитування здобувачів щодо якості ОП, у т.ч. можливості формування індив. освіт. траєкторій здобувачів, результати якого свідчать про високий рівень забезпечення реалізації права здобувачів на вільний вибір ОК (<https://surl.li/nmquus>). Так, більшість анкетованих (97,1%) вказали, що мали можливість самостійно обрати освітні компоненти та ознайомитися з їх навчальним контентом. На зустрічах 4,5 підтверджено, що здобувачі проінформовані про терміни та особливості здійснення вибору; куратори надають інформ. супровід протягом всього процесу вибору; розроблено покрокову інструкцію (<https://surl.li/viarnl>). Здобувачі ознайомлюються зі змістом ОК вільного вибору шляхом опрацювання РП та силабусів (<https://surl.li/vphxtn>). Вибрані здобувачем ОК включаються до індив. НП і є обов'язковими для вивчення. За результатами ознайомлення з документами, що регулюють порядок вибору дисциплін, інформацією, отриманою під час візиту ЕГ дійшла висновку, що структура ОП Маркетинг передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, через індивідуальний вибір здобувачами ОК у необхідному обсязі. У ПДАУ розроблена і використовується зрозуміла і прозора процедура вибору.

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

ОПП Маркетинг передбачено різні види практичної підготовки на кожному курсі у весняному семестрі: навчальні практики "Вступ до фаху" (4,5 кр.), "Економічна інформатика" (3 кр.), "Маркетинг" (9 кр.), виробничі практики "Комплексна практика до фаху" (6 кр.), "Організаційно-аналітична практика" (9 кр.). Проведення практики здобувачів вищої освіти регламентується "Положенням про проведення практики студентів ПДАУ" (<https://surl.li/tjdyml>), "Положенням про організацію освітнього процесу ПДАУ" (<https://surl.li/zkhgxs>). Усі види практичної підготовки забезпечені відповідними робочими програмами (<https://surl.li/cmiqpt>, <https://surl.li/lcffms>, <https://surl.li/ofzphq>, <https://surl.li/ccbgiw>, <https://surl.li/oysxnt>), наскрізною програмою практики (<https://surl.li/pcwcze>), а також спеціальна вкладка на сайті (<https://surl.li/vtfwhe>), де детально розписано зміст, вимоги, бази практик, зразки документів, ЗК, ФК, ПРН тощо. Крім того, на зустрічах ЕГ із НПП та здобувачами (зустрічі 4, 5) з'ясовано, що на практичних, семінарських та лабораторних заняттях проводиться розгляд ситуаційних, творчих, аналітичних, розрахункових завдань, ділових ігор ("Маркетингові комунікації", "Логістика", "Маркетинг" та ін.); здобувачі систематично відвідують різні екскурсії на виробництво (<https://surl.li/psinyf>). Аналіз документів та результати зустрічей ЕГ з НПП, здобувачами, роботодавцями і випускниками, керівниками структурних підрозділів (зустрічі 4-6, 9) дозволяють стверджувати, що зміст практичної підготовки відповідає цілям ОП, і під час практики здобувачі поглиблюють та закріплюють теоретичні знання дисциплін навчального плану. Окремо опитування щодо якості організації практичної підготовки на ОП, не проводяться, а за результатами опитування в межах ЗВО щодо визначення рівня методичного забезпечення, а також систематичності та повноти консультування студентів можна стверджувати про достатній рівень та обсяг практичної підготовки (<https://surl.li/sibfjq>). Згідно з Переліком компонент ОПП (Розділ 2) усі види навчальної та виробничої практик мають на меті формування необхідних ЗК, ФК, ПРН (<https://surl.li/pcwcze>). Базами практики для здобувачів визначено підприємства, розташовані на території України, за умов забезпечення ними виконання у повному обсязі вимог, передбачених програмою практики. Для розроблення наскрізної практики залучалися представники

роботодавців для узгодження та уточнення мети, завдань та змісту практичної підготовки. На зустрічі 6 з'ясовано, що здобувачі загалом обізнані у застосуванні сучасних технологій маркетингової діяльності, що використовуються у практиці різних компаній. ЕГ відмітила, що до освітнього процесу постійно залучаються професіонали практики, експерти та представники роботодавців згідно з інформацією на сайті кафедри, що підтверджено на зустрічах зі здобувачами і роботодавцями (зустрічі 5,6).

## **6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок**

Набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям ОП, здійснюється шляхом опанування як загальними, так і фаховими компетентностями, включеними до ОП. Як свідчить Перелік компонент ОПП (Розділ 2 ОП), загальні компетентності формують обов'язкові ОК, серед яких пріоритетними є "Економічна інформатика", "Університетська освіта", "Зовнішньоекономічна діяльність підприємства", "Маркетингові комунікації", "Підприємництво", практична підготовка, а також вибіркові ОК. Процес формування соціальних навичок через опанування загальними компетентностями відображений у робочих програмах і силабусах обов'язкових навчальних дисциплін, долучених до системи НА і розміщених на сайті (<https://surl.li/xubumn>). Також здобувачі мають можливість розвивати свої соціальні навички завдяки проведенню різних заходів: екскурсій, зустрічей, тренінгів, квестів, майстер-класів, дебатів тощо (<https://surl.li/rbuylf>), що допомагає вдосконалити навички критичного мислення, самомотивації, психологічної стабільності, патріотизму тощо; а також конкурсів, проєктів, акцій, бізнес-ігор, майстер-класів тощо (<https://surl.li/cqmeae>), які сприяють формуванню у здобувачів навичок командної роботи, ефективного управління часом та розуміння важливості дотримання дедлайнів. Крім того, здобувачі беруть участь у студентському науковому гуртку "Новітній маркетинг" (<https://surl.li/nfxixg>), який створює сприятливі умови для розкриття наукового та творчого потенціалу. Здобувачі та представники студентського самоврядування під час зустрічей з експертами (зустрічі 5, 8) навели приклади соціальних навичок (креативність, критичне мислення, комунікативність та ін.), здобутих у процесі вивчення дисциплін, що допомагають при написанні і захисті курсових робіт, звітів з практики; під час участі в наукових конференціях, науково-практичних семінарах, тренінгах та інших заходах, які проводяться у ПДАУ, та висловили задоволення можливістю застосування цих навичок у практичній діяльності. Під час практичної підготовки здобувачі набувають навичок організаторської та управлінської діяльності, міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач у сфері маркетингу, що було підтверджено на зустрічі 6.

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

Аналіз змісту компонентів ОП показав достатність обсягу аудиторної та самостійної роботи для досягнення ПРН. Відповідно до "Положення про організацію освітнього процесу ПДАУ" (<https://surl.li/bxsgxr>) навантаження здобувача з ОК складається з аудиторної роботи (лекцій, лабораторних, практичних, семінарських занять, консультацій), самостійної роботи та контрольних заходів, на які розподілено кредити, встановлені для навчальних дисциплін. У ПДАУ також розроблено "Положення про організацію самостійної роботи здобувачів вищої освіти ПДАУ" (<https://surl.li/znvkle>), що регламентує види, форми, організацію, контроль, методичне забезпечення та умови для самостійної роботи здобувачів вищої освіти. Обсяг аудиторних годин на один кредит становить для здобувачів першого рівня вищої освіти 10 годин (для ОК, що мають нецілі значення обсягу кредитів, аудиторні години пропорційно збільшуються). Фактичне навантаження здобувачів за ОП 2024 р. становить 240 кред. (7200 год.), з них навчальні дисципліни – 205,5 кред. (6165 год.), у т.ч. аудиторні заняття – 2050 год. (28,5% від заг. обсягу год.), самостійна робота – 415 год. (57,2% від заг. обсягу год.). На вивчення обов'язкових ОК відведено 180 кред.: з них 43 кред. (23,9%) – на дисципліни загальної підготовки; 102,5 кред. (56,9%) – на дисципліни професійної підготовки; 31,5 кред. (17,5%) – на практику; 3 кред. (1,7%) – на підготовку та складання атестаційного екзамену. Сумарний обсяг ауд. навчальних занять для денної форми навчання за ОС Бакалавр даної ОП не перевищує 19 год. на тиждень, а самостійної роботи - не менше 20 год. в кожному кредиті ОК (66% від заг. обсягу ОП), що відповідає встановленим вимогам, регламентується нормативними документами МОНУ, НП, робочим НП. Співвідношення обсягу аудиторних занять і самостійної роботи здобувача визначається з урахуванням специфіки та змісту конкретної навчальної дисципліни, її місця, значення в реалізації ОП, а також питомої ваги в освітньому процесі. Окремо для дисциплін ОП розроблено плани та/або методичні вказівки для самостійної роботи, що були продемонстровані під час огляду матеріально-технічної бази та системи Moodle, в яких визначено питання самоконтролю, завдання з необхідними поясненнями, рекомендована література тощо. На зустрічі з ЕГ (зустріч 5) здобувачі повідомили, що під час навчального процесу і виконання самостійної роботи не відчують перевантаження або недовантаження. Звідси можна припустити, що фактичне навантаження здобувачів, як правило, відповідає обсягу окремих ОК. Крім того, окремо проводиться моніторинг ефективності самостійної роботи (<https://surl.li/vishxk>), результати якого свідчать про вчасне знайомлення здобувачів із завданнями, критеріями оцінювання якості, метою, переліком завдань, трудомісткістю, строками виконання (98,7%); високу оцінку використання системи Moodle, сучасність навчальної літератури, метод. рекомендацій для виконання завдань, додаткових матеріалів (відео уроки, електронні фахові спецвипуски тощо) (96,1%).

## **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)**

У ПДАУ створено умови для запровадження елементів дуальної освіти, зокрема, затверджено "Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти у ПДАУ" (<https://surl.li/hvbqsa>), яке визначає порядок організації та здійснення підготовки фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти, а також інформаційна підтримка (<https://surl.li/nkgulu>). За ОП Маркетинг підготовка здобувачів першого рівня вищої освіти за дуальною формою освіти не здійснюється. Крім того, аналіз структури ОП та її окремих ОК свідчить, що практикоорієнтованість достатнім чином забезпечується вивченням різних практичних ситуацій, кейсів, наприклад, ОК "Маркетингові комунікації", "Маркетинг", "Логістика", "Маркетингова товарна політика", "Таргетована реклама в соціальних мережах", "Маркетингове ціноутворення" та ін., регулярним запрошенням представників роботодавців для проведення гостьових лекцій, круглих столів, тренінгів тощо (<https://surl.li/hvdfj>, <https://surl.li/kbecnt>; <https://surl.li/rifpsj>) з висвітленням сучасних завдань у професійній діяльності маркетологів, практичних знань з діджитал-маркетингу, маркетингової діяльності у соціальних мережах та таргетингу, механізмів для підвищення рівня особистої професійної підготовки, підходів для оцінки ефективності підприємницької діяльності, планування розвитку компаній та ін.

