

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ "МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ"
Освітня програма	51103 Маркетинг та рекламний бізнес
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ "МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ"
Назва ВСП ЗВО	<i>не застосовується</i>
ID освітньої програми в ЄДЕБО	51103
Назва ОП	Маркетинг та рекламний бізнес
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Іваннікова Марина Миколаївна, Вакарчук Анастасія Борисівна, Зайцева Олена Іванівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	<i>не застосовується</i>
Дати візиту до ЗВО	05.11.2024 р. – 07.11.2024 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://ie.u.edu.ua/docs/075vidomosti-2024.pdf>

Програма візиту експертної групи <https://ie.u.edu.ua/docs/075prohrama-vizytu-ekspertnoi-hrupy-2024.pdf>;
https://ie.u.edu.ua/index.php?option=com_content&view=article&layout=edit&id=3340

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:

ЕГ підтверджує наявність необхідних ресурсів і умов для підготовки на високому рівні здобувачів другого (магістерського) рівня ВО за ОП Маркетинг та рекламний бізнес, в ЗВО створено сучасне, якісне та безпечне освітнє середовище для реалізації ОП і всіх учасників освітнього процесу з дотриманням інклюзивності та доступності. ОПП має чіткі цілі, які змістовно корелюють з місією та стратегією ЗВО і спрямовані на розвиток суспільства через створення і поширення сучасних знань на основі інтернаціоналізації освітнього процесу, який сфокусовано на особистий розвиток і відповідальність здобувачів ВО в контексті соціально-економічних та екологічних викликів, здатних набувати сучасних знань, генерувати нові ідеї, критично мислити, приймати обґрунтовані рішення у професійній діяльності. Відчувається реальна співпраця із стейкхолдерами, врахування наукових трендів (НПП, залучений до реалізації ОП приймає участь у 2-х грантових проєктах), тенденцій розвитку спеціальності та ринку праці, досвіду міжнародних освітніх програм. ЗВО декларує чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, тренінгові, кейсові і практико-орієнтовані методи викладання сприяють досягненню заявлених у ОП цілей та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної доброчесності. Наявних матеріально-технічних ресурсів та навчально-методичного забезпечення достатньо для професійного, фізичного, соціального та духовного розвитку здобувачів вищої освіти за даною ОП. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів ЗВО для учасників навчального процесу є вільним, освітнє середовище безпечне і комфортне для навчання та позааудиторного проведення вільного часу здобувачів. Процедури, правила і політики забезпечення якості освітнього процесу є прозорими і сприймаються як корисні та належні всіма членами академічної спільноти. Здобувачі ВО, роботодавці та усі зацікавлені сторони залучені до процесу вдосконалення ОП та інших процедур забезпечення її якості як партнери, система забезпечення якості ЗВО забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки. Позитивною практикою також є додаткова увага курсам та навчанням з основ тактичної медицини, що є актуальним та важливим в умовах повномасштабної війни.

Недоліки

1. В системі НА завантажена ОП, в якій в Матрицях відповідності програмних компетентностей та забезпечення ПРН відсутня обов'язкова ОК 12. Кваліфікаційна робота і не зазначені ЗК, СК, ПРН, які вона забезпечує, але на сайті МЄУ розміщено ОП, у відповідних матрицях якої така інформація відображена. ЕГ вважає це технічною помилкою, яка не впливає суттєво на освітній процес, оскільки здобувачі освіти та інші зацікавлені особи орієнтуються на ОПП, яка розміщена на сайті МЄУ у відкритому доступі. 2. Відсутність практики внутрішньої та зовнішньої академічної мобільності та практики визнання ПРН та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах. 3. У силабусах освітніх компонент містяться застарілі літературні джерела за ОК («Брендинг», «Управління бізнесом в умовах трансформацій», «Стратегічний маркетинг», «Рекламний менеджмент»), є російськомовні літературні джерела (ОК «Міжнародний маркетинг») та посилання на російськомовний ресурс, до якого немає доступу (ОК «Етика та організаційна культура в професійній діяльності»), відсутні англійськомовні літературні джерела та посилання на власні наукові доробки авторів курсів. 4. Незначний рівень залученості здобувачів освіти до міжнародних проєктів та програм обміну; наявність технічних помилок у силабусах та застарілої рекомендованої літератури, що не відображає реальних тенденцій та сучасних вимог до маркетингової освіти. 5. Недостатність маркетингової складової у наукових працях НПП (Павлов В.В., Кузьменко О.А.), які викладають освітні компоненти маркетингового спрямування. 6. Експертна група виявила приклад форми для звернення через Скриньку довіри російською мовою. 7. У відомостях СО ОП наведено анонімну форму для зворотнього зв'язку при перегляді ОП, водночас на сайті ЗВО у розділі з проєктами програм не наведено інструменту для звернень зацікавлених сторін.

Рекомендації

1. Протягом 1 місяця групі забезпечення ОП гармонізувати дані щодо ОП в усіх відкритих джерелах інформації і внести обов'язкову ОК 12. Кваліфікаційна робота в ті ОП, де вона технічно пропущена. 2. Розробити автоматизовану процедуру вибору вибіркового ОК здобувачами освіти на 2025-2026 н.р. з використанням сучасного ПЗ. 3. Залучати здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг та рекламний бізнес до участі в програмах академічної мобільності (офлайн та/або онлайн) шляхом посилення інформування та мотивування Perezaxування окремих кредитів навчальних дисциплін, а також до участі у міжнародних науково-практичних конференціях та написання тез англійською мовою протягом 2024-2025 та 2025-2026 н.рр. 4. Відредагувати формат силабусів відповідно до Положення про навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін, також переглянути силабуси за освітніми компонентами та внести зміни у рекомендовані літературні джерела: оновити літературу науковими працями викладачів, залучених до реалізації ОП; виключити зі списку літератури російськомовні джерела інформації та оновити літературу працями українських науковців та практиків в галузі маркетингу та бізнесу за період не раніше 2020 р., включити до списку літератури англійськомовні видання з метою забезпечення мови викладання (українська та англійська), заявлених в ОП. В силабусах ОК в розділі Викладач(і) внести актуальні дані відповідно до того, який викладач веде дану ОК на затверджений навчальний рік. Рекомендовані зміни доцільно внести до силабусів, які будуть розроблені на 2025-2026 н.р. 5. Здійснити апробацію наукових маркетингових досліджень НПП у наукових статтях з метою забезпечення якісного складу відповідності НПП тим ОК маркетингового спрямування, які викладаються на ОП Маркетинг та рекламний бізнес протягом 2025 року. 6. В місячний термін виправити та актуалізувати інформацію для учасників освітнього процесу у розділі інструменту для

звернень на офіційному сайті ЗВО. 7. Формалізувати в наступних протоколах засідання кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування або групи забезпечення ОП усі пропозиції здобувачів ВО, НПП, які забезпечують ОК, роботодавців та інших заінтересованих сторін: які пропозиції отримано, що враховано, які пропозиції відхилено і за якою аргументацією, можливо, відхилені пропозиції будуть корисними у перспективі. 8. Розмістити форму для анонімних звернень (та розглянути можливість впровадження інструменту для не анонімних звернень) у відповідному розділі розгляду проєктів освітньої програми протягом 1 місяця.

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. Проєктування освітньої програми:

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

При проєктуванні ОП Маркетинг та рекламний бізнес другого (магістерського) рівня ВО враховано Стандарт вищої освіти України із галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг (Наказ МОН № 1343 від 05.12.2018 р.). Освітня програма дозволяє досягти результатів навчання за переліком і змістом ЗК, СК, ПРН і формою підсумкової атестації. Порядок і логіка набуття компетенцій та програмних результатів навчання відображені у структурно-логічній схемі ОП. Зазначені загальні і спеціальні компетентності та програмні результати навчання забезпечуються обов'язковими освітніми компонентами, що відображено в Матрицях відповідності програмних компетентностей та забезпечення програмних результатів навчання освітнім компонентам і підтверджується аналізом робочих програм. Експертна група пересвідчитися, що заявлені програмні результати навчання дозволять здобувачам вищої освіти за даною освітньою програмою сформувати професійні знання та набути дослідні і творчі навички для вирішення складних завдань ефективного управління маркетинговою діяльністю і рекламним бізнесом, розв'язання нестандартних аналітичних завдань, продукування креативних ідей та формування маркетингових стратегій з урахуванням міжнародного досвіду і використанням інноваційних технологій. Проте, ЕГ зазначає, що в системі НА завантажена ОП, в якій в Матрицях відповідності програмних компетентностей та забезпечення ПРН відсутня обов'язкова ОК 12. Кваліфікаційна робота і не зазначені ЗК, СК, ПРН, які вона забезпечує, але на сайті МЄУ розміщено ОПП, у відповідних матрицях якої така інформація відображена <https://bit.ly/3AubUO5>. ЕГ вважає це технічною помилкою, яка не впливає суттєво на освітній процес, оскільки здобувачі освіти та інші зацікавлені особи орієнтуються на ОПП, яка розміщена на сайті МЄУ у відкритому доступі.

