



НАЦІОНАЛЬНЕ  
АГЕНТСТВО  
ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

## ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК

галузевої експертної ради щодо можливості акредитації освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ "МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ"</b>
Освітня програма	<b>51066 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

Цей експертний висновок складений за результатами розгляду галузевою експертною радою (ГЕР) акредитаційної справи. Розгляд справи ГЕР є частиною акредитаційної процедури Національного агентства і здійснюється на основі поданих закладом відомостей про самооцінювання освітньої програми, а також звіту експертної групи про результати акредитаційної експертизи.

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

**ГЕР** - галузева експертна рада

**ЄДЕБО** - Єдина державна електронна база з питань освіти

**ЄКТС** - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

**ЗВО** - заклад вищої освіти

**ОП** - освітня програма

## ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК

галузевої експертної ради щодо можливості акредитації освітньої програми

28.03.2025 р.

Справа № 0108/АС-25

Галузева експертна рада Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти з галузі знань 07.2 "Управління та адміністрування" у складі:

Труніна Ірина Михайлівна – головуєчий,

Бай Сергій Іванович,

Бардась Артем Володимирович,

Власенко Дмитро Олександрович,

Ігнат'єва Ірина Анатоліївна,

Касич Алла Олександрівна,

Криворучко Оксана Миколаївна,

Кузьмак Олег Іванович,

Нянько Віталій Миколайович,

Павленчик Наталія Федорівна,

Рудь Дарина Віталіївна,

Чигрин Олена Юріївна,

Шуляр Роман Віталійович,

за участі запрошених осіб:

Боярко Ірина Миколаївна – представник ЗВО,

розглянула на своєму засіданні матеріали акредитаційної справи щодо акредитації освітньої програми:

Назва ЗВО	<b>ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ "МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ"</b>
Назва ВСП ЗВО	<i>не застосовується</i>
ID освітньої програми в ЄДЕБО	<b>51066</b>
Назва ОП	<b>Маркетинг</b>
Галузь знань	<b>07 Управління та адміністрування</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Вид освітньої програми	<b>Освітньо-професійна</b>

За результатами розгляду акредитаційної справи галузева експертна рада

**РЕКОМЕНДУЄ**

ухвалити рішення про умовну (відкладену) акредитацію.

За – 13, Проти – 0

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

На думку ГЕР

підстави для відмови в акредитації, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми, або для призначення повторної акредитаційної експертизи, відсутні

наявні підстави для відмови в акредитації, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми

наявні підстави для призначення повторної акредитаційної експертизи

## 2. Аналіз

У цьому розділі ГЕР надає оцінку відповідності освітньої програми, базуючись на змісті звіту експертної групи та інших матеріалах акредитаційної справи.

Заповнення полів «Аналізу» є обов'язковим, якщо ГЕР змінює рівень відповідності за критерієм, визначений експертною групою, або підтверджує рівень відповідності А, Е чи F. У цих випадках необхідно заповнити обґрунтування не менше як за одним підкритерієм у межах відповідного критерію

**Критерій 1.** Проєктування освітньої програми

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

**Аналіз**

**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**

ОП «Маркетинг» дає можливість досягти ПРН, визначених стандартом ВО, який затверджено та введено в дію наказом МОНУ від 05.12.2018 р. №1343 за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) РВО. ПРН за ОП «Маркетинг» повністю відповідають ПРН, встановленим стандартом ВО, а також узгоджені з Національною рамкою кваліфікацій для 6 рівня та Рамкою кваліфікацій Європейського простору вищої освіти для першого циклу ВО, що відповідає вимогам постанови КМУ №519 від 25.06.2020 року. Проте, завантаженою до системи НА є ОП редакції 2023 року, але відсутня ОП редакції 2024 року із врахуванням вимог наказу МОНУ від 13.06.2024 р. №842 про внесення змін до стандартів ВО. Однак, аналіз силабусів і РП показав певні недоречності: так, ОК 1. Історія української державності та культури забезпечує ПРН 18, ОК 4. Безпека життєдіяльності, охорона праці та цивільний захист забезпечує ПРН 1 та ПРН 3, а у силабусі та РП жодного слова про сферу маркетингу чи маркетингову діяльність, тобто не здійснено конкретний опис тем чи окремих питань щодо забезпечення обраних ПРН.

**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**

Професійний стандарт за спеціальністю 075 Маркетинг відсутній, проте варто врахувати вимоги професійних стандартів «Фахівець з методів розширення ринку збуту» та «Рекламист».