## **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**

ОП забезпечує набуття здобувачами компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку ООН до 2030 р., зокрема, з позиції отримання здобувачами якісної освіти на високому професійному рівні з дотриманням вимог чинного законодавства (Ціль 4. Якісна освіта). Мета ОП корелює з цілями сталого розвитку, оскільки підготовка фахівців маркетингу сприяє розвитку стійкої економіки, ефективному виробництву та споживанню, інноваційних рішень для бізнесу та забезпеченню якісної освіти. У межах обов'язкових ОК "Міжнародний маркетинг", "Зовнішньоекономічна діяльність підприємства", "Ринок праці і соціально-трудові відносини" розглядаються форми виходу підприємств на зовнішні ринки, соціальної відповідальності бізнесу, міжнародної інтеграції та партнерства ринкових суб'єктів заради сталого розвитку (Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку); ОК "Інфраструктура товарного ринку", "Конкурентоспроможність підприємства", "Маркетинг в галузях та сферах діяльності" (Ціль 8 "Гідна праця та економічне зростання"); ОК "Маркетинг у соціальних мережах", "Маркетингове ціноутворення", "Маркетинг", "Поведінка споживачів", "Логістика" спрямовані на розуміння соціально-етичного маркетингу, сучасних підходів ефективного управління природними ресурсами, свідомого споживання, створення ефективнішого виробництва та ланцюгів постачання, що сприяє переходу до більш ресурсоефективної економіки. Крім того, до вибірових ОК професійної підготовки долучено ОК "Маркетинг територій" (<https://surl.li/lnwvkg>), що висвітлює роль міст і специфіку міського маркетингу, регіональний маркетинг тощо (Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад), а також у межах переліку ОК навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій ОК "Сталий розвиток", яка спрямована на вивчення питань значної частини глобальних цілей, пов'язаних зі збереженням ресурсів, дотриманням екологічних умов, економічним зростанням, відповідальним споживанням та виробництвом. Крім того, стратегія розвитку ПДАУ 2024-2030 рр. (<https://surl.li/phthyp>) передбачає дотримання та впровадження цілей сталого розвитку, для чого створено ресурсний центр (<https://surl.li/nodlzt>); здійснюється збір батарейок, встановлено сонячні панелі, про що повідомлено на зустрічі 7; здобувачі залучені до різних заходів популяризації цілей сталого розвитку (<https://surl.li/emgzqd>, <https://surl.li/gvedsl>, <https://surl.li/uszoc>).

### **Загальний аналіз щодо Критерію 2:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ОП та освітня діяльність за ОП відповідають вимогам підкритеріїв: обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів ОПП Маркетинг ПДАУ відповідають законодавству та стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (підкритерій 2.1); 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 ОПП Маркетинг ПДАУ забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів (підкритерій 2.2); зміст освітньої програми відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг (підкритерій 2.3); структура і зміст ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня передбачають можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі 60 кр.ЄКТС (25% від загального обсягу ОП), що повністю відповідає ЗУ "Про вищу освіту" (підкритерій 2.4); освітня програма та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності (підкритерій 2.5); освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (підкритерій 2.6); структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (підкритерій 2.8); 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 (підкритерій 2.9). Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 2. Позитивними практиками ЕГ вважає: 1. Практикоорієнтованість освітніх компонентів та освітньої програми в цілому за рахунок активної взаємодії з роботодавцями, випускниками і залучення їх до освітнього процесу на регулярній основі (гостьові лекції, тренінги тощо). 2. Створення можливості та системна її реалізація щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії за рахунок вибору здобувачами дисциплін для вивчення у ЗВО-партнерах. 3. Широкий спектр програмного інструментарію для досягнення ПРН. 4. Створення ресурсного центру, збір батарейок, встановлення сонячних панелей, залучення здобувачів до різних заходів популяризації цілей сталого розвитку.

## Недоліки

не виявлено

## Рекомендації

Продовжувати системну роботу щодо відповідності обсягу і структури освітньої програми вимогам законодавства, Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності "Маркетинг", забезпечуючи логічну послідовність вивчення освітніх компонентів, реалістичне охоплення кожного ПРН змістом обов'язкових освітніх компонентів програми, відповідність предметній області спеціальності "Маркетинг", формування індивідуальної освітньої траєкторії відповідно до законодавства, практичну підготовку здобувачів для здобуття компетентностей, потрібних для подальшої професійної діяльності, а також набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок і компетентностей щодо досягнення глобальних цілей сталого розвитку, відповідність обсягу ОК законодавству, фактичному навантаженню здобувачів та програмним результатам навчання, практикоорієнтованість освітньої програми.

## 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**

У процесі акредитаційної експертизи експертна група встановила, що вступ для здобуття ступеня бакалавра в ПДАУ регулюється низкою нормативних документів, зокрема: Правилами прийому до ПДАУ (<https://surl.li/qpucqd>), Положенням про приймальну комісію ПДАУ 2024 року (<https://surl.li/lspctp>), Положенням про апеляційну комісію ПДАУ 2024 року (<https://surl.li/iqozsr>), Положенням про порядок визнання та перезарахування кредитів ЄКТС при вступі до ПДАУ (<https://surl.li/utkmxe>). Усі зазначені документи знаходяться у відкритому доступі на офіційному вебсайті ПДАУ у розділі для вступників (<https://surl.li/qkjqr>). На вебсторінці Університету всі посилання щодо правил прийому залишаються активними, починаючи з 2016 року, що на думку ЕГ сприяє прозорості вступного процесу. Для здобуття вищої освіти ступеня бакалавра у ПДАУ можуть вступати особи, які мають повну загальну середню освіту або кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста, освітньо-професійний ступінь фахового молодшого бакалавра чи освітній ступінь молодшого бакалавра. Перезарахування кредитів ЄКТС здійснюється згідно з Положенням про порядок визнання та перезарахування кредитів ЄКТС при вступі до ПДАУ (<https://surl.li/utkmxe>). Вступ здійснюється на конкурсній основі за результатами вступних випробувань та обов'язковою є подача мотиваційного листа. На підставі аналізу відповідної документації та проведених зустрічей експертна група дійшла висновку, що Правила прийому на навчання за освітньо-професійними програмами у ПДАУ повністю відповідають чинному законодавству, є чіткими, зрозумілими та не містять дискримінаційних положень. Правила прийому до закладу вищої освіти узгоджуються з вимогами Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти, затвердженого ЦОВВ у 2025 році.

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

Алгоритм вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня "Бакалавр" у ПДАУ за спеціальністю 075 "Маркетинг" освітньої програми "Маркетинг" розміщений у відкритому доступі на вебсторінці приймальної комісії у розділі для вступників (<https://surl.li/qkjqfp>). Інформація публікується після затвердження Наказу МОН щодо порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти у поточному році. У 2021 році встановлювався єдиний перелік предметів для вступу: українська мова і література, математика та один предмет на вибір. У 2022, 2023 та 2024 роках Міністерство освіти і науки України визначало перелік предметів для НМТ: у 2022 році – українська мова, математика, історія України; у 2023 році – українська мова, математика та предмет на вибір; у 2024 році – українська мова, математика, історія України та предмет на вибір. Протягом 2020-2021 років вагові коефіцієнти для конкурсних предметів складали 0,4, 0,3 та 0,2 відповідно. Починаючи з 2022 року, коефіцієнти визначає МОН. Для вступу на місця державного замовлення мінімальний конкурсний бал становить 130, а для вступу на контракт – 100. Також з 2022 року подача мотиваційного листа стала обов'язковою. При вступі на основі кваліфікаційного рівня НРК 5 Університет може здійснювати перезарахування кредитів ЄКТС у межах максимально допустимого обсягу, визначеного стандартом. Такі вступники мають можливість навчатися за скороченим терміном відповідно до Положення про порядок визнання та перезарахування кредитів ЄКТС при вступі до ПДАУ (<https://surl.li/utkmxe>). Вкладка "Про спеціальності" ([surl.li/hciscp](https://surl.li/hciscp)), зокрема, у спеціальності 075 "Маркетинг" (<https://surl.li/gicech>) наведено інформацію про профіль освітньої програми, ключові результати навчання та вимоги до випускників, що відповідають специфіці програми.

**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**

Порядок визнання та зарахування результатів навчання, здобутих в інших закладах вищої освіти, зокрема під час академічної мобільності, регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в ПДАУ (<https://surl.li/euahnw>), Положенням про порядок визнання та перезарахування кредитів ЄКТС при вступі до ПДАУ (<https://surl.li/utkmxe>), Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу в ПДАУ (<https://surl.li/sxzbdb>). У цьому документі визначено процедуру зарахування результатів попереднього навчання та ліквідації академічної різниці у разі поновлення або переведення здобувача з іншого закладу вищої освіти України. Крім того, питання зарахування результатів формального навчання регулюється Положенням про порядок визнання РН здобутих у неформальній та інформальній освіті ПДАУ (<https://surl.li/djqook>). Визнання результатів навчання, отриманих у закладах вищої освіти (наукових установах) – партнерах, здійснюється відповідно до Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу в ПДАУ (<https://surl.li/sxzbdb>). Це положення ґрунтується на документах Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) та визначає порядок участі здобувачів освіти у програмах академічної мобільності. Під час онлайн-зустрічі здобувачі освіти підтвердили, що отримують інформацію про можливості академічної мобільності від викладачів та учасників відповідних програм. Крім того, здобувачі зазначили, що активно користуються можливостями академічної мобільності, наприклад, було підтверджено, що під час направлення у Полтавський університет економіки і торгівлі для опанування дисципліни "Контент-маркетинг", та їм перезарахували РН (<https://surl.li/hggvok>). Експертна група дійшла висновку, що правила та процедури визнання результатів навчання, здобутих за іншими освітніми програмами, належним чином виконуються та відповідають встановленим вимогам. На ОП враховано рекомендації попередньої акредитаційної експертизи щодо активного інформування здобувачів ВО про можливості участі у програмах академічної мобільності зокрема міжнародної (<https://surl.li/fnhicd>).

**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**

Згідно з Положенням про порядок визнання РН, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами ВО, доступним за посиланням (<https://surl.li/zsmvgy>), визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті поширюється на обов'язкові та вибіркові освітні компоненти освітньої програми або їх частини. Заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати такі результати навчання, але не більше ніж 25% від загального обсягу освітньої програми. Експертна група, провівши зустрічі з гарантом освітньої програми, науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти та представниками структурних підрозділів, встановила, що ПДАУ приділяє значну увагу залученню студентів до участі в заходах неформальної освіти. Це включає організацію та проведення тренінгів, запрошення професіоналів-практиків для обміну досвідом, а також заохочення до проходження курсів на освітніх онлайн-платформах. ЕГ встановлено, що протягом 2021-2025 років здобувачі успішно отримали сертифікати від платформ Prometeus, Campster, EdEra, Udemy, Дія.Освіта, відповідно до цих сертифікатів було перезараховано результати навчання за окремими ОК (<https://surl.li/vhdjrs>, <https://surl.li/odtmxf>). На ОП враховано зауваження попередньої акредитаційної експертизи щодо постійного інформування здобувачів ОП про можливості визнання і перезарахування РН, здобутих у неформальній / інформальній освіті. Перелік рекомендованих онлайн-курсів наведено у силабусах та робочих навчальних програмах ОК (<https://surl.li/skulju>).