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

При визначенні програмних результатів навчання, загальних і спеціальних компетентностей робочою групою враховано вимоги Професійного стандарту “Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку” (код 2419.2 згідно Класифікатора професій ДК 003:2010). Зазначені професійним стандартом загальні компетентності щодо здатності працювати з великими обсягами даних корелюють з ЗК6, здатності діяти в мультизадачних умовах – з ЗК4, працювати в команді – з ЗК5, використовувати цифрові технології – з ЗК9, працювати автономно і цілком відповідально – з ЗК3,7,10 (Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку). У складі спеціальних компетентностей це відображено в СК3 (професійні компетентності за трудовою дією або групою дій В1-4), СК5 (А1-3, В1-4, Е1-2), СК8 (D1-2), СК9 (А1-3, В1-4), СК13 (С1-3), а їх опанування забезпечується в межах освітніх компонент: ОК4, ОК5, ОК6, ОК7. ОП Маркетинг та рекламний бізнес не передбачає присвоєння професійних кваліфікацій, Професійний стандарт “Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку” застосовано для обґрунтування доцільності внесення додаткових ЗК, СК та ПРН.

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

ОП Маркетинг та рекламний бізнес має чітко сформульовані цілі і мету, яка полягає у “підготовці висококваліфікованих фахівців, які володіють системним мисленням, теоретичними знаннями і практичними навичками управління маркетинговою діяльністю, спрямованих на забезпечення ефективної діяльності та сталого розвитку підприємств, здатних вирішувати складні дослідницькі та практичні завдання побудови маркетингових бізнес-процесів, управляти ними, впроваджувати інноваційні технології та в підсумку реалізуватись як особистість за для виконання місії служіння людям, суспільству”. ЕГ відзначає, що мета і особливості ОП відповідають стратегії розвитку та місії МСУ (на період 2021-2031 рр.), яка спрямована на розвиток суспільства через створення і поширення сучасних знань на основі інтернаціоналізації освітнього процесу (development-strategy1.pdf). Візією університету є “досягнення лідерських позицій в світовому науково освітньому просторі з якісної підготовки фахівців, здатних творчо мислити, впроваджувати інновації та інтегруватись у європейську та світову спільноту”. Освітній процес спрямовано на особистий розвиток і відповідальність здобувачів ВО в контексті соціально-економічних та екологічних викликів, здатних: набувати сучасних знань, генерувати нові ідеї і критично мислити, приймати обґрунтовані рішення у професійній діяльності, діяти за умов недостатньої інформації та мотивувати людей рухатись до спільної мети. У ході зустрічей з фокус-групами (керівництвом ЗВО, авторами звіту СО, академічним персоналом і представниками структурних підрозділів) відзначалося розуміння відповідності мети ОП місії та стратегії Міжнародного європейського університету.

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

Мета ОП та ПРН сформовані на основі публічного обговорення різними групами стейкхолдерів, що підтверджено в ході зустрічей з фокус-групами і відповідними документами (рецензії на ОП, протоколи обговорення, відкрита інформація на сайті МСУ). ОП щорічно переглядається з урахуванням потреб усіх заінтересованих сторін, у складі її розробників: НПП, стейкхолдери та здобувачі ВО. Рівень задоволеності здобувачів процесом навчання визначається шляхом опитування, результати якого оприлюднюються (<http://surl.li/dysxdi>). На зустрічі 4 здобувачі підтвердили, що моніторинг задоволеності якістю ОП відбувається і до їх побажань дослуховуються (protokol19.pdf). Випускники (зустріч 7) також відзначили, що їх залучали до опитування і щорічного публічного обговорення ОП, їх пропозиції були враховані. Відбуваються систематичні зустрічі з роботодавцями (<http://surl.li/xqbrgs>). На зустрічі 6 було підтверджено, що вони долучаються до обговорення ОП і надані пропозиції щодо практикоорієнтованості і посилення цифрових навичок в сфері організації рекламного бізнесу враховано, також підтверджено участь роботодавців у проведенні гостьових лекцій (<https://cutt.ly/teAoZ8L5>), функціонує Експертна рада роботодавців. Академічна спільнота безпосередньо залучена до обговорення і вдосконалення ОП. На зустрічі 3 з НПП зазначено, що ними оновлюються теми ОК, впроваджуються сучасні методи навчання, актуалізовано теми ВКР і курсових робіт в контексті Цілей сталого розвитку, наповнюється перелік вибіркових дисциплін (protokol_15.pdf). При формуванні ОП враховано досвід співпраці з освітніми і професійними спільнотами та ГО, що підтверджено на відкритій зустрічі Президентом ГО «УАМ» І.Лилик і колегами-освітянами. Виявлення та врахування потреб заінтересованих сторін було підтверджено на зустрічах 3,4,5,6,7,9 зі здобувачами, представниками студентського самоврядування, роботодавцями, випускниками, НПП тому ЕГ мала змогу пересвідчитися, що їх залучення мало справжній, а не формальний характер.

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

Контекст, у якому існує ОП, відображає тенденції розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, досвіду аналогічних програм. НПП залучаються до актуальних тематик дослідження цифрової трансформації бізнесу і управління сферою маркетингу та реклами. Тенденції розвитку спеціальності враховані при оновленні НМЗ ОК, застосуванні сучасних методів викладання, підвищенні кваліфікації і стажуванні. Випускники ОП працевлаштовані за фахом, затребувані на ринку праці, що підтверджено на зустрічах 6-7 з роботодавцями і випускниками. Галузевий і регіональний аспекти враховано на основі партнерства з керівниками і власниками бізнесу Київщини та Сумщини, які надають можливість практичної підготовки і зацікавлені у фахівцях-маркетологах нового покоління, здатних розвивати рекламний бізнес та вибудовувати ефективні комунікації. При формуванні ОП враховано досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм: а) вітчизняних – ОП Маркетинг (НУ “Києво-могилянська академія”, НУ “Львівська політехніка”), ОП Менеджмент маркетингової діяльності (Українського католицького ун-ту), ОП Рекламний бізнес (ДТЕУ) при розробці ОК “Стратегічний маркетинг”, ОК “Рекламний менеджмент”, ОК “Міжнародний маркетинг”, ОК “Брендинг” та ВК “Бізнес-нетворкінг”, ВК “Ділова дипломатія: європейські студії”, ВК “Управління ланцюгами постачання”, ВК “Міжнародний рекламний бізнес”; б) магістерських програм європейських ун-тів (<https://cutt.ly/PeAMuVJW>): Maastricht University (Нідерланди) (<https://cutt.ly/7eAoV0lw>), ESCP Business School (Франція, UK) (<https://cutt.ly/peAoV6dh>), Munich Business School (Німеччина) (<https://cutt.ly/HeAoBRW7>), Vrije Universiteit Amsterdam (<https://cutt.ly/SeAoB8KJ>), HEC Paris (<https://cutt.ly/2eAoNm4r>), що дозволило збалансувати структуру ОП у відповідності до сучасних вимог освіти і бізнесу. ЕГ пересвідчилась, що врахування досвіду аналогічних ОП спрямовано на підготовку компетентних фахівців, спроможних будувати кар’єру в Україні та за її межами.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП Маркетинг та рекламний бізнес другого (магістерського) рівня ВО дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг. Зміст ОП враховує вимоги Професійного стандарту 2419.2 “Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку” в контексті обґрунтування доцільності внесення додаткових ЗК, СК та ПРН. ОП має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії Міжнародного європейського університету, при визначенні мети та формулюванні ПРН враховано тенденції розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевий аспект, потреби здобувачів, роботодавців, академічної спільноти, досвід інших вітчизняних та зарубіжних програм. Беручи до уваги встановлені факти (позитивні практики і недоліки) та враховуючи принципи поваги до автономії університету, ЕГ підтверджує відповідність освітньої програми критерію 1.

Недоліки

В системі НА завантажена ОП, в якій в Матрицях відповідності програмних компетентностей та забезпечення ПРН відсутня обов'язкова ОК 12. Кваліфікаційна робота і не зазначені ЗК, СК, ПРН, які вона забезпечує, але на сайті МЄУ розміщено ОПП, у відповідних матрицях якої така інформація відображена. ЕГ вважає це технічною помилкою, яка не впливає суттєво на освітній процес, оскільки здобувачі освіти та інші зацікавлені особи орієнтуються на ОПП, яка розміщена на сайті МЄУ у відкритому доступі.