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

ОП «Маркетинг» має чітко сформульовану мету, яка в цілому відповідає місії ЗВО в частині креативності і візії ЗВО в частині творчого мислення та інтеграції до європейського простору, що відображені в стратегії розвитку МСУ 2021-2031 <https://surl.li/givuoa>.

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

Мета ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням потреб усіх заінтересованих сторін: і здобувачів ВО, і випускників ОП, і роботодавців, і академічної спільноти, і інших стейкхолдерів (громадські організації, консалтингова компанія, тощо), що підтверджено і складом робочої групи з розробки ОП і рецензіями на ОП. До проєктів ОП, розміщених у відкритому доступі на сайті МСУ <https://surl.li/kjqdnb> розміщено папку результати

громадського обговорення, однак вона не відкривається та не дозволяє побачити форму збору рекомендацій та їх опрацювання і представлення результатів обґрунтування факту їх прийняття або відхилення.

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

Мета ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних ОП.

### **Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми**

#### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

#### **Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень Е

#### **Аналіз**

### **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)**

Обсяг ОП «Маркетинг» становить 240 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам ч. 4 ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту» щодо обсягу ОП для відповідного РВО, а обсяг окремих ОК (у кредитах ЄКТС) не менше 3-х кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для першого (бакалаврського) РВО. Із 240 кредитів ЄКТС, обсяг обов'язкових ОК ОП становить 179 кредитів ЄКТС (цикл загальної підготовки обов'язкових ОК ОП становить 66 кредитів ЄКТС, а цикл професійної та практичної підготовки становить 113 кредитів ЄКТС) або 74,6%, а вибіркового ОК ОП – 61 кредит ЄКТС або 25,4%, що також відповідає вимогам п. 15 ч. 1 ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту» та вимогам стандарту ВО України для першого (бакалаврського) РВО.

### **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» має відносно чітку структуру; ОК, включені до ОП «Маркетинг», в цілому становлять логічну взаємопов'язану систему, проте, зважаючи на автономію МЕУ, варто зауважити на вивчення ОК 14. Товарознавство та ОК 19. Управління продуктом перед ОК 21. Маркетинг та ОК 23. Маркетингова товарна політика, вивчення ОК 26. Бізнес-комунікації перед ОК 27. Логістика та ОК 29. Маркетингове ціноутворення у контексті класичного розуміння комплексу маркетингу, а ОК 33. Маркетингові дослідження вивчається лише у 8-му семестрі та більше того, структурно-логічна схема, що наочно відображена у п. 2.2 не дозволяє побачити взаємозв'язок у послідовності вивчення ОК, не вказані пререквізити, кореквізити, а у робочих програмах наведені лише міждисциплінарні зв'язки подекуди з невірним тлумаченням ОК і зазначенням семестру вивчення: так, у РП ОК 29 вказано: «навчальна дисципліна «Маркетингові дослідження» вивчається у 5-му семестрі (в ОП у 8-му) та базується на знаннях таких дисциплін як «Маркетинг», «Соціологія та психологія» (відсутня у ОП і НП), «Статистика», «Економічна теорія», «Маркетингові комунікації». у РП ОК 31 вказано «навчальна дисципліна «Поведінка споживача» вивчається у 5-му семестрі (в ОП у 7-му) та базується на знаннях таких дисциплін як «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження» (8-й), «Маркетингове ціноутворення», «Маркетинг послуг» (7-й) та ін.» У ОП ОК 2. має назву Академічна доброчесність та основи наукових досліджень, а на сайті кафедри у переліку ОК 2023 <https://surl.li/lsvqax> має назву ОК 2. Академічна доброчесність, також там має місце ОК Професійна етика управителя, а в ОП вона відсутня, а за посиланням у двох випадках відкривається ОК 2. Академічна доброчесність та основи наукових досліджень, Також має місце ОК Маркетинг інноваційної діяльності підприємства, а в ОП вона відсутня, хоча на ній базується фокус. Саме тому, на думку ГЕР, може нівелюватися і чіткість та зрозумілість фокусу програми «...провадження маркетингової діяльності на функціональному рівні шляхом дослідження ринків, планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик на основі інноваційних методів, технологій, враховуючи зарубіжний досвід, за для реалізації принципів збалансованого розвитку» у контексті інноваційних методів, технологій. Відсутніми є РП і силабуси ОК26. Бізнес-комунікації, ОК 35. Паблік рилейшнз і стимулювання збуту. Крім того, у ОК НП не виокремлено лабораторні заняття. Доволі сумнівним і не зрозумілим є забезпеченість ОК 1-4, 6, 8-11, 22, 39 у контексті ЗК2 ... «використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.».