## **Загальний аналіз щодо Критерію 3:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ОП повністю відповідає вимогам критерію 3: У правилах прийому на освітню програму містяться чіткі, прозорі та недискримінаційні положення, що враховують специфіку ОПП Маркетинг (підкритерій 3.1 та 3.2). ПДАУ в рамках ОП визнає програмні результати навчання та кваліфікації, здобуті в межах інших освітніх програм, зокрема під час академічної мобільності. На офіційному вебсайті ПДАУ розміщено у відкритому доступі всі нормативні документи, що визначають детальний порядок визнання результатів навчання студентів, отриманих в інших закладах вищої освіти, зокрема під час академічної мобільності, а також у неформальній освіті (підкритерій 3.3 та 3.4). Експертна група вважає, що процедури вступу та визнання результатів навчання за освітньою програмою «Маркетинг» загалом відповідають якісним характеристикам, визначеним у Критерії 3. Позитивними практиками вважається залученість здобувачів освіти до внутрішньої та зовнішньої академічної мобільності, прозорі процедури перерахування результатів навчання, отриманих у неформальній, інформальній освіті.

### **Недоліки**

не виявлено

### **Рекомендації**

Гаранту освітньої програми у співпраці з відділом міжнародної академічної мобільності слід і надалі активно працювати над розширенням міжнародного партнерства, збільшенням можливостей для академічної мобільності студентів і викладачів, а також сприяти інформуванню академічної спільноти про наявні міжнародні програми.

## **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**

У ході зустрічей із науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти експертна група встановила, що в освітньому процесі за освітньою програмою поряд із традиційними методами навчання, такими як лекції, семінарські та практичні заняття, проблемне навчання, самостійна робота та контрольні заходи, активно застосовуються й інноваційні підходи. Зокрема, НПП зазначили такі інноваційні підходи, як використання методів брейнстормінгу, кейс-методу та дискусій, також зазначено використання інструментів штучного інтелекту. Під час зустрічі 5 зі здобувачами освіти було підтверджено наявність у ПДАУ сучасного програмного забезпечення. Гарант ОП продемонстрував використання програм Vista Create, Kobo.Tool.Box. На зустрічі з науково-педагогічними працівниками встановлено, що вибір методів навчання здійснюється вільно, відповідно до змісту освітніх компонентів, із врахуванням передових практик викладання. На зустрічі 7 ЕГ було продемонстровано використання комп'ютерів, мультимедійних проекторів, планшетів під час реалізації освітнього процесу. Окрім цього, в освітньому процесі активно застосовуються платформи Google Meet та LMS Moodle. Академічна свобода здобувачів вищої освіти у ПДАУ реалізується через можливість вибору дисциплін професійної та практичної підготовки, що регламентується відповідними нормативними документами: "Положенням про організацію освітнього процесу ПДАУ" (<https://surl.li/tiovet>), "Положенням про забезпечення права на вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін" ([surl.li/byegjr](https://surl.li/byegjr)) та "Положенням про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти" ([surl.li/karhcm](https://surl.li/karhcm)). Здобувачі мають право самостійно обирати дисципліни у межах 25% від загального навчального навантаження. У ПДАУ діє автоматизована, чітка та зрозуміла система обрання дисциплін. НПП підтвердили, що проводять регулярні опитування здобувачів щодо задоволеності методами навчання і викладання (<https://surl.li/jwfdjp>, <https://surl.li/dbxgqe>, <https://surl.li/xcsvat>).

## **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)**

Під час зустрічей зі здобувачами вищої освіти та НПП було підтверджено наявність доступу до навчально-методичних матеріалів, а також розуміння цілей, змісту та програмних результатів навчання. Здобувачі мають вільний доступ до "Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти", а також можуть користуватися курсами на навчальній платформі Moodle. Як зазначив Гарант ОП та інші НПП, критерії оцінювання чітко визначені в силабусах освітніх компонентів та доводяться до відома здобувачів на першому занятті. Для інформування здобувачів застосовуються такі канали: офіційний сайт кафедри, навчальні онлайн-платформи, зокрема Moodle, а також інформація доводиться через кураторів груп. Інформація щодо оцінок здобувачів знаходиться в електронному журналі, до якого мають доступ як здобувачі, так і НПП через особисті корпоративні акаунти ПДАУ. На зустрічі 7 щодо демонстрації матеріально-технічної бази ПДАУ було продемонстровано електронний журнал, в якому виставлені оцінки здобувачів, розклад навчальних занять. Здобувачі підтвердили, що отримують усю необхідну інформацію про критерії оцінювання на першому занятті, у тому числі про зміст ОК, програмні результати вони можуть знайти в силабусах. Проте на зустрічі 5 зі здобувачами ЕГ з'ясувала, що здобувачі 4 курсу не обізнані щодо кількості освітніх компонентів, які винесені в програму атестаційного екзамєну.

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

Поєднання навчання з науково-дослідницькою діяльністю під час реалізації освітньої програми в ПДАУ забезпечується шляхом активного залучення здобувачів вищої освіти до участі в наукових заходах, що організовуються кафедрою, університетом та іншими науковими установами. Результати наукових досліджень, проведених науково-педагогічними працівниками та здобувачами ОП Маркетинг, публікуються у вигляді наукових статей, тез доповідей на конференціях, симпозіумах, круглих столах тренінгах, семінарах, екскурсіях, воркшопах (<https://surl.li/qypwoj>). Для підтримки та координації студентської наукової діяльності в університеті функціонує гурток "Новітній маркетинг", який, за підтвердженням здобувачів, сприяє залученню до дослідницької роботи. Здобувачі освітньої програми є переможцями та призерами різноманітних конкурсів студентських наукових робіт (<https://surl.li/vkbbno>). Під час відкритої зустрічі було зазначено, що здобувачі ОП Маркетинг беруть активну участь у тренінгах від Інституту розвитку м. Полтава "Лідерство та управління ціннісними змінами" <https://surl.li/looawt>, проєкті «Людський вимір – інклюзивні дані для стабільності та розвитку» <https://surl.li/ovwxnk>, залучені до конкурсу "Стратегія просування нового продукту ТОВ "ДиканькаМлин", беруть участь у міжнародному проєкті FADN у складі групи інтерв'юєрів (проєкт організовано Міністерством аграрної політики та продовольства України спільно з проєктом ЄС "Інституційна та політична реформа дрібномасштабного сільського господарства в Україні" (IPRSA) (<https://surl.li/komzlk>). З'ясовано, що здобувачі є учасниками буткемпу UpShift у складі команди «PROGRESS» <https://surl.li/ghypys>; брали участь у навчанні з грантрайтингу «Як створити успішну грантову заявку?» <https://surl.li/hnasba>, приймають участь у проєкті віртуальних обмінів COIL - Salem State University (США) (<https://surl.li/hexdhk>).

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

Зміст освітніх компонентів освітньої програми в ПДАУ переглядається кожного семестру та оновлюється з урахуванням сучасних наукових досліджень, актуальних практик у сфері маркетингу та пропозицій стейкхолдерів. Процес оновлення регламентується відповідними нормативними документами, зокрема, "Положенням про моніторинг якості освітньої діяльності та якості вищої освіти", "Положенням про робочу програму навчальної дисципліни" та ін. (<https://surl.li/woawmj>), що визначають процедуру перегляду та оновлення змісту освітніх компонентів. Аналіз навчально-методичного забезпечення свідчить про те, що науково-педагогічні працівники регулярно переглядають та оновлюють силабуси навчальних дисциплін. На зустрічі 7 було продемонстровано навчально-методичний комплекс ОК "Університетська освіта", "Ринок праці та соціально-трудові відносини". В процесі оновлення освітніх компонентів враховуються результати наукових досліджень (доповнення ОК 20, ОК 21, ОК 25), міжнародних стажувань НПП (доповнення ОК 9, ОК 34, ОК 13, ОК 30, ОК 16, ОК 22 ) та урахування тенденцій маркетингу, діджиталізації (ОК 28, ОК 27, ОК 26, ОК 34) (<https://surl.li/kcgmc5>) (враховано рекомендації попередньої акредитаційної експертизи). Щорічно відбувається оновлення тематики курсових робіт на 20% (<https://surl.li/comwnc>). НПП беруть участь у дослідницьких проєктах, зокрема, в межах кафедральної науково-дослідної роботи "Формування маркетингового забезпечення конкурентоспроможних стратегій розвитку підприємств на продовольчому ринку" (державний номер 0122U201973). Результати їх діяльності публікуються у колективних і одноосібних монографіях, статтях у фахових виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та WOS, а також у матеріалах міжнародних наукових конференцій (враховано рекомендацію попередньої акредитаційної експертизи щодо інтегрування результатів власних наукових досліджень у зміст освітніх компонентів, що реалізуються на ОП (<https://surl.li/kcgmc5>, <https://surl.li/hoxgre>).

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

Викладання та наукові дослідження в межах освітньої програми "Маркетинг" здійснюються відповідно до затвердженої Стратегії розвитку Полтавського державного аграрного університету <https://surl.li/msytrc>. ПДАУ є активним учасником міжнародного науково-освітнього простору та є членом таких авторитетних організацій, як EURADA та e-VERUM. Науково-педагогічні працівники ОП Маркетинг активно проходять міжнародні стажування (<https://surl.li/qwtoum>) викладають в іноземних ЗВО (<https://surl.li/kizekq>, <https://surl.li/svukoo>, <https://surl.li/pbmwhf>), в межах програми «Freedom starts with your mind» отримали грант на видання наукових статей <https://surl.li/vfexgx>. На ОП враховано рекомендацію попередньої акредитаційної експертизи щодо активного інформування здобувачів участі у міжнародних програмах студентських обмінів. Здобувачі вищої освіти беруть активну участь у міжнародних освітніх та наукових ініціативах (<https://surl.li/bjxqql>, <https://surl.li/xfofar>), зокрема, проходили курс англійської мови в Лестерському університеті (<https://surl.li/ufarpc>). Щороку кафедра маркетингу організовує Міжнародну науково-практичну конференцію "Маркетингове забезпечення продуктового ринку" (<https://surl.li/ydfnts>). Проте зважаючи на достатній потенціал щодо підвищення кваліфікації НПП та їх залученість в міжнародних проєктах, НПП не викладають ОК іноземною мовою. Це також підтвердили на зустрічі 5 і здобувачі. Зокрема, здобувачка першого курсу вказала на те, що хотіла б більше вивчати міжнародні маркетингові інструменти в соціальних мережах.