Рекомендації

Протягом 1 місяця групі забезпечення ОП гармонізувати дані щодо ОП в усіх відкритих джерелах інформації і внести обов'язкову ОК 12. Кваліфікаційна робота в ті ОП, де вона технічно пропущена.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

ОП Маркетинг та рекламний бізнес розроблена з урахуванням всіх вимог стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженому Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року. Структура і зміст ОП щорічно переглядається та затверджується рішенням Вченої ради МЄУ. Обсяг освітньої програми становить 90 кредитів ЄКТС, з яких 64 кредити обов'язкових ОК, які забезпечують досягнення здобувачами результатів навчання, визначених стандартом та додаткових визначених університетом а також 26 кредитів ЄКТС вибіркових освітніх компонент, які складають 28% загальної кількості кредитів. Таке співвідношення відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту», відповідно до яких обсяг дисциплін за вільним вибором здобувачів має становити не менше 25%. Експертами проаналізовано ОПП «Маркетинг та рекламний бізнес» 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

Зміст ОП Маркетинг та рекламний бізнес другого рівня вищої освіти має чітку структуру, ОП є збалансованою змістовно і в контексті загального часу навчання. Освітні компоненти, які включені до ОП і НП редакції 2024 року, складають логічну взаємопов'язану систему, що відображено у наведеній структурно-логічній схемі. У матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП та у матриці забезпечення програмних результатів

навчання відповідними компонентами ОП, наведених у ОП редакції продемонстровано, що кожний програмний результат навчання охоплено і у повній мірі можна досягти освітніми компонентами і змістом програми, що також підтверджено у силабусах навчальних дисциплін та робочих програмах навчальних дисциплін (надано ЗВО на запит ЕГ). Формування загальнокультурних та громадянських компетентностей забезпечується наявними у ОП освітніми компонентами, а саме: ЗК5 «Навички міжособистісної взаємодії» забезпечується ОК 1. Іноземна мова за професійним спрямуванням та ОК 2. Етика та організаційна культура в професійній діяльності; ЗК10 «Здатність проявляти лідерські навички, планувати та управляти часом, стресостійкість» (додатково введена ЗВО) забезпечується ОК 2. Етика та організаційна культура в професійній діяльності, ОК 8. Управління бізнесом в умовах трансформацій та ОК 10. Виробнича практика; СК3 «Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу» забезпечується ОК 3,4,11; ПРН 2 «Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта» забезпечується ОК 6, 7; ПРН 5 «Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами» забезпечується ОК 1. Іноземна мова за професійним спрямуванням, 3,7, ОК 10. Виробнича практика; ПРН 8 «Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу» забезпечується ОК 1. Іноземна мова за професійним спрямуванням, 2. Етика та організаційна культура в професійній діяльності, ОК 10. Виробнича практика.

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

В ОП Маркетинг та рекламний бізнес другого рівня вищої освіти відсутні освітні компоненти, які за своїм змістом не мають зовсім зв'язку чи мають неочевидний зв'язок зі спеціальністю 075 Маркетинг. Освітні компоненти ОП підібрані таким чином, щоб максимально відповідати предметній області визначеної для неї спеціальності, а саме: ОК 5. Рекламний менеджмент, ОК 6. Стратегічний маркетинг, ОК 7. Міжнародний маркетинг та ОК 9. Брендінг забезпечують формування компетентностей сучасного маркетолога, здатного виконувати управлінські функції із розробки маркетингових стратегій, рекламних кампаній, в тому числі в умовах євроінтеграції; ОК 1. Іноземна мова за професійним спрямуванням, ОК 2. Етика та організаційна культура в професійній діяльності, ОК 4. Інформаційні технології у професійній діяльності та ОК 8. Управління бізнесом в умовах трансформацій дозволяють набутти навичок ефективного управління, здатного діяти в умовах невизначеності та у міжнародному середовищі; ОК 3. Організація наукових досліджень дозволяє застосовувати емпіричні підходи у розробці та реалізації маркетингових стратегій підприємств. Зміст ОП постійно вдосконалюється, зокрема через введення тих освітніх компонентів, яких раніше не було, чому сприяє взаємодія зі здобувачами освіти та стейкхолдерами. Опрацювання ОПП, навчальних планів, а також таких елементів навчально-методичного забезпечення дисциплін фахового спрямування, як силабуси, робочі програми свідчить про відповідність змісту в цілому предметній області заявленої для неї спеціальності 075 Маркетинг.

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

Структура ОП Маркетинг та рекламний бізнес передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний, довільний вибір здобувачами дисциплін в обсязі 26 кредитів, що становить не менше ніж 25%, передбачених законодавством. Здобувачі вищої освіти ОП Маркетинг та рекламний бізнес другого рівня вищої освіти мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію через вибір навчальних дисциплін відповідно до Положення про реалізацію здобувачами вищої освіти права на формування індивідуальної освітньої траєкторії у МЄУ <https://bit.ly/4f1PzBv>. Процедура вибірковості було деталізовано на зустрічі з гарантом, зустрічах 1, 3 та 4, коли учасниками фокус груп було чітко описано критерії, часові рамки, порядок обрання через, мінімальна кількість). Організація формування вибіркової складової здійснюється, зазвичай, у першому семестрі на наступний семестр. Вибір здійснюється із загальноуніверситетського каталогу дисциплін загального спрямування, із каталогу в межах освітньої програми дисциплін фахового спрямування та дисциплін із каталогів університетів-партнерів <https://bit.ly/4hN4xSv>. Випадків обрання вибіркових ОК із числа дисциплін університетів-партнерів на ОП «Маркетинг та рекламний бізнес» не було, оскільки здобувачів освіти цілком задовольняє запропонований ЗВО вибір. Перелік вибіркових ОК щорічно оновлюється, пропонується робочою групою ОП з урахуванням результатів опитування здобувачів щодо запропонованих вибіркових ОК із попередніх каталогів та затверджується на рівні кафедр та затверджується Вченою радою університету. Процедура вибору здійснюється здобувачами через попереднє ознайомлення із переліком завідувачем кафедри, здобувачі мають можливість вільного вибору, який підтверджують написанням заяв на ім'я директора інституту. Під час зустрічей здобувачі першого курсу не мали змоги пояснити хід процедури, оскільки вибір ще не здійснювали, а здобувач другого курсу, який був на зустрічі 4, підтвердив, що здійснював процедуру вибору та формував індивідуальну освітню траєкторію з відповідним внесенням до індивідуального навчального плану. Відповідний вибір відображено у ІНП здобувача 2 курсу ОП Дідуха Д.М., який надано ЗВО на запит ЕГ.

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

Практична підготовка здобувачів на ОП Маркетинг та рекламний бізнес здійснюється у МЄУ відповідно до Положення про організацію освітнього процесу <https://bit.ly/4esJlJ6> та Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти у МЄУ <https://bit.ly/4frOiJ2>, складає 14 кредитів ЄКТС і забезпечується ОК 10. Виробнича практика (8 кредитів ЄКТС) та ОК 11. Переддипломна практика (6 кредитів ЄКТС). Програми практик визначають перелік завдань, які ставляться перед практикантами, дозволяють набути практичних навичок через реалізацію набутих теоретичних знань. Рівень здобуття практичних навичок здобувачів під час проходження практик відображено у звітах з практик (надано ЗВО на запит ЕГ), поставлені завдання розкривають сутність та ефективність перебування здобувачів на базах практик. Базами практик для здобувачів ОП Маркетинг та рекламний бізнес є підприємства, з якими заключені договори <https://bit.ly/4oLES6H>. Під час зустрічі 6 зі стейкхолдерами було підтверджено директором ТОВ «Рекламна група Region», що здобувачі ОП проходять практику на цьому підприємстві.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

У ході зустрічей ЕГ із представниками з числа НПП та здобувачів освіти підтверджено, що ОП «Маркетинг та рекламний бізнес» передбачає набуття здобувачами другого рівня вищої освіти соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям. ОП доволі якісно сформована, адже включає різні види практичної підготовки: практичні заняття, майстер-класи, тренінги, підготовка наукових проєктів тощо. Встановлено, що ОП найбільше сприяє набуттю соціальних навичок «soft skills» через такі освітні компоненти, як ОК 2. Етика та організаційна культура в професійній діяльності, ОК 3. Організація наукових досліджень, ОК 7. Міжнародний маркетинг, ОК 9. Брендинг, ВК. Професійна мовленева діяльність, які пов'язані із набуттям навичок особистісного да ділового спілкування, соціальної адаптації, виконання групових проєктів та командної роботи, застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності, здатність гнучко та оперативно реагувати на виклики зовнішнього середовища, формувати креативне мислення.

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

Обсяг ОК у кредитах ЄКТС у МЄУ регламентується Положення про організацію освітнього процесу у МЄУ <https://bit.ly/4esJlJ6>. Розподіл ОК по семестрово складає 30 кредитів ЄКТС рівномірно. Цикл загальної підготовки складає 17 кредитів ЄКТС, цикл професійної підготовки 19 кредитів ЄКТС та практична підготовка складає 14 кредитів ЄКТС, кваліфікаційна робота 16 кредитів ЄКТС та вибіркові ОК – 24 кредити ЄКТС. Пропорційний розподіл ОК у обсягах кредитів ЄКТС дозволяє гармонізувати набуття професійних навичок здобувачам під час освітнього процесу протягом освітніх семестрів. Кількість аудиторних годин в межах кожної ОК складає не більше 33,3%, що відповідає нормативному розподілу. Частка аудиторного навантаження складає 27,3%, а самостійної роботи – 72,3 %.

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)

Практикоорієнтованість ОП Маркетинг та рекламний бізнес забезпечується через завдання професійно-практичного спрямування <https://bit.ly/4etvJCM> та дозволяє здобувачам освіти виконувати теоретичні завдання на прикладі реальних кейсів компаній, створювати власні продукти, проєктувати то розробляти конкретні пропозиції. Під час практичних занять на ОК здобувачі використовують програмні продукти з числа загальнодоступних інструментів Google, за допомогою яких можуть практикувати здобуті під час лекцій навички. За ОП Маркетинг та рекламний бізнес підготовка здобувачів за дуальною формою навчання не здійснюється.