### **Загальний аналіз щодо Критерію 4:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ОП та освітня діяльність за ОП відповідають вимогам критерію 4: Форми та методи викладання в межах освітньої програми "Маркетинг" спрямовані на ефективне досягнення програмних результатів навчання та реалізацію цілей програми. Використовувані підходи відповідають принципам студентоцентризму, забезпечуючи активну участь здобувачів у навчальному процесі та сприяють дотриманню принципів академічної свободи (підкритерій 4.1). У ПДАУ визначені правила та процедури інформування здобувачів освіти щодо ПРН, критеріїв оцінювання ОК (підкритерій 4.2). За ОП здійснюється використання інструментів, підходів та технологій, які сприяють розвитку дослідницьких навичок (підкритерій 4.3). На ОП Маркетинг систематично оновлюється зміст ОК з урахуванням сучасних наукових досягнень і практик, які відповідають сучасним тенденціям у відповідній галузі (підкритерій 4.4). Освітній процес та наукові дослідження в рамках ОП орієнтовані на міжнародну співпрацю та інтернаціоналізацію (підкритерій 4.5). Позитивною можна вважати практику активної участі науково-педагогічних працівників та здобувачів ПДАУ в міжнародній діяльності та проєктах, а також наявність досвіду викладання НПП в іноземних закладах вищої освіти.

### **Недоліки**

Недостатня проінформованість здобувачів щодо кількості освітніх компонент, винесених в програму атестаційного екзамєну.

### **Рекомендації**

1. На регулярній основі підтримувати практику залучення провідних експертів галузі, представників бізнес-середовища та іноземних викладачів для проведення професійно-орієнтованих дисциплін. Це сприятиме підвищенню якості освітнього процесу, обміну передовим досвідом та інтеграції сучасних методик у ОП Маркетинг.
2. З урахуванням значного потенціалу НПП і здобувачів, здійснювати викладання ОК іноземною мовою, що розширюватиме їхні можливості для академічної мобільності та підвищить якість освітнього процесу.
3. Інформувати здобувачів щодо кількості та змісту освітніх компонент, винесених в програму атестаційного екзамєну.

### **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**

Згідно з "Положенням про організацію освітнього процесу у ПДАУ" (<https://surl.li/sbxgyj>) та "Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в ПДАУ" (<https://surl.li/ktvipp>), система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти охоплює поточний, підсумковий і відстрочений контроль. Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час практичних, семінарських та лабораторних занять. Підсумковий контроль включає семестровий контроль у формі заліку, диференційованого заліку або екзамену, а також підсумкову атестацію здобувачів у вигляді атестаційного екзамену. Оцінювання здобувачів здійснюється за такими шкалами - 100-бальною ЄКТС, 4-бальною/2-бальною <https://surl.li/ktvipp>. Аналіз результатів проведених інтерв'ю зі здобувачами ОП "Маркетинг" засвідчив, що інформація щодо форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання доводиться до їх відома на початку вивчення кожної освітньої компоненти, а саме під час першого аудиторного заняття. Зазначені відомості також знаходяться у силабусах та робочих навчальних програмах на сайті ПДАУ [surl.li/iqpyqd](https://surl.li/iqpyqd). та розміщені на платформі Moodle. ЄГ з'ясовано, що форми перевірки результатів РН включають усні та письмові опитування, тестування для перевірки знань, оцінювання практичного виконання завдань, аналіз самостійно виконаних робіт, таких як презентації, реферати та доповіді, а також захист звітів за підсумками лабораторних і практичних робіт, включаючи навчальні та виробничі практики, і захист курсових робіт. На зустрічі з НПП з'ясовано, що на ОП Маркетинг проводиться опитування здобувачів щодо об'єктивності оцінювання та критеріїв оцінювання (<https://surl.li/isojsy>, <https://surl.li/ptfnvb>) Отже, форми контрольних заходів, методи, інструменти, критерії оцінювання дають можливість встановити рівень досягнення здобувачами освіти результатів навчання.

**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**

Відповідно до освітньої програми Маркетинг та навчального плану, у ПДАУ атестація здобувачів проходить у формі атестаційного екзамену. На запит ЄГ було надано приклад індивідуального завдання для атестаційного екзамену. Атестаційний екзамен складався з двох частин – теоретичної та практичної. Тривалість проведення тестування (в особистому кабінеті студента АСУ ПДАУ) – до 60 хвилин. За підсумками проведеного тестування, програма автоматично визначає кількість правильних відповідей та набраних балів. Практична частина атестаційного екзамену полягала у розв'язанні комплексної ситуаційної задачі – до 60 хвилин на підготовку та до 30 хв. на захист результатів у розрахунку на 1 студента. Задача відображала конкретну ситуацію з аналітичними даними і передбачала проведення розрахунків з послідовним аналізом результатів і обґрунтуванням висновків та пропозицій. Підсумкова оцінка на атестаційному екзамені визначається з використанням комплексної системи оцінювання: за 100-бальною, 4-бальною, та Європейською кредитною трансфернонакопичувальною системою (за шкалою «А», «В», «С», «D», «Е», «FX», «F») та є узагальненою оцінкою за кожний з етапів (40 % за тестове завдання і 60 % за розв'язання комплексного ситуаційного завдання). Атестаційний екзамен закриває всі ПРН і до його програми входять 22 освітні компоненти ([surl.li/jztmqo](https://surl.li/jztmqo)). Загалом процедура оцінювання здобувачів у ПДАУ відповідає вимогам державного стандарту вищої освіти за спеціальністю "Маркетинг" для бакалаврського рівня. За освітньою програмою забезпечено форми атестації, визначені стандартом вищої освіти.

**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 є відкритими та доступними для всіх учасників освітнього процесу. Вони містяться у робочих програмах і силабусах навчальних дисциплін, які можна знайти в електронній системі АСУ ПДАУ, а також на офіційному сайті закладу освіти. Цю інформацію підтверджено під час зустрічей з науково-педагогічними працівниками та здобувачами. Протягом семестру викладачі вносять результати поточного контролю в електронний журнал АСУ ПДАУ відповідно до робочої програми навчальної дисципліни та силабуса, а після кожного заняття оголошують здобувачам набрані бали. Перед початком сесії формується відомість поточної успішності, і студенти отримують інформацію про результати контролю. Залікова оцінка базується на підсумках поточного контролю, тоді як екзаменаційна оцінка складається з результатів поточного контролю (до 80 балів) і підсумкового контролю (до 20 балів). Оцінювання диференційованого заліку здійснюється за результатами захисту курсових робіт і звітів з практики перед комісією. Атестація здобувачів проходить на відкритому засіданні екзаменаційної комісії, а об'єктивність оцінювання забезпечується завдяки попередньому ознайомленню всіх учасників із процедурою проведення екзаменів. Процедура оскарження результатів та проведення контрольних заходів регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в ПДАУ (<https://surl.li/ktvipp>) та Положенням про атестацію здобувачів освіти й екзаменаційну комісію (<https://surl.li/lrheit>). У разі незгоди з отриманою оцінкою здобувач має право подати апеляційну заяву на ім'я директора ННІ не пізніше наступного робочого дня після оголошення результатів або проведення контрольного заходу. У заяві необхідно зазначити конкретні підстави для оскарження. Для розгляду апеляції директором видається розпорядження про створення апеляційної комісії, до складу якої можуть входити завідувач та науково-педагогічні працівники кафедри,

представники групи забезпечення освітньої програми, члени студентського Сенату та представники студентської профспілкової організації. Комісія розглядає звернення та ухвалює рішення протягом трьох робочих днів. Ліквідація підсумкової академічної заборгованості відбувається згідно із затвердженим директором ННІ графіком <https://surl.li/ktvip>. Термін ліквідації заборгованості має бути завершений не пізніше ніж через дві тижні після початку нового семестру. Під час зустрічей зі здобувачами та представниками органів студентського самоврядування випадків оскарження контрольних заходів не зафіксовано.

**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**

Принципи і процедури щодо дотримання академічної доброчесності, визначені у Положенні про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/evqfii>) та Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<http://surl.li/qdqzyo>). Дотримання академічної доброчесності в університетській спільноті регламентується Кодексом академічної доброчесності (<http://surl.li/qsdqix>), Кодексом етики викладача та здобувача освіти ПДАУ (<http://surl.li/bejgv>), Положенням про групу сприяння академічній доброчесності (<http://surl.li/ewnkg>), Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату (<http://surl.li/zsmbgv>), Порядком перевірки академічних текстів на наявність текстових запозичень (<http://surl.li/bxrogf>) та Положенням про комісію з академічної доброчесності (<http://surl.li/ewnoa>). З метою підвищення якості освіти та розвитку академічної культури в ПДАУ функціонує Комісія з етики та управління конфліктами (<http://surl.li/eodrt>). Технологічна підтримка дотримання принципів академічної доброчесності реалізується програмою Turnitin (США) <http://surl.li/kdgbrrh>, яка передбачає перевірку на наявність плагіату академічних текстів <https://surl.li/qvnxof>. З метою належного реагування на випадки порушення академічної доброчесності у ПДАУ діють Комісія з академічної доброчесності ННІ ЕУПІТ та Комісія з етики та управління конфліктами (<https://surl.li/uwejvw>). Вони мають повноваження приймати та розглядати письмові звернення щодо порушень академічної доброчесності, а також ухвалювати рішення про застосування відповідних санкцій. Здобувачі освіти можуть нести відповідальність за порушення принципів академічної доброчесності у таких формах: повторне проходження оцінювання (контрольна або самостійна робота, залік, екзамен), призначення додаткових контрольних заходів, повторне вивчення відповідної освітньої компоненти, відрахування з Університету, позбавлення академічної стипендії тощо. Курсові роботи, звіти з практики та рукописи публікацій, виконані не самостійно, не допускаються до захисту чи оприлюднення. Під час зустрічі зі здобувачами було підтверджено, що в межах вивчення освітньої компоненти "Університетська освіта" їх ознайомлюють із поняттями академічної доброчесності, плагіату, а також із Кодексом етики викладача та здобувача освіти ПДАУ. На ОП враховано рекомендацію попередньої акредитаційної експертизи щодо врахування результатів анкетування щодо обізнаності принципам академічної доброчесності здобувачів. (на рівні ЗВО (<https://surl.li/fjfpmj>) та ОП (<https://surl.li/cosuni>, <https://surl.li/iupfwl>, <https://surl.li/lxvtsw>)). Також здобувачі зазначили, що порушення правил академічної доброчесності на ОП Маркетинг не було.

## **Загальний аналіз щодо Критерію 5:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ОП та освітня діяльність за ОП відповідають вимогам критерію 5: Здійснення контрольних заходів в освітньому процесі регламентується чіткими та зрозумілими для всіх учасників процедурами. Здобувачі освіти поінформовані про ці процедури. Форми контрольних заходів, методи, інструменти, критерії оцінювання надають можливості встановити рівень досягнення здобувачем освіти ПРН (підкритерій 5.1). За ОП забезпечено форму атестації, визначену стандартом вищої освіти - атестаційний екзамен (підкритерій 5.2). У ПДАУ визначено правила і процедури проведення контрольних заходів, виставлення оцінок, інформування про результати оцінювання; ліквідації академічної заборгованості та повторного вивчення ОК; запобігання та врегулювання конфлікту інтересів під час оцінювання; оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження (підкритерій 5.3). Підтримка академічної доброчесності учасників освітнього процесу здійснюється шляхом обов'язкового дотримання вимог Кодексу академічної доброчесності та активного використання електронних ресурсів Turnitin і StrikePlagiarism для запобігання академічному плагіату. Політика академічної доброчесності офіційно закріплена, що сприяє формуванню культури академічної доброчесності в університетському середовищі (підкритерій 5.4). Позитивні практики: використання ліцензійного програмного забезпечення щодо перевірки курсових робіт, звітів з практик, рукописів публікацій на наявність плагіату. Відсутність випадків оскаржень результатів контрольних заходів, порушення правил академічної доброчесності.

### **Недоліки**

не виявлено

## Рекомендації

1. Гаранту освітньої програми та науково-педагогічним працівникам і надалі впроваджувати передові методики забезпечення об'єктивності та прозорості оцінювання. 2. Регулярно проводити тренінги та воркшопи для здобувачів освіти та науково-педагогічних працівників, спрямовані на формування та утвердження культури академічної доброчесності.

## 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**

Відповідно до результатів зустрічей 2, 4, аналізу звіту СО, а також відкритої інформації про академічну та професійну кваліфікацію викладачів, розміщеної на сайті кафедри маркетингу у розділі "Склад кафедри" (<https://surl.li/dmgdrw>) можна зробити висновок, що усі викладачі, залучені до освітнього процесу за ОП "Маркетинг" першого рівня вищої освіти за професійними та кваліфікаційними характеристиками щодо базової освіти, стажу роботи, наукового ступеня, вченого звання відповідають закріпленим за ними ОК. Відповідно до тематики освітніх компонентів мають публікації, які проіндексовані у наукометричних базах Scopus, WoS, у фахових виданнях України, беруть участь у наукових стажуваннях в Україні та країнах ЄС, а також у всеукраїнських та міжнародних конференціях, майстер-класах, професійних тренінгах, вебінарах. Інформація щодо обґрунтування відповідності та професійної кваліфікації викладачів, задіяних в ОПП, наведена в таблиці 2 відомостей про самооцінювання, є цілком обґрунтованою та відповідає дійсності, що підтверджено на зустрічах 4-6. Так, викладання обов'язкових дисциплін забезпечують 23 НПП, з яких 4 д-ри наук (у т.ч. 2 д.е.н., 1 д.юр.н., 1 д.іст.н.) і 17 канд. наук/докторів філософії (у т.ч. 11 к.е.н., 2 к.філол.н., 1 к.т.н., 1 к.пед.н., 1 к.с.г.н., 1 к.фіз.-мат.н.). Якісний склад НПП за освітньою та проф. кваліфікацією відповідає Ліц. умовам провадження освітньої діяльності на першому рівні вищої освіти, рівень наукової та професійної активності НПП підтверджується виконанням 4 та більше підпунктів Пункту 38 Ліцензійних умов (табл. 2 ВСО). Викладачі мають вчені звання, постійно підвищують науково-професійний рівень і кваліфікацію., мають наукові публікації відповідно до закріплених за ними ОК, а також навчально-методичні розробки (<https://surl.li/ecjyea>). У НПП є публікації англійською мовою, вони проходили міжнародні стажування (<https://surl.li/rqgech>). У ПДАУ систематично здійснюється моніторинг рівня наукової та професійної активності науково-педагогічних працівників (<https://surl.li/mbofri>), і досягнення щорічно оприлюднюються на сайті ЗВО (<https://surl.li/msjuim>). Крім того, здійснюються опитування "Викладач очима здобувачів вищої освіти" (<https://surl.li/eulbyk>), яке підтверджує позитивне ставлення до викладачів, зрозумілість пояснення матеріалу дисциплін та ін., про що повідомлено на зустрічах 2, 9.

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

Процедура конкурсного добору викладачів, що регламентується "Положенням про порядок обрання та прийняття на роботу НПП ПДАУ", веденого в дію наказом ректора №255, 01.09.2021 р. (<https://surl.li/giorix>), є прозорою і дозволяє обрати фахових викладачів у предметних галузях, про що свідчать відомості про самооцінювання, спілкування з НПП, адміністративним персоналом і відповідними структурними підрозділами (зустрічі 2,4,9). Перелік вакантних посад, вимоги до претендентів та оголошення конкурсу на заміщення цих посад оприлюднюються на сайті ПДАУ (<https://surl.li/brqjpt>). Зокрема, в наведеному вище Положенні визначено умови проведення конкурсу та чіткі процедури, що дозволяють оцінити необхідний рівень професіоналізму викладачів, викладено процедури організації конкурсу, що підтверджено на зустрічах 4, 9. Так, конкурсний добір враховує повною мірою професіоналізм претендентів на посаду та спроможність на високому якісному рівні реалізовувати ОП. Враховуються: 1) наявність вищої освіти відповідно до профілю кафедри та дисциплін; 2) наявність і рівень наукового ступеню відповідно до профілю кафедри та дисциплін; 3) наявність і рівень вченого звання відповідно до профілю кафедри; 4) наявність та кількість наукових праць та навчально-методичних публікацій; 5) відповідність вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності; 6) результати підвищення кваліфікації або проходження стажування; 7) рейтингова оцінка НПП тощо (розділ 3). Відповідність НПП Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності, у т.ч. по ОК, які вони викладають, щорічно перевіряється Відділом моніторингу та забезпечення якості освіти ПДАУ. У п.3.1.2 зазначеного вище Положення (<https://surl.li/giorix>) є перелік документів для осіб, які бажають взяти участь у конкурсі на обіймання вакантної посади науково-педагогічних працівників.

Крім того, у цьому Положенні відображено особливості обрання на різні категрії посад (декана, зав. кафедри, професора, доцента і т.д.). Для проведення конкурсного відбору наказом ректора створюється конкурсна комісія, що перевіряє відповідність поданих документів вимогам, встановленим до НПП Законами України, Постановою КМУ, умовами конкурсу і надає ректору та Вченій раді університету (факультету, ННІ) обґрунтовані пропозиції (рекомендації) щодо претендентів на посади (п. 2.19 Положення). Рейтингування НПП відбувається на основі "Положення про рейтингове оцінювання роботи НПП ПДАУ" (<https://surl.li/gqwxhg>), його загальні результати та у розрізі посад оприлюднюються на сайті (<https://surl.li/odrrqh>).

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

ПДАУ залучає до організації та реалізації освітнього процесу представників бізнесу і авторитетних роботодавців у різні способи: зустрічі та обговорення ОП (<http://surl.li/jbvxya>); відвідування екскурсій на виробництво (<https://surl.li/obfhzd>); запрошення на різні заходи (<https://surl.li/koarxm>); рецензування ОП (керівник регіонального підрозділу ТОВ «ТД Ресурс» у Полтавській області; директори ТОВ "Українське зерно", маркетингового агентства "AG PR"; начальники відділу маркетингу та реклами ФК "Ворскла", відділу просування та розуміння ТОВ АФ "Маяк", відділу продажів ПП «Лубнимаш»; професор каф. маркетингу та логістики СНАУ) (<https://surl.li/cc/ydblvq>, <https://surl.li/nhpsua>, <https://surl.li/cqzhqi>, <https://surl.li/fiblhs>); проведення виїзних занять з дисциплін; залучення роботодавців до Днів кар'єри, воркшопів, експертних зустрічей, тренінгів, бізнес-ігор, гостьових лекцій, майстер-класів, круглих столів (<https://surl.li/nvxkii>) та ін. Крім того, за участю стейкхолдерів, фахівців в галузі маркетингу були проведені гостьові лекції у межах ОК "Маркетинг", "Маркетингові комунікації", "Маркетинг у соціальних мережах", "Конкурентоспроможність підприємства", що підтверджено на зустрічах з НПП і здобувачами (зустрічі 4,5). З провідними підприємствами укладені договори про співпрацю: ПП "ВЕТЕРИНА", ТОВ "НВП" ДОВІРА-2006", Полтавська торгово-промислова палата тощо (<https://surl.li/qfpirb>) та закладами освіти різних регіонів України (<https://surl.li/rjizof>) та ін. Роботодавці на зустрічі 6, також зазначили, що залучалися до розроблення кейсів, завдань виробничої практики (<https://surl.li/axkjhn>). Крім того, за рекомендацією зовнішніх стейкхолдерів до ОК вносяться зміни відповідно до викликів, ринкових трендів, наприклад, до ОК "Логістика" додано матеріали, що стосуються удосконалення логістичної діяльності в умовах військового стану (<https://surl.li/jatrmr>). У відомостях про самооцінювання зазначено і на зустрічах 4, 6, 9 підтверджено, що до складу екзаменаційної комісії по прийманню атестаційного екзамену включаються представники роботодавців. Здобувачі вищої освіти у межах щорічного опитування щодо сильних і слабких сторін ОП висловлюють задоволеність взаємодією з провідними фахівцями галузі (<https://surl.li/zxqdyr>, <https://surl.li/cdjkwk>).

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

Для сприяння професійного розвитку викладачів, підвищення їх кваліфікації у ЗВО діють: відділ забезпечення освіти дорослих та інноваційного розвитку (<https://surl.li/nqmmez>), основними напрямками роботи якого є підвищення кваліфікації спеціалістів та фахівців аграрного сектору, а також приватних осіб; підвищення кваліфікації та стажування професорсько-викладацького складу ПДАУ та учасників освітнього процесу інших закладів освіти та ін.; ННЦ інформаційно-комунікаційних освітніх технологій та освіти дорослих (<https://surl.li/dtuzoy>). Підвищення кваліфікації відбувається згідно з Положенням про підвищення кваліфікації педагогічних та НПП (<https://surl.li/dqewli>). НПП проходять фахове стажування, наприклад, у Вища школа економіки та адміністрування, Варшавський університет наук про життя, Познанський університет природничих наук, Університет WSB в Домброві Гурнічей та ін. (<https://surl.li/dtdnoo>). НПП беруть участь у міжн. та всеукр. конференціях, майстер-класах, проф. тренінгах, вебінарах (<https://surl.li/fhyhgo>, <https://surl.li/ytkrki>), наук.-метод.конференціях (<http://surl.li/hygvov>, <https://surl.li/zpqewi>). ПДАУ сприяє професійному розвитку НПП через реалізацію власних програм: лекцій (<https://surl.li/kmalwr>), тренінгів (<https://surl.li/vmxzhm>). НПП, задіяні на ОП, систематично підвищують рівень кваліфік. та беруть участь у міжн.проєктах (<https://surl.li/mdnsbw>), неформальній освіті (<http://surl.li/tvogo>, <https://surl.li/kanhkp>) тощо. Систематично проводяться відкриті заняття, взаємовідвідування занять, анкетування здобувачів щодо оцінювання рівня викладання НД, а також якостей НПП (<http://surl.li/awcmwm>). Стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП охоплює матеріальні та моральні заохочення і регламентується Статутом ПДАУ (<https://surl.li/diziqc>), Колективним договором (<http://surl.li/bcxjpr>), Положенням про підвищення кваліфікації педагогічних і НПП (<https://surl.li/agxmwm>), Положенням про встановлення доплат і надбавок працівникам (<https://surl.li/ssoqnu>). Положення про рейтингове оцінювання роботи НПП (<https://surl.li/usioqd>) містить норму про "нагородження у цілому або за окремими показниками кращих НПП грамотами, іншими відзнаками; преміювання, встановлення надбавок тощо". Критерії є чіткими, вимірними, доступними для озnamлення на сайті університету. НПП стимулюються преміями за результатами вступної кампанії, успішної акредитації, публікаційної активності у виданнях з індексацією у МНБД Web of Science, Scopus, за успішний захист дисертацій тощо. Нематеріальне стимулювання відбувається шляхом нагородження грамотами, подяками МОНУ, Ректора та ін. Так, на ОП працюють викладачі, які нагороджені грамотою від МОНУ (<https://surl.li/ioxqau>), подякою МОНУ (<https://surl.li/ouhtfe>), подяками міського голови (<https://surl.li/pqrdue>, <https://surl.li/ffmnrx>), грамотами ПДАУ до Дня науки, Дня маркетолога, почесними грамотами від Департаменту агропромислового розвитку Полтавської ОВА, що було підтверджено на зустрічах 4, 9.