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

Набуття навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року забезпечується через визначені ЗВО у ОП СК 10. Здатність застосовувати економіко-теоретичні знання для обґрунтування комплексу маркетингових рішень щодо впровадження інноваційних імперативів задля ефективного функціонування і розвитку підприємства як цілісної системи, СК. 13 Здатність застосовувати інструменти маркетингу, з використанням міжнародного досвіду, задля удосконалення маркетингової збутової, рекламної

політики в умовах розвитку цифрової трансформації бізнес-середовища, ПРН 17. Розробляти та управляти маркетинговою політикою в умовах трансформації бізнес-процесів, середовища, нестабільного конкурентного поля, з урахуванням міжнародного досвіду, для досягнення стратегічних цілей та ефективності діяльності підприємства, ПРН 18. Використовувати системний та синтезний підходи до маркетингового управління підприємств на інноваційних засадах, орієнтуючись на принципи цілісності, гнучкості, адаптивності. Досягнення глобальних цілей сталого розвитку реалізується здобувачами освіти через теми кваліфікаційних робіт <https://bit.ly/4froXff> та теми окремих обов'язкових ОК та вибіркових ОК.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Обсяг ОП Маркетинг та рекламний бізнес відповідає вимогам ЗУ «Про вищу освіту» та витримує 25% ОК за вибором здобувачів. ОП є структурованою та збалансованою в контексті загального часу навчання (за трьома семестрами), а також змістовно. ПРН реалістично охоплено і у повній мірі можна досягти освітніми компонентами. Додаткові СК, ЗК та ПРН, визначені закладом освіти дозволяють поглибити рівень фахової підготовки на ОП. ОК максимально відповідають предметній області визначеній для неї спеціальності та адаптовані до вимог сучасного середовища. Зміст ОП постійно удосконалюється, зокрема через введення тих ОК, які відповідають сучасним вимогам та корелюються з вимогами стейкхолдерів. ОП та НП передбачають практичну підготовку здобувачів другого рівня вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності в сфері маркетингу у достатній кількості кредитів ЄКТС. У цілому зміст ОП передбачає достатній обсяг ОК, спрямованих на формування необхідних фахових компетентностей та ПРН. Обсяг ОП та окремих ОК (у кредитах ЄКТС) реалістично відображає фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання.

Недоліки

Не виявлено суттєвих недоліків.

Рекомендації

Враховуючи технічний та інформаційний потенціал МЄУ, ЕГ рекомендує розробити автоматизовану процедуру вибору вибіркових ОК здобувачами вищої освіти на 2025-2026 н.р. з використанням комп'ютерних програм.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

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

Правила прийому до МЄУ розміщені на офіційному веб-сайті університету у вкладці “Вступ” є чіткими, зрозумілими, не містять дискримінаційних положень ([admission-rules-2024.pdf](#)). Правила прийому переглядаються та затверджуються щорічно, на 2024 рік розроблені Приймальною комісією, затверджені Вченою радою (протокол №4 від 4 квітня 2024 р.) і введені в дію ректором (наказ №26-ОД від 4 квітня 2024 р.) відповідно до Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2024 році, затвердженого наказом МОН України 06 березня 2024 року № 266 і зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 14 березня 2024 р. за № 379/41724 зі змінами та доповненнями МОН України від 15.03.2024 року наказ №326 та зареєстрованими у Міністерстві юстиції України від 18.03.2024 року №403/41748. Також на офіційному веб-сайті МЄУ оприлюднено перелік спеціальностей/освітніх програм, за якими здійснюється вступ у 2024 році, надається інформація щодо: безоплатних курсів підготовки, вартості навчання і програми лояльності, інформація по створенню електронного кабінета, написанню мотиваційних листів, календарні графіки вступної кампанії, проведення співбесід і фахових екзаменів, розміщено контактні телефони, адресу, е-пошту для листування з приводу вступної кампанії, надані посилання на соціальні мережі МЄУ (ВСТУП).

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

Правила прийому на навчання за ОП Маркетинг та рекламний бізнес розміщені у вільному доступі на сайті МЄУ та враховують особливості самої програми (Правила прийому). Вступ на ОП у 2024 році відбувся за конкурсним відбором на основі НРК6 або НРК7, який враховував: результати ЄВІ-2023/2024 та ЄФВВ-2024, фахового вступного випробування з 4-х тематичних розділів: Маркетингові дослідження, Маркетингова товарна політика, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові комунікації (10.pdf), співбесіди з іноземної мови та розгляду мотиваційних листів (Мотиваційний лист). Проаналізувавши розміщену на сайті університету інформацію стосовно вступної кампанії, ЕГ дійшла висновку, що правила прийому на ОП враховують її особливості.

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

У МЄУ розроблені положення, що регулюють визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах. Визнання результатів попереднього навчання регламентується такими документами: Політикою визнання попереднього навчання (<https://cutt.ly/yeAoXops>), Положенням про визначення академічної різниці та перезарахування результатів навчання (<https://cutt.ly/heAoXVYZ>); Положенням про відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів вищої освіти в МЄУ (<https://cutt.ly/zeAoLYzv>). Можливості академічної мобільності визначаються Порядком реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу (<https://cutt.ly/deAoZtJV>). За час існування ОП прикладів визнання ПРН та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах не наведено, також відсутня практика академічної мобільності, представники закладу пов'язують це з військовими діями.

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

Здобувачі ВО за даною ОП можуть претендувати на визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та/або інформальній освіті, це регламентується відповідним Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти в Міжнародному європейському університеті (<https://ieu.edu.ua/docs/pol-ppvgn.pdf>). В звіті СО зазначено, що застосування практики визнання результатів неформального/інформального навчання на ОП не відбувалося, хоча здобувачами ВО на зустрічі 4 зазначено, що викладачі заохочували їх пройти курси на різних платформах і вони дослуховувалися до їхніх порад.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ констатує, що правила прийому на ОП Маркетинг та рекламний бізнес є зрозумілими та недискримінаційними і розміщені у вільному доступі в окремій вкладці на офіційному веб-сайті МЄУ «Вступ», де систематизовано усю актуальну інформацію щодо вступу. Процедури визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах та визнання результатів навчання в неформальній освіті є зрозумілими та доступно викладеними на веб-сайті університету.

Недоліки

Відсутність практики внутрішньої та зовнішньої академічної мобільності та практики визнання ПРН та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах.

Рекомендації

ЕГ рекомендує залучати здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг та рекламний бізнес до участі в програмах академічної мобільності (офлайн та/або онлайн) шляхом посилення інформування та мотивування перезарахування окремих кредитів навчальних дисциплін. Враховуючи наявні можливості міжнародної академічної мобільності і технологічний потенціал для онлайн стажування у МЄУ, дану рекомендацію можна реалізувати впродовж 4-х місяців.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Освітній процес на ОП Маркетинг та рекламний бізнес реалізується відповідно до вимог чинного законодавства та регламентується внутрішніми положеннями МЄУ: Політика внутрішнього забезпечення якості <https://bit.ly/3UQAdN8>, Положенням про організацію освітнього процесу у МЄУ <https://bit.ly/4esJIJ6>, Положенням про організацію самостійної роботи студента в МЄУ <https://bit.ly/3Z3mjtB>, Положенням про науково-дослідну роботу здобувачів вищої освіти <https://bit.ly/3ZoGRCU>, Положенням про організацію науково-дослідної діяльності в МЄУ <https://bit.ly/4fJnhkc>, Положенням про реалізацію здобувачами вищої освіти права на формування індивідуальної освітньої траєкторії у МЄУ <https://bit.ly/4flPzBv>, Положенням про організацію інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми потребами у МЄУ <https://bit.ly/4fludoL>, які передбачають врахування принципів академічної свободи та студентоцентрованого підходу. Використовуючи сучасні технічні засоби зв'язку (Jambord та обладнані комп'ютерами із веб камерами аудиторії) на ОП забезпечується освітній процес, який враховує присутність здобувачів як онлайн, так і в аудиторіях синхронно. Під час занять викладачами використовуються методи проблемних лекцій, лекцій-дискурсів, тренінгів та майстер-класів, кейс-стаді, симуляцій та дискусій, які дозволяють досягнути мети та ПРН за кожною ОК у ОП (наведено викладачами та підтверджено здобувачами під час зустрічей з ЕГ10). Аналіз матриці відповідності (табл.1 ОПП) та матриці забезпечення (табл.2 ОПП) а також силабусів та робочих програм навчальних дисциплін (наданих на запит ЕГ у системі паqa) демонструє оптимальний вибір форм та методів навчання і викладання, що сприяють досягненню заявлених у ОП цілей та ПРН. Під час інтерв'ю здобувачі підтвердили студентоцентрованість процесу навчання та викладання та дотримання принципів академічної свободи. Студенти самостійно обирають об'єкт дослідження, науковий напрям та форми і методи комунікації з викладачами (групові у спільних чатах чи індивідуальні консультації).