## Загальний аналіз щодо Критерію 6:

### Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП має чіткий рівень узгодженості за підкритеріями: 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 (підкритерій 6.1); процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються (підкритерій 6.2); ЗВО залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів маркетингової галузі до реалізації освітнього процесу (підкритерій 6.3); ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми, а також у співпраці з іншими організаціями, заохочує розвиток викладацької майстерності (підкритерій 6.4). Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 6. Позитивними можна вважати практики: 1. Під час конкурсного добору враховуються результати щорічного рейтингового оцінювання діяльності НПП, яке оприлюднюється на офіційному сайті ЗВО. 2. До викладання на ОП залучені професіонали-практики, наявний щільний зв'язок із роботодавцями.

### Недоліки

не виявлено

### Рекомендації

Активізувати вивчення іноземної (англійської) мови з отриманням відповідних сертифікатів, що дасть можливість викладати ОК іноземною (англійською) мовою

### 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**

Фінансові та матеріально-технічні ресурси ПДАУ, а також навчально-методичне забезпечення, які були представлені під час здійснення акредитаційної експертизи (онлайн-трансляція) є достатніми для реалізації та досягнення цілей ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. ЕГ встановила, що рівень фінансового забезпечення діяльності ПДАУ є достатнім для досягнення визначених цілей та ПРН, що підтверджується звітами про фінансовий стан (<https://surl.li/zaeosu>), відомостями про матеріально-технічне забезпечення (<https://surl.li/pjclna>) та іншими нормативними документами, які представлені у відкритому доступі на веб-сайті ПДАУ (<https://surl.li/xgydef>). В ході проведення акредитаційної експертизи ЕГ мала змогу ознайомитися та оглянути (відео-трансляція) матеріально-технічну базу університету (ОП "Маркетинг"). Під час її огляду були продемонстровані навчальні аудиторії (в яких здійснюється навчальний процес здобувачів ОП "Маркетинг"), які оснащені комп'ютерною технікою, мультимедійними дошками, наочними матеріалами для занять тощо. Під час акредитаційної експертизи ЕГ встановила, що в освітньому процесі НПП та здобувачі ОП "Маркетинг" використовують Microsoft 2016 та Microsoft 365, а також спеціалізоване програмне забезпечення для окремих ОК: KoboToolbox, VistaCreate, AdsManager. Гарантом ОП було зазначено, що переважна більшість ПЗ не потребує ліцензійних прав користування. На запит ЕГ було надано підтвердження щодо ліцензійних прав користування (<https://surl.li/lmavvh>). Також здобувачі та НПП мають особисті кабінети в АСУ ПДАУ (<https://surl.li/igileo>). Системою дистанційного навчання є Moodle, який був продемонстрований під час зустрічі 7. Також гарантом ОП продемонстровано сонячні батареї, які розміщені на даху корпусу ПДАУ, що сприяють безперебійному проведенню освітнього процесу в разі вимкнення світла. Доступ до мережі Інтернет є по всій території ПДАУ та надається безкоштовно. Здобувачі ОП "Маркетинг" мають змогу проживати в гуртожитках (<https://surl.li/svneoe>) університету (продемонстрований під час зустрічі 7), що оснащені кухнею, душем, туалетом, а також на території гуртожитку наявний медичний пункт (звернутися можна протягом всього дня). Також можна ознайомитися з 3-D туром у ПДАУ (<https://surl.li/esphcn>). Бібліотека ПДАУ обладнана сучасною комп'ютерною технікою, налічується понад 400 тисяч примірників наукових та навчальних видань. Директор бібліотеки зазначила, що здобувачі мають доступ до читальних зал з підключенням до мережі Інтернет через технологію Wi-Fi, до навчальної літератури, електронному репозиторію (<https://surl.li/bjdpta>), локальний

мережі (електронна база навчальних матеріалів), яка доступна лише для учасників освітнього процесу ПДАУ та ін. (<https://surl.li/xjolid>); здобувачі активно користуються підручниками, які наявні в бібліотеці.

## **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**

У ході спілкування ЕГ з фокус-групами (здобувачі ВО, НПП тощо) було отримано підтвердження, що ПДАУ забезпечує вільний доступ НПП і здобувачів ВО до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОП “Маркетинг”. Кожному учаснику освітнього процесу університет надає логін та пароль доступу до корпоративної пошти, платформи Moodle та особистого кабінетів викладача / студента в системі АСУ ПДАУ. Доступ до даних ресурсів є безоплатним. На веб-сайті ПДАУ в розділі Наука є інформація про план проведення наукових заходів (<https://surl.li/njpsqu>), де подано інформацію про можливість долучитися до конференцій, семінарів тощо. Учасники освітнього процесу ПДАУ мають можливість отримувати розклад на мобільний телефон через чат-бот у месенджері Telegram (@PDAU\_bot). Здобувачі ОП “Маркетинг” зазначили, що мають доступ міжнародних наукометричних баз даних (Scopus / WoS), проте в своїй навчальній / науковій роботі не використовували. Основні послуги, які надає бібліотека на безоплатній основі представлені на сайті (<https://surl.li/pkubvf>).

## **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**

В ході проведення акредитаційної експертизи ЕГ встановила, що освітнє середовище у ПДАУ надає всі необхідні можливості для задоволення потреб та інтересів здобувачів, а також воно забезпечує фізичну та ментальну безпеку. На території університету є 5 укриттів, одне з яких було продемонстровано під час зустрічі 7 (<https://surl.li/htyquy>). В укритті є аудиторії, які обладнані комп'ютерною технікою, що дозволяє продовжити навчальний процес під час тривоги. Також заступник директора ННІ ЕУПІТ зазначила, що в кожного учасника освітнього процесу ПДАУ є електронна перепустка, що забезпечує контроль безпеки та регулювання відвідуваності. Також було продемонстровано (зустріч 7) наявність планів евакуації, пожежні шланги, вогнегасники тощо. Здобувачі мають доступ до медпункту та психологічної служби (<https://surl.li/ogfxth>), в разі необхідності. Крім того, під час огляду матеріально-технічної бази старший викладач кафедри фізичного виховання і спорту відзначив, що здобувачі можуть долучитися до різноманітних спортивних секцій: волейбол, баскетбол, теніс тощо.

## **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**

У ході проведення акредитаційної експертизи ЕГ встановила, що ПДАУ має достатній рівень забезпечення освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів ВО, що навчаються за ОП “Маркетинг” першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Під час спілкування ЕГ зі здобувачами ОП “Маркетинг” було відзначено їх залученість до наукового гуртка “Новітній маркетинг”. В ході спілкування з фокус-групами (здобувачі, НПП тощо) було зазначено, що інформаційну підтримку здобувачі можуть отримати звернувшись до кураторів та інших структурних підрозділів під час аудиторних занять, або використовуючи месенджері (Viber, Telegram, корпоративна пошта). Для підтримки фізичного та ментального здоров'я у ПДАУ функціонує психологічна служба (<https://surl.li/unudup>), яка організовує та проводить різноманітні психологічні тренінги. Як було зазначено під час зустрічей (здобувачі, студентське самоврядування, керівники структурних підрозділів) студенти ОП “Маркетинг” були залучені до психологічної гри “Криголами”, що була спрямована на розуміння й засвоєння всіх етапів змін соціальних норм для запобігання домашньому насильству. Для соціальної підтримки здобувачі мають змогу звернутися до освітнього омбудсмена (<https://surl.li/kqbbzx>). Як повідомив освітній омбудсмен ПДАУ, для здобувачів проводяться тренінги та роз'яснювальні бесіди, а також зазначив, що звернень та скарг від здобувачів ОП “Маркетинг” не було.

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

На ОП “Маркетинг” особи з особливими освітніми потребами не навчаються. Під час огляду матеріально-технічної бази ПДАУ (відео-трансляція) було продемонстровано наявність пандусів для зручного переміщення на кріслі колісному, а також кнопка виклику чергової. Також на сайті ПДАУ наявна інформація щодо умови доступності закладу освіти для навчання осіб з особливими освітніми потребами (<https://surl.li/qfoaxp>), порядок супроводу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення під час надання освітніх послуг (<https://surl.li/ktixxw>). Крім

того, у ПДАУ розроблено Стратегію розвитку інклюзивного освітнього середовища до 2030 року (<https://surl.li/qzbjqs>). Таким чином, ПДАУ забезпечує реалізацію інклюзивних політик освітньої діяльності та безбар'єрного простору у своїх приміщеннях.

## **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**

У своїй діяльності ПДАУ для врегулювання різних видів конфліктних ситуацій керується Положенням про порядок вирішення конфліктних ситуацій (<https://surl.li/brjlfq>), Положенням щодо протидії булінгу (цькуванню) (<https://surl.li/aetamh>) та іншими нормативними документами, що наявні на офіційному сайті університету (<https://surl.li/pswgmz>; <https://surl.li/sjoytx>; <https://surl.li/zphxws>). Також у ПДАУ розроблена антикорупційна програма (<https://surl.li/fxpalz>). Фахівець уповноважений з питань запобігання та виявлення корупції під час зустрічі 9 зазначив, що для здобувачів проводяться інформаційні заходи з метою підвищення рівня обізнаності щодо антикорупційного законодавства, формування доброчесної поведінки та запобігання можливим правопорушенням у сфері корупції. Також здобувачі підписують декларацію про дотримання академічної доброчесності. В ході спілкування зі здобувачами та студентським самоврядуванням встановлено, що випадків корупції, цькування, сексуального домагання, дискримінації та інших конфліктних ситуацій не було. Здобувачі проінформовані щодо можливості звернутися до освітнього омбудсмена, куратора чи написати в скриньку довіри (<https://surl.li/cc/sggqdr>).

## **Загальний аналіз щодо Критерію 7:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ЕГ встановила, що освітнє середовище та матеріальні ресурси, що забезпечують навчальний процес ОП "Маркетинг" у ПДАУ мають достатній рівень відповідності по Критерію 7: матеріально-технічна база ОП "Маркетинг" в повній мірі забезпечує освітні потреби (підкритерій 7.1); здобувачі та НПП мають змогу отримувати доступ до всієї необхідної інфраструктури, яка є безпечною для їх життя та навчально-методичних матеріалів (підкритерії 7.2.-7.4); у ПДАУ створені всі умови для реалізації освітніх прав осіб з особливими потребами (підкритерій 7.5); наявна чітка антикорупційна програма, яка урегульовує права та обов'язки учасників освітнього процесу, а також визначені зрозумілі та відкриті процедури щодо врегулювання різних видів конфліктних ситуацій (підкритерій 7.6). Позитивною практикою за Критерієм 7 є використання спеціалізованого програмного забезпечення (KoboToolbox, VistaCreate, AdsManager та ін.), що підвищує цифрову компетентність здобувачів та їхню адаптацію до вимог ринку праці. Взірцевих практик за Критерієм 7 не виявлено, що сигналізує про потенціал до зростання та вдосконалення.

### **Недоліки**

не виявлено

### **Рекомендації**

Продовжувати вдосконалення освітнього середовища ОП "Маркетинг" (наприклад, використання обладнання, що дозволить вивчати поведінку споживачів) та розширювати доступ до інформаційних ресурсів, підтримуючи високий рівень технічного й методичного забезпечення навчального процесу.

## **Рівень відповідності Критерію 7.**

Рівень B

## **Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:**

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

ПДАУ у своїй діяльності для моніторингу та періодичного перегляду ОП “Маркетинг” керується наступними нормативно-правовими документами: Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<https://surl.li/idmolk>), згідно з п. 4, п.п. 4.4. “періодично, але не менше, ніж один раз на рік, проводиться моніторинг освітньої програми ...”; Положенням про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/pnekig>), згідно з п.4. п.п 4.11. “із метою моніторингу освітньої програми щорічно здійснюється опитування здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, які задіяні в реалізації освітньої програми ...”, п.п. 4.12. “перегляд та оновлення освітніх програм відбувається не рідше одного разу на рік за ініціативи і пропозицій гаранта освітньої програми...”; Методичними рекомендаціями з розроблення освітньої (освітньо-професійної, освітньо- наукової) програми I-III рівнів вищої освіти (<https://surl.lu/xndnhh>), згідно з п.5 п.п. 5.3. “моніторинг освітньої програми являє собою оцінювання відповідності освітньої програми досягненням науки у певній галузі знань ..... з урахуванням освітніх потреб здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів”, п.п. 5.4. “підставами для перегляду та оновлення освітньої програми можуть бути: пропозиції учасників освітнього процесу ...”; Положенням про моніторинг якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (<https://surl.li/ihbrtl>), основні твердження щодо моніторингу та перегляду ОП викладені в п.5. Також варто відмітити, що у ПДАУ затверджена та діє Стратегія розвитку 2024-2030 рр. (<https://surl.li/bpgapb>) (затверджений документ був продемонстрований під час онлайн-зустрічей з фокус-групами). На сайті ПДАУ всі зацікавлені сторони можуть ознайомитися з проектом ОП “Маркетинг” та внести свої пропозиції. Під час зустрічей з фокус-групами (здобувачі, випускники, роботодавці, НПП, студентське самоврядування) було підтверджено факт їх залучення до періодичного перегляду ОП.

## **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**

У ході онлайн-зустрічей зі здобувачами та студентським самоврядуванням ЕГ підтверджено їх долученість до вдосконалення освітнього процесу та ОП в контексті пропозицій щодо додавання нових ОК (наприклад, ОК Контент маркетинг). Здобувачі та представники студентського самоврядування відзначили, що активно залучаються до Вчених рад факультету / інституту / університету, робочих груп, Ради якості освіти за спеціальністю. Також представники студентства підтвердили проведення регулярних опитувань та анкетувань, результати яких розміщені на веб-сайті ПДАУ в розділі Освіта (<https://surl.li/lqpfjd>). ЕГ встановила залученість здобувачів ОП “Маркетинг” до проходження навчання у створеній університеті Школі забезпечення якості вищої освіти (<https://surl.li/wrifyj>), що сприяє підвищенню їхньої обізнаності щодо сучасних стандартів та вимог до якості освітнього процесу. За результатами успішного завершення навчання здобувачі можуть отримати сертифікати, що підтверджують їхню участь та засвоєні компетентності. Крім того, результати навчання можуть бути визнані за окремими вибірковими компонентами (ВК). Студентське самоврядування (Сенат) ПДАУ зазначили, що свої пропозиції можуть повідомляти безпосередньо при зустрічах з ректором чи проректорами. ЕГ прийшла висновку, що пропозиції здобувачів та студентського самоврядування (Сенату) щодо ОП приймаються та впроваджується в освітній процес ПДАУ.

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

ЕГ під час зустрічей з фокус-групою (роботодавці) встановила, що кафедра маркетингу активно співпрацює з роботодавцями на постійній основі. Також ЕГ отримала відповідь на запит № 6, де представлено витяги з протоколів засідань кафедри маркетингу щодо розгляду пропозицій стейкхолдерів (<https://surl.li/msemlo>). ЕГ було встановлено, що роботодавці активно приймають участь щодо періодичного перегляду ОП, зокрема начальник відділу маркетингу та реклами ФК “Ворскла” зазначив, що долучається до засідань на кафедрі (вносив пропозиції щодо розширення тематики (спортивне спрямування) вивчення для освітньої компоненти “Маркетинг”), також PR-менеджер “Явір-2000” відзначила, що була залучена до обговорення щодо перегляду та вдосконалення ОП “Маркетинг” (пропозиції щодо поглибленого вивчення освітньої компоненти “Таргетинг”). Крім того, старший графічний дизайнер ММ “Аврора” вносив пропозиції щодо впровадження нової освітньої компоненти “Контент маркетинг”. Також роботодавці зазначили, що проводять екскурсії для студентів ОП “Маркетинг” на своїх підприємствах, а також долучаються до Днів кар’єри (Ярмарок вакансій). Детальні пропозиції роботодавців та інших стейкхолдерів висвітлено в узагальненій таблиці (<https://surl.li/wliaji>), яка є у відкритому доступі на офіційному сайті ПДАУ. На сайті кафедри маркетингу представлена інформація про їх взаємодію зі стейкхолдерами (<https://surl.li/rfoyri>).

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

ЕГ встановила, що за ініціативи випускників та адміністрації ПДАУ створено ГО “Асоціація випускників ПДАУ” (<https://surl.li/ccntfsrv>). Також зв'язок із випускниками ОП “Маркетинг” підтримується НПП кафедри маркетингу та відділом сприяння працевлаштуванню студентів і випускників (<https://surl.li/lpenym>). Під час зустрічі ЕГ з керівництвом ПДАУ ректор відмітив, що особисто на постійній основі підтримує комунікацію з випускниками з метою отримання рекомендацій (підтримка зворотного зв'язку). Крім того, щорічно відбувається День випускника.

Також відповідно до запиту № 4 надано інформацію щодо затребуваності випускників ОП (<https://surl.li/uctrjo>). Позитивною практикою ПДАУ є активне залучення здобувачів ОП "Маркетинг" до роботи у відділі маркетингу (<https://surl.li/qomwle>), що надає їм можливість отримати цінний професійний досвід, набуті практичних навичок і забезпечити перше робоче місце. Під час зустрічі з випускниками було відзначено, що перший досвід роботи у відділі маркетингу ПДАУ став цінним стартом кар'єри, сприяючи подальшому професійному розвитку та успішному працевлаштуванню. Також під час спілкування з випускниками було отримано цінну інформацію про їхній досвід навчання.

## **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**

Під час ознайомлення з ВСО та проведених онлайн-зустрічей із фокус-групами ЕГ встановила, що ПДАУ у своїй діяльності щодо системного моніторингу якості вищої освіти керується Положенням про моніторинг якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (<https://surl.li/dzjdjq>) та Планом моніторингових заходів системи внутрішнього забезпечення якості освіти (<https://surl.li/seoskt>). Під час зустрічей ЕГ із фокус-групами встановлено, що моніторинг реалізації ОП та освітньої діяльності здійснюється відділом моніторингу та забезпечення якості освіти (<https://surl.li/wdjfjc>) та радою з якості вищої освіти (<https://surl.li/wpnbsr>). У ПДАУ діє чітка та зрозуміла процедура опитування (<https://surl.li/mjaqfx>), визначений графік проведення опитувань (<https://surl.li/yllcaa>), а також проводяться опитування (анкетування) на різну тематику (<https://surl.li/txgrcq>). Здійснюється опитування учасників освітнього процесу ПДАУ (<https://surl.li/efbmgd>) та окремо за ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://surl.li/ulygey>). Відповідно до результатів проведеного опитування за 2022-2023 н.р. по ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти роботодавці оцінили якість підготовки випускників як високий – 62,5% (<https://surl.li/oetwpa>). Відповідно до результатів опитування здобувачів ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://surl.li/tadyuj>) близько 60-70% оцінили якість наданих освітніх послуг як високий. У ПДАУ здійснюється моніторинг професійної діяльності НПП (<https://surl.li/jidouj>; <https://surl.li/xbsuhn>). Проводиться аналіз наукових та педагогічних досягнень викладачів, оцінюється рівень їхньої наукової активності, ефективність впровадження інноваційних методик у навчальний процес, а також визначаються перспективи професійного розвитку та підвищення кваліфікації. Відповідно до отриманих результатів опитувань у ПДАУ розроблений план заходів щодо покращення якості освітньої діяльності (<https://surl.li/hknwmc>). Всі учасники освітнього процесу ПДАУ під час онлайн-зустрічей з ЕГ підтвердили залученість до опитувань (анкетувань). Отже, під час онлайн-зустрічей ЕГ переконалася, що ПДАУ на постійній основі здійснює моніторинг ОП щодо якості освіти та освітньої діяльності з метою виявлення та усунення недоліків системи внутрішнього забезпечення якості.