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)

Учасники освітнього процесу за ОП Маркетинг та рекламний бізнес отримують інформацію щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК із різних джерел: на посвяті в студенти Приймак Н.В. інформувала всіх здобувачів першого курсу як представниця Європейської школи бізнесу в МЄУ про особливості освітнього процесу в МЄУ (підтверджено на зустрічах з ЕГ 3 та 4); на настановчій зустрічі з магістрами 1 курсу ОП Маркетинг та рекламний бізнес під час першого тижня навчання Приймак Н.В. як куратор ознайомлювала здобувачів із ОП, особливостями роботи у системі Moodle, силабусами навчальних дисциплін та системою оцінювання; здобувачі вищої освіти за ОП також отримують інформацію від викладачів під час першої пари за кожною ОК; після заняття викладач інформує про кількість балів, які отримали здобувачі протягом заняття; на платформі дистанційного навчання Moodle в кожному дистанційному курсі розміщено силабуси і здобувачі можуть також отримати інформацію про систему оцінювання та особливості вивчення ОК. Силабуси за кожною навчальною дисципліною містять інформацію щодо мети та цілей дисципліни, результати навчання, які здобувачі отримують за результатом вивчення дисципліни а також систему отримання балів за кожною складовою курсу. Здобувачами було підтверджено, що вони достатньо проінформовані про цілі, зміст та програмні результати навчання а також критерії оцінювання за кожною освітньою компонентою та знають до кого можна звернутися в разі уточнення (куратор, провідний викладач за ОК). ЕГ констатує, що здобувачі під час зустрічі підтвердили, що вони знають де на сайті університету розміщена ОП Маркетинг та рекламний бізнес і мають можливість з нею ознайомитися.

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

У освітній складовій ОП, у частині обов'язкових ОК, відведено місце ОК, що забезпечують набуття універсальних навичок дослідника серед визначених стандартом ПРН3 «Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності» та ПРН5 «Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами» та додаткового визначеного закладом освіти ПРН16 «Виконувати оригінальне науково-прикладне дослідження, творчі розробки, з генеруванням креативних ідей, застосовуючи сучасні методи, спеціальне програмне забезпечення, аргументуючи власну точку зору і презентуючи результати досліджень для впровадження їх результатів у професійну практику», які досягаються через опанування ОК 3. Організація наукових досліджень, ОК 4. Інформаційні технології у професійній діяльності, ОК 5. Рекламний менеджмент, ОК 7. Міжнародний маркетинг, ОК 10. Виробнича практика, ОК 11. Переддипломна практика та ОК 12. Кваліфікаційна робота. Проте, ЕГ зазначає, що в системі НА завантажена ОП, в якій в Матрицях відповідності програмних компетентностей та забезпечення ПРН відсутня обов'язкова ОК 12. Кваліфікаційна робота і не зазначені ЗК, СК, ПРН, які вона забезпечує, але на сайті МЄУ розміщено ОПП, у відповідних матрицях якої така інформація відображена <https://bit.ly/3AubUO5>. ЕГ вважає це технічною помилкою, яка не впливає суттєво на освітній процес, оскільки здобувачі освіти та інші зацікавлені особи орієнтуються на ОПП, яка розміщена на сайті МЄУ у відкритому доступі. Здобувачі ВО за ОП Маркетинг та рекламний бізнес беруть участь у науково-практичних конференціях, що зазначено у Звіті з наукової роботи кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування (<https://bit.ly/3YPb5Y4>) та розміщені у Репозитарії університету (<https://bit.ly/4espnDN>); брали участь у Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти – здобувач Бурдіян О.С., диплом переможця III ступеня (у відомостях про СО за посиланням про нормативний документ, який регламентує участь у Конкурсі розміщено Положення МЄУ російською мовою). А актуальне положення розміщено на сайті МЄУ українською у розділі публічна інформація за посиланням <https://bit.ly/3Z7rGbe>. Кафедрою реалізується НДТ «Фінансово-економічні та управлінські складові переходу до нової соціально-економічної формації у межах Industry 4.0 та 5.0», до складу якої здобувачі не включені, але виконують наукові дослідження за відповідною тематикою; діє науковий гурток «Цифрова економіка та маркетинг», в рамках заплановано для здобувачів низку науково-практичних заходів (вікторини, заняття-дискусії, конференції, круглі столи тощо <https://bit.ly/40HcQcn>).

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

Розроблення, затвердження, оцінювання якості та періодичний перегляду ОП та навчально-методичного забезпечення у МЄУ регламентовані Політикою внутрішнього забезпечення якості <https://bit.ly/3UQAdN8>, Положенням про організацію освітнього процесу у МЄУ <https://bit.ly/4esJLJ6>, Положенням про запровадження, затвердження, моніторинг та припинення ОП у МЄУ <https://bit.ly/40Kddmx>, Положенням про навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін у МЄУ <https://bit.ly/48JLlRz> та мають щорічно оновлюватися відповідно до вимог та рекомендацій стейкхолдерів. З метою оновлення змісту освітніх компонентів та відповідного методичного забезпечення, НПП за ОП беруть участь у науково-дослідній темі кафедри «Фінансово-економічні та управлінські складові переходу до нової соціально-економічної формації у межах Industry 4.0 та 5.0», до складу якої входять НПП Боярко І.М., Панченко О.В. та Галенін Р.В., що безпосередньо викладають на ОП та відображають результати науково-дослідної теми у ОК «Міжнародний маркетинг» та «Брендинг» щодо цифровізації маркетингової діяльності. Науково-педагогічні працівники, що викладають на ОП, беруть участь у науково-практичних конференціях та публікують наукові статті та монографії, систематично підвищують кваліфікацію, мають практичний досвід роботи за фахом (Панченко О.В., Галенін Р.В., Гуцалюк О.М.), що відображається у використанні актуальних тем під час навчання. Водночас ЕГ відмічає, що під час ознайомлення з силабусами ОК, було виявлено, що до списку рекомендованих джерел інформації включено російськомовний підручник (ОК «Міжнародний маркетинг») та посилання на російськомовний ресурс, до якого немає доступу (ОК «Етика та організаційна культура в професійній діяльності»), переважає література за 2011-2019 р.

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

Інтернаціоналізація діяльності за ОП Маркетинг та рекламний бізнес реалізується у рамках Стратегії інтернаціоналізації МЄУ та передбачає забезпечення якісної вищої освіти кожного здобувача, його конкурентоспроможності на ринку праці, що дозволить їм реалізувати власний потенціал, зробити вагомий внесок у розвиток суспільства, міжнародну спільноту. На ОП дотримання стратегічних напрямів забезпечується через виконання кадрових вимог до НПП, а саме: наявність рівня В2 володіння англійською, підтвердженого сертифікатами міжнародного зразка, що дозволить реалізувати науково-дослідну та освітню діяльність іноземною мовою та інтегрувати її у європейське середовище. Безпосередньо на ОП викладання здійснюється українською та англійською (ОК «Іноземна мова за професійним спрямуванням» та вибіркова для здобувачів 2023 р.н. «Професійна мовленева діяльність»). Здобувачі мають можливість навчатися за програмами міжнародної академічної мобільності Erasmus+ (за період існування ОП випадків не було), брати участь у спільних з НПП за ОП міжнародних проектах. НПП публікують результати своїх наукових досліджень у міжнародних виданнях, включених до науково-метричних баз Scopus та Web of Science, беруть участь у міжнародних конференціях, долучаються до міжнародних проектів, що реалізуються МЄУ (Боярко І.М.). Під час роботи ЕГ виявлено, що здобувачі за ОП «Маркетинг та рекламний бізнес» не брали участі у міжнародних програмах мобільності, проектах тощо.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

На основі ґрунтовного аналізу Еґ відомостей про СО, документів із сайту МЄУ та наданих на запит Еґ, зустрічей зі здобувачами, НПП, гарантом, студентським самоврядуванням та адмінперсоналом, Еґ констатує, що під час освітнього процесу до здобувачів своєчасно доноситься інформація щодо цілей та методів навчання, результатів оцінювання а також забезпечується досягнення визначених стандартом та ОП результатів навчання. ОП передбачає здобуття необхідних навичок та забезпечує можливості для здобувачів поєднувати навчання і дослідження під час реалізації ОП та досягнення її цілей. Науково-педагогічний персонал враховує сучасні тенденції та вимоги в галузі маркетингової діяльності та відображає їх змінами під час перегляду ОП.

Недоліки

1. У силабусах освітніх компонент містяться застарілі літературні джерела за деякими ОК («Брендинг», «Управління бізнесом в умовах трансформацій», «Стратегічний маркетинг», «Рекламний менеджмент»), є російськомовні літературні джерела (ОК «Міжнародний маркетинг») та посилання на російськомовний ресурс, до якого немає доступу (ОК «Етика та організаційна культура в професійній діяльності»), відсутні англійськомовні літературні джерела та посилання на власні наукові доробки авторів курсів. 2. Незначний рівень залученості здобувачів освіти до міжнародних проектів та програм обміну; наявність технічних помилок у силабусах та застарілої рекомендованої літератури, що не відображає реальних тенденцій та сучасних вимог до маркетингової освіти.