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

Аналізуючи надані документи та проводячи перегляд веб-сайту ПДАУ ЕГ встановила, що відповідно до інформації, яка представлена на веб-сторінці кафедри маркетингу, ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти проходив акредитаційну експертизу в 2019 році. Згідно з інформацією наданою у ВСО удосконалення ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відбувався на основі отриманих рекомендацій після акредитації ОП "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти та інших ОП університету. Аналіз результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти у ПДАУ здійснюється радою якості освіти (<https://surl.li/wnzbeu>). Під час проведення процедури останньої акредитації ОП "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти та інших ОП ПДАУ були висунуті зауваження: посилити роботу щодо залученості здобувачів до програм академічної мобільності, активізувати процес проходження стажувань НПП, змінити структурно-логічну схему представлення ОП з табличної форми в блок-схему, залучити до робочих груп з розроблення ОП представників від здобувачів та роботодавців тощо. Проаналізувавши ОПП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти різних років ЕГ може підтвердити зміни у представленій структурно-логічній схемі (ОПП Маркетинг 2021 (перший рівень вищої освіти) (<https://surl.li/vjdmfl>) та ОПП Маркетинг 2024 (перший рівень вищої освіти) (<https://surl.li/raffok>)). Також в ході спілкування з фокус-групами (здобувачі, НПП) ЕГ встановила, що здобувачі долучаються до участі в академічній мобільності (як приклад, одна із здобувачів повідомила, що проходила навчання в Лестерському університеті), а НПП активно проходять міжнародне стажування та виступають як запрошені лектори в університетах Польщі. Крім того, під час онлайн-зустрічей зі здобувачами та роботодавцями ЕГ отримала підтвердження залученості до участі в робочих групах щодо розроблення ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Також ЕГ встановила, що зауваження, які були отримані за іншими ОП, враховані при організації роботи з удосконалення ОП "Маркетинг" (перший рівень вищої освіти): освіти додати питання про наявність випадків конфліктних ситуацій і дискримінації (зміни впроваджені в оновленій анкеті (<https://surl.li/ibqpst>), розглянути пропозицію щодо створення асоціації випускників (функціонує ГО "Асоціація випускників" (<https://surl.li/pzjahc>), долучати студентське самоврядування до перегляду ОП (представники ОП "Маркетинг", які входять до студ.самоврядування підтвердили свою залученість). Відповідно до запиту № 3 було надано детальну інформацію щодо розгляду зауважень і рекомендацій, зазначених під час попередніх акредитацій ОП, а також врахування рекомендацій експертів при акредитації споріднених ОП у ПДАУ (<https://surl.li/mbjcau>).

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

ПДАУ в своїй діяльності для визначення процедур внутрішнього забезпечення якості освіти керується Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<https://surl.li/qruymx>). Також у ПДАУ діє Кодекс про етику викладача та здобувана вищої освіти (<https://surl.li/rwqzqm>), який сприяє розвитку єдиної організаційної культури університету. В ході спілкування з фокус-групами (здобувачі, НПП, роботодавці, студентське самоврядування та ін.) та аналізуючи ВСО ЕГ встановила, що академічна спільнота активно бере участь у забезпеченні якості ОП та формуванні культури якості освіти. Позитивною практикою ПДАУ, що дозволяє забезпечити формування відповідного рівня культури якості вищої освіти є створена Школа забезпечення якості вищої освіти (<https://surl.li/okfupn>) до якої активно залучають здобувачів (залучаються не лише для навчання, але й для проведення тренінгів для однокурсників як члени експертних груп). З метою забезпечення якості вищої освіти у ПДАУ функціонує Рада з якості вищої освіти (<https://surl.li/yjezvr>). Також зазначимо, що у ПДАУ діє 5-ти рівнева система із внутрішнього забезпечення якості вищої освіти ПДАУ (I – здобувачі, II – кафедри, гаранті, групи забезпечення ОП, III – Вчена рада факультету / інституту, IV – ректорат, V – Вчена рада університету, ректор, наглядова рада), зовнішні стейкхолдери залучені на всіх рівнях (<https://surl.li/honxsx>). До ключових процесів із забезпечення та формування культури якості у ПДАУ ЕГ відносить проведення внутрішньої експертизи ОП (<https://surl.li/udnlyd>), яка регламентована Положенням про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (<https://surl.li/hqymxd>) та внутрішній постакредитаційний моніторинг (<https://surl.li/jiochm>). Також для формування культури якості освіти ПДАУ долучений до об'єднання ЗВО України, де викладається навчальна дисципліна “Антикорупція та доброчесність”, що сприяє формуванню у здобувачів нульової толерантності до корупції, створенню доброчесного середовища в університеті (<https://surl.li/cc/pnxsxb>).

### **Загальний аналіз щодо Критерію 8:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ЕГ встановила, що ОП “Маркетинг” (перший рівень вищої освіти) у ПДАУ, відповідають високим стандартам за Критерієм 8: впроваджена ефективна система внутрішнього забезпечення якості освіти, що передбачає чітко регламентовані процедури розроблення, затвердження, оновлення та моніторингу освітніх програм і їхніх складових (підкритерій 8.1); всі процеси узгоджені з політикою внутрішнього забезпечення якості освіти та базуються на системному зворотному зв'язку від стейкхолдерів, здобувачів освіти та інших зацікавлених сторін, що сприяє їхньому постійному вдосконаленню (підкритерій 8.2-8.3); університет підтримує системну взаємодію з випускниками ОП “Маркетинг” та відстежує їхній кар'єрний шлях (підкритерій 8.4); систематичне проведення анкетувань та опитувань, що дозволяє вчасно реагувати на запити стейкхолдерів (підкритерій 8.5); врахування отриманих зауважень за результатами зовнішнього моніторингу (підкритерій 8.6); сформована культура якості вищої освіти, яка підтримується та популяризується всіма учасниками освітнього процесу в ПДАУ (підкритерій 8.7). ЕГ може виділити такі позитивні практики за Критерієм 8: 1) активне залучення здобувачів ОП “Маркетинг” (перший рівень вищої освіти) до роботи у відділі маркетингу, що надає їм можливість отримати цінний професійний досвід, набути практичних навичок і забезпечити перше робоче місце, 2) створена Школа забезпечення якості вищої освіти до якої активно залучають здобувачів, що дозволяє їм поглибити знання щодо стандартів і процедур забезпечення якості освіти, розвинути аналітичні навички та підвищити рівень професійної компетентності.

#### **Недоліки**

не виявлено

#### **Рекомендації**

1. Протягом 2025/2026 навчального року залучити нових партнерів (роботодавців), що дозволить розширити можливості для стажувань здобувачів. 2. Продовжити вдосконалення системи моніторингу якості освіти, зокрема, шляхом розширення аналітичних можливостей і зміцнення механізмів зворотного зв'язку з усіма учасниками освітнього процесу (забезпечити залученість не менше 70%).

### **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**

У ході проведеної акредитаційної експертизи ЕГ встановила, що ПДАУ в своїй діяльності керується чіткими та зрозумілими правилами та процедурами, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу та представлені наступними документами: Статут (<https://surl.li/quklkt>), Положення про освітню діяльність (<https://surl.li/vnplph>) та інші нормативно-правові документи, які є у вільному на офіційному веб-сайті ПДАУ (<https://surl.li/qqveth>; <https://surl.li/ofxdgp>). В ході спілкування з фокус-групами (здобувачі) було встановлено обізнаність із зазначеними нормативними документами, а також розуміння того, де саме на офіційному веб-сайті університету ці документи доступні для ознайомлення.

### **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**

ЕГ встановила, що ПДАУ оприлюднює проєкт ОП "Маркетинг" (<https://surl.li/kstjug>) з метою отримання зауважень та пропозицій від стейкхолдерів (<https://surl.li/otahod>). Всі зацікавлені сторони мають змогу написати на електронну адресу гаранта ОП, а також заповнити форму для зворотного зв'язку (<https://surl.li/tksmfp>). Усі пропозиції та зауваження представлені в узагальненій таблиці (2024 р. – <https://surl.li/bywldm>; 2023 р. – <https://surl.li/ibbdbn>; 2022 р. – <https://surl.li/cc/eedtxk>). Також встановлено, що ПДАУ забезпечує на своєму веб-сайті відкритий доступ до інформації та документів відповідно до вимог Закону України "Про вищу освіту" (стаття 79) (<https://surl.li/scwtfj>; <https://surl.li/xfceie>; <https://surl.li/whfspl>; <https://surl.li/xowqff>). Під час спілкування з фокус-групами (здобувачі, роботодавці, випускники) було отримано підтвердження стосовно внесення пропозицій щодо вдосконалення ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: пропозиція щодо введення нової ОК "Контент маркетинг", впровадження напрямку вивчення маркетингової діяльності закладів спортивної сфери тощо. Разом з тим, для подальшого вдосконалення механізму збору зворотного зв'язку та зручності усіх учасників освітнього процесу доцільно було б запровадити автоматизовану систему сповіщень про зміни в ОП. Це може включати e-mail-розсилку, що дозволить своєчасно інформувати їх про нововведення та стимулювати активнішу участь у вдосконаленні ОП.

### **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**

ЕГ у ході акредитаційної експертизи встановила, що ПДАУ оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті точну та достовірну інформацію про ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін: ОПП "Маркетинг" 2021-2024 рр. (<https://surl.li/xkhiqe>), навчальний план (<https://surl.li/xldiaj>), силабуси та РПНД (<https://surl.li/fuikxf>) та вся інша інформація про ОП представлена на сайті кафедри маркетингу (<https://surl.li/kqhswn>). Під час зустрічей з фокус-групами було зазначено, що РПНД почали опубліковувати на веб-сайті університету з 2024 року. Під час зустрічі 7 НПП кафедри маркетингу продемонструвано РПНД, які зберігаються на кафедрі, а також представлені в системі Moodle.

## **Загальний аналіз щодо Критерію 9:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ОП "Маркетинг" та освітня діяльність за ОП в достатній мірі відповідають вимогам Критерію 9: на веб-сайті ПДАУ представлені у відкритому доступі нормативні документи, що визначають чіткі та зрозумілі правила та процедури для всіх учасників освітнього процесу (підкритерій 9.1); відбувається дотримання відповідних положень щодо оприлюднення проєкту ОП "Маркетинг" з метою збору та опрацювання пропозицій та зауважень всіх зацікавлених сторін (підкритерій 9.2); вся необхідна інформація за ОП "Маркетинг" представлена у відкритому доступі на офіційному веб-сайті університету / кафедри (підкритерій 9.3). Позитивною практикою за Критерієм 9 ЕГ вважає ефективну політику відкритості та доступності інформації, що реалізується університетом. Взірцевих практик за Критерієм 9 не виявлено, що сигналізує про потенціал до зростання та вдосконалення.

## Недоліки

не виявлено

## Рекомендації

Впровадити автоматизовану систему оповіщень про оновлення ОП, що дозволить своєчасно інформувати зацікавлених сторін (здобувачі, роботодавці, НПП) через email-розсилку.

## 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:

|                                                            |          |
|------------------------------------------------------------|----------|
| <b>Критерій 1.</b> Проектування та цілі освітньої програми | <b>B</b> |
| <b>Критерій 2 .</b> Структура та зміст освітньої програми  | <b>B</b> |

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

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

Додатки до звіту:

| Документ | Назва файла                         | Хеш файла                                        |
|----------|-------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Додаток  | Додаток до звіту<br>ЕГ_ОП_28362.pdf | 18nIvFLSKCB/9jVobTVFEZ5U1FHR+vXfQGWZlgM<br>yjos= |

\*\*\*

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

**Біловодська Олена Анатоліївна**

Члени експертної групи

**Білик Марина Юріївна**

**Сухецька Крістіна Вікторівна**