Рекомендації

1. Переглянути силабуси за освітніми компонентами та внести зміни у рекомендовані літературні джерела: оновити літературу науковими працями НПП кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування та інших за темами ОК; виключити зі списку літератури російськомовні джерела інформації та оновити літературу працями українських науковців та практиків в галузі маркетингу та бізнесу за період не раніше 2020 р., включити до списку літератури англійськомовні видання з метою забезпечення мови викладання (українська та англійська), заявлених у ОП. В силабусах ОК в розділі Викладач(і) внести актуальні дані відповідно до того, який викладач веде дану ОК на затверджений навчальний рік. Рекомендовані зміни доцільно внести до силабусів, які будуть розроблені на 2025-2026 н.р. 2. Залучити здобувачів вищої освіти за ОП до участі у програмах міжнародної академічної мобільності Erasmus+, участі у міжнародних науково-практичних конференціях та написання тез англійською мовою протягом 2024-2025 та 2025-2026 н.р.

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

Форми контрольних заходів регламентують Положення про організацію та проведення поточного і підсумкового контролю, і процедуру його оскарження в Міжнародному Європейському університеті <https://cutt.ly/LeJoNMAq> та Положення про організацію освітнього процесу у Міжнародному Європейському університеті <https://cutt.ly/meJoMLOG>. Окрім цього, на офіційному сайті ЗВО розміщена пам'ятка студента у розділі "Навчання - Оцінювання навчальних досягнень студентів" <https://cutt.ly/jeJoiPdN>. Також у освітніх програмах наведена коротка інформація щодо форм оцінювання саме за даною ОП <https://cutt.ly/FeJo21T9>. На зустрічі 4 зі здобувачами, Еґ з'ясувала, що на початку вивчення дисципліни, викладачі проводять вступне заняття та інформують про форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів за відповідною дисципліною.

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

Форма атестації здобувачів у ЗВО за ОП Маркетинг та рекламний бізнес відповідає стандарту вищої освіти відповідно до наказу МОН №960 від 10.07.2019 року. Форма атестації - здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи.

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 визначені у Положенні про організацію та проведення поточного і підсумкового контролю, і процедуру його оскарження в Міжнародному Європейському університеті <https://cutt.ly/LeJoNMAq>. У Положенні визначений порядок організації поточного та підсумкового семестрового контролю, а також порядок апеляції результатів підсумкового контролю. Документ є публічним та доступним для всіх учасників освітнього процесу. На початку вивчення дисциплін, здобувачів ознайомлюють із правилами проведення контрольних заходів, одночасно із ознайомленням з формами та видами контролю (пункт 5.1. даного звіту).

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

Для забезпечення дотримання правил академічної доброчесності (АД) та популяризації дотримання правил АД у ЗВО діє Кодекс корпоративної етики та академічної доброчесності науково-педагогічних, наукових, інших працівників та здобувачів вищої освіти Міжнародного Європейського університету <https://cutt.ly/QeJprMq7>. У Кодексі визначені правила дотримання принципів та норм АД для всіх учасників освітнього процесу, визначений порядок звернень в разі факту порушення АД та відповідальний орган (Комісія з питань етики та академічної доброчесності, що діє на підставі Положення про Комісію <https://cutt.ly/KeJpyYk2>) з контактами та процедурою звернень. Також в Кодексі визначено критерії порушень правил АД та відповідальність за порушення (пункт 4.7 Кодексу). У МЄУ діє Відділ моніторингу знань та дотримання принципів академічної доброчесності, який відповідає за контроль дотримання правил та принципів АД <https://cutt.ly/PeJpiACd>.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ констатує, що форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів ВО є чіткими і зрозумілими. Форма атестації відповідає стандарту ВО і здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи. Правила проведення контрольних заходів є чіткими і зрозумілими. ЗВО популяризує академічну доброчесність і імплементує її у організаційну культуру університету. Позитивною практикою є активна участь Департаменту забезпечення якості освіти до співпраці зі студентами в контексті вдосконалення та покращення освітнього процесу.

Недоліки

Не виявлено суттєвих недоліків.

Рекомендації

Експертна група рекомендує протягом 3 місяців переглянути та відредагувати формат силабусів дисциплін відповідно до Положення про навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін <https://cutt.ly/yeJadVjO>.

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

Реалізацію освітнього процесу на ОП здійснюють НПП, які відповідають вимогам діючого законодавства та внутрішнім нормативним актам ЗВО, зокрема: Положенню про порядок проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП у МЄУ <https://bit.ly/3YPKhNl>. До реалізації ОП Маркетинг та рекламний бізнес залучено НПП, які мають наукові ступені та вчені звання, що відповідають профілю ОК, які викладаються на ОП: Мозговий І.П., ОК «Етика та організаційна культура в проф. д-ті» - д. філос. н., проф., має відповідні наук. праці за профілем; Боярко І.М., ОК «Організація наукових досліджень» – д. е. н., проф., має відповідні наук. праці за профілем; Нестеренко О.В., ОК «Інформаційні технології у проф. д-ті» – д. т. н. (Інформаційні технології), проф., старший наук. дослідник, має відповідні наук. праці за профілем; Павлов В.В., ОК «Рекламний менеджмент» – д. е. н.; Кузьменко О.А, ОК «Стратегічний маркетинг» – к. е. н., доц.; Панченко О.В., ОК «Міжнародний маркетинг» – магістр з маркетингу, д. філос., має відповідні наук. праці за профілем; Гуцалюк О.М., ОК «Управління бізнесом в умовах трансформацій» – д. е. н., проф., має відповідні наук. праці за профілем; Галенін Р.В., ОК «Брендинг» – к. е. н., має відповідні наук. праці за профілем; Куліш І.В., ОК «Іноземна мова за професійним спрямуванням» – д. філос. (Філологія). В рамках проф. розвитку НПП за ОП систематично підвищують кваліф. за профілями ОК: - Боярко І.М.: вебінар «Інструменти для виявлення фейків»; вебінар «Конфіденційність, безпека і захист інформації у використанні цифрових інструментів Google»; Uni-Diz Bridgen від UGEN «Адаптивність та гнучкість викладача»; «Assessment in Higher Education: Professional Development for Teachers» платформа Coursera; - Панченко О.В.: програми «Google Digital Tools for Education/ Цифрові інструменти Google для освіти» (базовий, середній та поглиблений рівні); програми підвищення кваліф. працівників закладів вищої освіти від IT-компанії Genesis для акредитації інтегрування курсів у МЄУ: «Маркетинг IT продуктів»; сертифікат про закінчення курсу від Prometheus на тему «Цифровий маркетинг»; курс-стажування «Створення та розвиток IT- продуктів»; працює цифровим маркетингологом у охоронній компанії, має досвід роботи на фрилансі з SMM; - Гуцалюк О.М.: участь у науково-практичному круглому столі «Правове регулювання фінансових послуг: національний, європейський, глобалізаційний виміри», Сумський державний університет. 27.01.2023р.; курс від Prometheus на тему «Академічна доброчесність:онлайн-курси для викладачів»; радник фінансового директора ТОВ «Бізнес-група «Співдружність»; - Куліш І.В.: має досвід практичної роботи за фахом перекладача; - Галенін Р.В.: підвищення кваліфікації на тему «Інноваційна діяльність в бізнесі»; «The cloud storage service for the online studying on the example of the zoom platform», Institut Badawced – Rozwojowy Lubeiskogo Parky; сертифікат «Маркетинг інновацій в умовах глобалізації».

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

Процедури конкурсного добору НПП у МЄУ регламентовані Статутом МЄУ <https://bit.ly/3Z2OkVl>, Положенням про порядок проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП у МЄУ <https://bit.ly/3CkMfru>. Так, для зайняття вакантної посади ЗВО оголошується конкурс та розміщується оголошення у вільному доступі на сайті університету <https://bit.ly/3CmyAjE>. Відповідно до вимог, які висуваються до кандидатів на заміщення вакантних посад, та процедур відбору ЗВО досягається прозорість, відкритість та неупередженість а також відповідний рівень професійних вимог, які дозволяють відповідати заявленим цілям ОП. Відповідно до Стратегії інтернаціоналізації МЄУ кандидат на вакантну посаду НПП окрім визначених ліцензійними умовами вимог повинен мати сертифікат міжнародного зразка на вільне володіння англійською мовою на рівні не нижче B2. За умови відсутності відповідного підтвердження рівня володіння англійською, але при наявності відповідних інших професійних досягнень кандидата, серед яких досвід практичної роботи за фахом, наукові праці зі спеціальністю, наукові публікації у виданнях, що цитуються у Scopus та Web of Science, ЗВО забезпечує підготовку та складання таких іспитів у Школі іноземних мов у МЄУ <https://bit.ly/3AMUIuQ>. При продовженні контракту з НПП враховуються його професійні досягнення, внесок в розвиток МЄУ та результати щорічного рейтингування НПП. При ухваленні рішення щодо прийняття на роботу участь у процедурах беруть також і здобувачі освіти, включені до складу Вченої ради університету, що дозволяє врахувати не тільки відповідність нормативним вимогам, а й думку здобувачів.

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

У МЄУ існує інституційна практика взаємодії практиків зі здобувачами освіти. Вона реалізовується через раду роботодавців та регламентується Положенням про експертні ради роботодавців <https://bit.ly/3AMUYSQ>. Роботодавці за ОП долучаються до обговорень ОПП, проводять відкриті лекції, тренінги та забезпечують здобувачів базами практик. Так, під час зустрічі зі стейкхолдерами директор ТОВ «Рекламна група Редіон» Рудика Володимир наголосив на необхідності такої співпраці та підтвердив факт надання консультаційної підтримки для здобувачів за ОП, наданням для них своєї рекламної агенції у якості бази практики та рецензування ОП. Для здобувачів ОП проводяться лекції за участі закордонних лекторів, співпраця здійснюється відповідно до інституційного переліку запрошених лекторів МЄУ та існування практики присвоєння статусу «запрошений лектор» для міжнародних науковців різних напрямів діяльності, в тому числі у галузі управління та адміністрування.

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

Професійний розвиток НПП покладено у основу стратегічних напрямів розвитку МЄУ. З метою заохочення розвитку НПП ЗВО використовує матеріальне заохочення шляхом преміювання за високі наукові досягнення за результатами щорічного рейтингування, преміювання за публікації у Scopus (Кузьменко О.А.), забезпечення програм стажування, стимулювання щодо участі у міжнародних науково-освітніх проєктах Erasmus+ та Jean Monnet, які реалізуються НПП, що викладають на ОП. Викладачі мають змогу пройти підвищення рівня володіння англійською у центрі вивчення мов при МЄУ та отримати міжнародний сертифікат.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Наявний у МЄУ високий рівень інтернаціоналізації, європейської інтеграції, спрямованості на системне залучення фахівців-практиків через організацію відкритих лекцій та тренінгів сприяє всебічному розвитку та вдосконаленню НПП, що забезпечують викладання за ОП Маркетинг та рекламний бізнес. Вимоги до викладачів у напрямі практичного досвіду та високого рівня володіння іноземними мовами створює підґрунтя для формування висококонкурентних випускників як на державному рівні, так і у міжнародному контексті.

Недоліки

Враховуючи високий рівень професійних компетентностей НПП, що забезпечують освітні процес за ОП, наявною матеріально-технічною базою МЄУ, інституційними програмами стимулювання викладацької майстерності та фахового розвитку НПП, ЕГ відмічає недостатність маркетингової складової у наукових працях НПП (Павлов В.В., Кузьменко О.А.), які викладають освітні компоненти маркетингового спрямування.

Рекомендації

Відповідно до перелічених у звіті результатів аналізу відомостей про СО, наданих ЗВО документів на запит ЕГ, розміщеної у відкритому доступі інформації, проведених зустрічей під час роботи ЕГ із ЗВО, рекомендується здійснити апробацію наукових маркетингових досліджень НПП у наукових статтях з метою забезпечення якісного складу відповідності НПП тим ОК маркетингового спрямування, які викладаються на ОП Маркетинг та рекламний бізнес протягом 2025 року.

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

Під час огляду матеріально-технічної бази ЕГ ознайомилась із умовами освітнього середовища та встановила, що для здобувачів та педагогічних працівників створене безпечне та доступне освітнє середовище. Навчальні приміщення облаштовані сучасним обладнанням (комп'ютери, монітори, тощо), які дозволяють реалізувати освітній процес у визначеному ЗВО змішаному форматі. Умови для навчального процесу та матеріально-технічне забезпечення дозволяють здобувачам досягати мету освітньої програми та програмні результати навчання завдяки комп'ютерним лабораторіям, бібліотечній інфраструктурі, безперебійному доступі до мережі internet та безпечним умовам навчання.

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

Для здобувачів ОП та викладачів, що реалізують дану ОП, забезпечено безоплатний доступ до інфраструктури університету: мережа інтернет, лабораторні кабінети, бібліотека тощо. Також, ЗВО забезпечує органи студентського самоврядування всім необхідним для діяльності. Для здобувачів та НПП з грудня 2024 року планується безкоштовна перевірка робіт на плагіат через сервіс StrikePlagiarism, а для дистанційної роботи та доступності ЗВО змінило сервіс GoogleClassroom на інформаційну систему на платформі Moodle, про зручність та кращу ефективність якої засвідчили і НПП, і здобувачі.

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

Для забезпечення збереження життя та здоров'я всіх учасників процесу у навчальному корпусі облаштовані вогнегасники, інформаційні оповіщення у випадку сигналу повітряної тривоги, укриття, що було підтверджено експертною групою під час огляду матеріально-технічної бази. Додатково, в умовах воєнного стану, адміністрація спільно зі студентським самоврядуванням проводить навчання з основ тактичної медицини. Для підтримки ментального здоров'я, здобувачі мають можливість звернутись за психологічною консультацією до практичного психолога (<https://cutt.ly/AeKTmAjJ>).

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

Під час зустрічі із здобувачами, експертна група з'ясувала, що на думку здобувачів, вони отримують повну інформаційну, консультативну та організаційну підтримку від працівників департаментів, наукових керівників, викладачів, що реалізують ОП та від інших структурних підрозділів. Інформаційна підтримка та консультування стосується як освітнього процесу, так і самоосвіти (додаткова інформація про курси, стажування в межах вивчення дисциплін тощо) та організаційний питань (під час прийому документів та вступу).

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

Порядок забезпечення інклюзивності та доступності освітнього процесу у Міжнародному Європейському університеті діє Положення про організацію інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми потребами <https://cutt.ly/UeJrvbzu>. У ЗВО передбачена можливість створення інклюзивних груп (пункт 3 даного положення) на підставі звернення здобувача з особливими освітніми потребами. За даною ОП таких здобувачів немає. Під час огляду матеріально-технічної бази експертна група ознайомилась із реалізацією забезпечення інклюзивності та доступності: пандус біля головного входу, кнопка виклику працівника для маломобільних здобувачів, функціонують ліфти, наявні вказівники шрифтом Брайля.

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

Для забезпечення процедур вирішення конфліктних ситуацій діє Положення про запобігання, попередження та врегулювання випадків, пов'язаних із дискримінацією <https://cutt.ly/leJpQz3L>, Положення про запобігання, попередження та врегулювання випадків, пов'язаних із сексуальними домаганнями <https://cutt.ly/6eJpQXDC>, Положення про вирішення конфліктних ситуацій <https://cutt.ly/ceJpWwGW> та Положення про особу з питань

запобігання та виявлення корупції <https://cutt.ly/IeJpWR7S>. ЗВО забезпечує можливість для звернення через Скриньку довіри <https://cutt.ly/aeJpEgXq>. На зустрічах зі здобувачами, випускниками та викладачами експертна група не отримала від учасників зустрічей свідчення про конфліктні ситуації.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Закладом вищої освіти створено сучасне, якісне та безпечне освітнє середовище для реалізації ОП і всіх учасників освітнього процесу із дотриманням інклюзивності та доступності. Позитивною практикою також є додаткова увага курсам та навчанням з основ тактичної медицини, що є актуальним та важливим в умовах повномасштабної війни.

Недоліки

Експертна група виявила приклад форми для звернення через Скриньку довіри російською мовою <https://cutt.ly/NeJapZzB>

Рекомендації

Експертна група рекомендує в місячний термін виправити та актуалізувати інформацію для учасників освітнього процесу у розділі інструменту для звернень на офіційному сайті ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

ЕГ пересвідчилася, що процедура розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП здійснюється щорічно згідно Положення про запровадження, затвердження, моніторинг та припинення освітніх програм в МЄУ (<https://ie.u.edu.ua/images/AndreyContent/docs/21.pdf>), Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та моніторингу освітньої діяльності в МЄУ (<https://ie.u.edu.ua/docs/pol-system-vnutr.pdf>) та Внутрішньої політики забезпечення якості (https://ie.u.edu.ua/docs/vnytrishna_polituka_zabezbechenu_ykosti.pdf). До процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості залучені усі зацікавлені сторони. Процес перегляду ОП в МЄУ передбачає такі етапи: моніторинг ОП, обговорення ОП на розширених засіданнях кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування, розміщення проєктів ОП для громадського обговорення на сайті університету, обговорення та затвердження ОП на Вченій раді університету, оприлюднення ОП на офіційному сайті. До затвердження ОП Вченою радою та до початку провадження освітньої діяльності за ОП робоча група забезпечує проведення процедури рецензування ОП зовнішніми стейкхолдерами.

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

Під час онлайн-інтерв'ювання здобувачів ВО ЕГ мала можливість пересвідчитися, що вони безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості. Здобувачі ВО є в складі робочої групи перегляду ОП, проходять опитування щодо задоволеності освітнім процесом, результати якого оприлюднюються (<http://surl.li/dysxdi>), приймають участь в організованих фокус-групах щодо удосконалення ОП, мають можливість залишити пропозиції через анонімну форму зворотного зв'язку (<https://forms.gle/w8EYDrY8fFV4EVGz8>). На зустрічі 4 здобувачі підтвердили, що моніторинг задоволеності якістю ОП відбувається і їх побажання враховуються ([protokol19.pdf](#)). Пропозиції здобувачів 2-го курсу щодо застосування цифрових інструментів знайшли відображення у змісті ОК Рекламний

менеджмент та ОК Міжнародний маркетинг, також були враховані пропозиції щодо вивчення дисципліни Брендінг і внесення її як відповідної ОК до освітньої програми. Представниці Студентського парламенту входять до складу Вченої ради (<https://ie.u.edu.ua/docs/vro2102023.pdf>), де обговорюються питання розвитку освітніх програм. Студентський парламент співпрацює з Департаментом забезпечення якості освіти (https://ie.u.edu.ua/docs/plan_depart_23_24.pdf) у розробці та узгодженні переліку питань для опитувань здобувачів, аналізуванні результатів опитувань та вношенні пропозиції щодо вдосконалення ОП. Студентський парламент організовує заходи, спрямовані на підвищення якості навчання та дизайну освітнього середовища, що підтверджено на зустрічі 5 та під час огляду матеріально-технічної бази, що використовується під час реалізації ОП.

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

Наявність зворотного зв'язку в ЗВО з роботодавцями полягає у їх залученості як партнерів до періодичного перегляду освітніх програм та процедур забезпечення якості. ОП прорецензовано стейкхолдерами директором ТОВ "Телеком Системи", директором ТОВ "Рекламна група Region", рецензії розміщені на сайті кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування (<https://cutt.ly/7eSaWZ86>). На зустрічі 6 представниками роботодавців було підтверджено, що вони вносили пропозиції щодо посилення практичних навичок здобувачів ВО та внесення відповідних змін до змісту практичної підготовки здобувачів, що зазначено в протоколі засідання кафедри (<https://cutt.ly/KeSaE8C8>). В МЄУ функціонує Експертна рада роботодавців (<https://ie.u.edu.ua/docs/pol-23-08-24.pdf>), яка сприяє посиленню взаємодії університету з підприємствами і відповідними установами в розрізі підготовки висококваліфікованих фахівців. Роботодавці залучаються до опитування оцінювання якості підготовки фахівців та змісту ОП (<https://cutt.ly/5eSaWPsR>)

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

ЕГ з'ясувала, що в МЄУ наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників. В університеті створена Асоціація випускників (<https://alumni.ie.u.edu.ua/>), їх діяльність спрямована на моніторинг успішності працевлаштування, сприяння розвитку кар'єри та оцінювання відповідності здобутих компетентностей вимогам сучасного ринку праці. На зустрічі 7 випускники підтвердили, що працюють за спеціальністю, підтримують зв'язок з кафедрою, звертаються до викладачів за фаховими консультаціями і їх запрошують до різних заходів університету. На зустрічі 8 директором Департаменту забезпечення якості освіти було зазначено, що ними відстежується динаміка працевлаштування випускників і оцінюється рівень задоволеності роботодавців і на основі цієї інформації формуються пропозиції з удосконалення змістовного наповнення ОП.

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

Система забезпечення якості МЄУ вчасно реагує на виявлені недоліки в освітній програмі, дані рекомендації опрацьовуються і надалі враховуються гарантом і групою забезпечення. Суттєвими інструментами для перевірки та перегляду ОП є зворотний зв'язок із зацікавленими сторонами. За результатами зворотного зв'язку від учасників освітнього процесу, зокрема, опитування здобувачів ВО (<https://ie.u.edu.ua/docs/r-npp.pdf>) та НПП (<https://ie.u.edu.ua/docs/ao-npp.pdf>), моніторингу якості кадрового забезпечення, аналізу успішності здобувачів (<https://cutt.ly/TeSaQVER>), рекомендацій роботодавців в 2023-2024 н.р. було виявлено ряд аспектів, які потребують удосконалення. Такими сторонами виявились механізм збору результатів зворотного зв'язку, недостатнє використання науково-педагогічними працівниками активних методів навчання та інших інноваційних педагогічних підходів. Тому на 2024-2025 н.р. заплановано розширення механізмів зворотного зв'язку: переглянуто та змінено Порядок проведення опитувань учасників освітнього процесу, випускників, роботодавців та зовнішніх стейкхолдерів (<https://cutt.ly/5eSaWPsR>), створено форму для збирання відгуків та пропозицій (<https://cutt.ly/7eSaHVY6>), введено зустрічі фокус-груп в План моніторингових досліджень, проведено тренінг по використанню сучасних методів навчання (<https://cutt.ly/peSaJZWX>) і заплановано проведення підвищення кваліфікації для науковопедагогічних працівників.

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

Акредитація ОП з боку Національного агентства проводиться вперше. В той же час ЕГ з'ясувала, що університетом, структурними підрозділами, гарантом ОП і робочою групою аналізуються результати акредитації за різними освітніми рівнями з метою недопущення аналогічних недоліків під час реалізації ОП

(<https://ie.u.edu.ua/docs/vysnovky-aom.pdf>). У відповідності до рекомендацій ЕГ, ГЕР, сформульованих під час акредитацій інших ОП університету, було прийнято рішення посилити роботу з наповнення навчально-методичними матеріалами платформ дистанційного навчання; розширити каталог вибіркових дисциплін з можливістю обирати дисципліни з каталогів університетів-партнерів, доповнити рекомендованими курсами дистанційних платформ Coursera та Prometheus (<https://business.ie.u.edu.ua/docs/Coursera.pdf>); посилити внутрішній моніторинг якості освітньої діяльності; вдосконалити рейтингове оцінювання діяльності НПП та здобувачів ВО.

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

В академічній спільноті МСУ сформована культура якості, що сприяє постійному розвитку освітньої програми та освітньої діяльності за цією програмою. Найбільш вживаною процедурою забезпечення якості ОП є активне залучення внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів до системного моніторингу і вдосконалення освітніх програм. Значна увага приділяється поширенню академічної доброчесності як вагової складової культури якості. Принципи доброчесності інтегровані в усі етапи навчання та наукової діяльності (<https://cutt.ly/IeSaL86D>, <https://cutt.ly/FeSaZtjT>). Університет впроваджує кращі практики міжнародного досвіду і співпраці в галузі забезпечення якості. Це досягається через участь у конференціях, робочих зустрічах та партнерській роботі з іншими ЗВО і ГО. Формування культури якості підтримується за допомогою прозорих систем моніторингу якості ВО та звітування, результати яких публікуються на офіційному веб-сайті МСУ та відкриті для всіх зацікавлених сторін.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

В МСУ послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми; здобувачі вищої освіти та роботодавці залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери; система забезпечення якості ЗВО забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі; в академічній спільноті сформована культура якості та академічної доброчесності, яка сприяє розвитку освітньої програми.

Недоліки

Не виявлено суттєвих недоліків.

Рекомендації

ЕГ рекомендує формалізувати в наступних протоколах засідання кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування або групи забезпечення ОП усі пропозиції здобувачів ВО, НПП, які забезпечують ОК, роботодавців та інших заінтересованих сторін: які пропозиції отримано, що враховано, які пропозиції відхилено і за якою аргументацією, можливо, відхилені пропозиції будуть корисними у перспективі.

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

Правила, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу визначені у Кодексі корпоративної етики та академічної доброчесності науково педагогічних, наукових, інших працівників та здобувачів вищої освіти <https://cutt.ly/yeJpA3sz>. Для працівників розроблено посібник "Керівництво для співробітників" <https://cutt.ly/IeJpFsyY>. Для здобувачів ВО, що проживають у гуртожитках діють Правила внутрішнього розпорядку в студентських гуртожитках <https://cutt.ly/geJpHgII>. Документи, що регламентують правила і процедури

врегулювання прав та обов'язків учасників освітнього процесу опубліковані на офіційному сайті ЗВО та є доступними для всіх учасників.

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

У ЗВО передбачено громадське обговорення проєктів ОП у Положенні про запровадження, затвердження, моніторинг та припинення освітніх програм <https://cutt.ly/reJpX8UR>. На офіційному сайті ЗВО у розділі "Освітні програми - Проєкти освітніх програм (магістри)" опубліковані проєкти програм <https://cutt.ly/weJpN7c4>.

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

На офіційному сайті ЗВО опубліковано точну та достовірну інформацію про ОП <https://cutt.ly/meJp1Vp9> після створення та внесення змін у 2022 та 2024 роках відповідно. У вільному доступі знаходяться силабуси ОК, інформація стосовно навчальних практик тощо. Інформація викладена в достатньому обсязі для інформування всіх зацікавлених сторін.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЗВО дотримується правил прозорості та публічності.

Недоліки

У відомостях про самооцінювання освітньої програми наведено анонімну форму для зворотнього зв'язку при перегляді ОП <https://cutt.ly/eeJawOaK>. Водночас на сайті ЗВО у розділі з проєктами програм не наведено інструменту для звернень зацікавлених сторін <https://cutt.ly/EeJaoMkc>.

Рекомендації

Експертна група рекомендує ЗВО розмістити форму для анонімних звернень (та розглянути можливість впровадження інструменту для не анонімних звернень) у відповідному розділі розгляду проєктів освітньої програми.

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, колоквиумів, концертів, спектаклів, майстер-класів, персональних виставок, публічних виступів, надання доступу до використання лабораторій, обладнання, інформаційних та обчислювальних ресурсів тощо)

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	ID_51103_Додаток_до_звіту_ЕГ_Перелік_суттєвих_недоліків.pdf	+4Zjb1Yc1F4xOdNbgWH1lotGcLCC59XUloQoRfR7O WY=

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Зайцева Олена Іванівна

Члени експертної групи

Іваннікова Марина Миколаївна

Вакарчук Анастасія Борисівна