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

Зміст ОП «Маркетинг» відповідає в цілому предметній області визначеної для неї спеціальності 075 Маркетинг. Проте профіль ОП «Маркетинг» не містить інформацію, яка передбачена ст. 9 1 Закону України «Про вищу освіту» (зокрема, про форму здобуття освіти), що є порушенням. Також варто впорядкувати розділ в ОП про придатність

випускників до працевлаштування, бо перелік професій з нерухомості змістом ОК не забезпечується. І критичним є нерозуміння посад, які можуть обіймати випускники першого (бакалаврського) РВО, адже в ОП зазначено про спроможність випускників займати посади з кодом розділів 1 і 2, але навіть для розділу 2, не говорячи про розділ 1, належать професії, що вимагають від працівника (з урахуванням кола та складності певних професійних завдань та обов'язків) кваліфікації за, як мінімум, дипломом про повну вищу освіту, що відповідає рівню спеціаліста, магістра.

#### **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 і зміст ОП «Маркетинг» передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами ВО навчальних дисциплін в обсязі, передбаченому законодавством, а саме, як вказано на сайті ЗВО <https://surl.li/xdkrpn> «загальний обсяг вибіркових навчальних дисциплін визначається відповідною освітньою програмою та становить, як правило, не менше 25 % від загального обсягу кредитів ЄКТС.», проте доступ до зведеного каталогу описів вибіркових курсів обмежений у відкритому доступі, а, навпаки, відкриваються посилання на каталоги вибіркових ОК університетів-партнерів НУБіП і КНУБА, але угод з цими ЗВО чи дозволу на використання прямого посилання не наведено. Більше того, дисципліни, які містяться у каталогах не можуть бути обрані через їх обсяг у кредитах ЄКТС або пререквізити. З аналізу НП також видно, що одні вибіркові ОК є 3-х кредитні, а інші 4-х кредитні, тобто обсяг ОК у кредитах ЄКТС можна змінювати в будь-який момент. Крім того також зазначено положення <https://surl.li/mxzksv> про те, що «якщо студент не скористається правом вибору дисциплін без поважної причини, то відповідні позиції визначаються куратором академічних груп (або деканатом) з урахуванням сформованості навчальних потоків і груп.», тобто мова йде про неспроможність виконання індивідуального НП, а враховуючи, що за ОП «Маркетинг» навчається лише 23 здобувача ВО: 1-й курс - 0, 2-й курс - 11, 3-й курс - 4, 4-й курс - 8, то формування навчальних потоків і груп нагадує ще й псевдовибірковість.

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

ОП «Маркетинг» та НП передбачають практичну підготовку здобувачів ВО у обсязі 17 кредитів ЄКТС, з яких 5 кредитів ЄКТС ОК 36. Навчальна практика у 4-му семестрі, 6 кредитів ЄКТС ОК 37. Виробнича практика у 6-му семестрі та 6 кредитів ЄКТС ОК 38. Переддипломна практика у 7-му семестрі, яка дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності, однак ОК 38 викладається окремо від ОК 39. Кваліфікаційна робота, яка має місце у 8-му семестрі.

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

ОП «Маркетинг» передбачає набуття здобувачами ВО соціальних навичок, а саме: комунікативних навичок та ефективної взаємодії; розвитку лідерства та командної роботи; критичного мислення та аналітичних здібностей; соціальної відповідальності та етичної поведінки, тощо.

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

Обсяг усіх обов'язкових ОК не менший 3-х кредитів ЄКТС. Вибіркові ОК є 3-х та 4-х кредитні. Розподіл аудиторних годин вибіркових ОК є однаковим для усіх 4-х кредитних ОК від 3-го по 7-й семестр, а саме 36 годин, з яких 20 год. лекцій та 16 годин практичних занять, проте кількість тижнів у семестрах різна, а також цей обсяг менший 10 годин на 1 кредит ЄКТС. Фактичне навантаження здобувачів ВО розподілено рівномірно по 30 кредитів ЄКТС у кожному семестрі, по 8 ОК на семестр.

#### **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)**

Структура ОП «Маркетинг», окремі навчальні дисципліни та навчальна, виробнича та переддипломна практики забезпечують практикоорієнтованість ОП. За ОП «Маркетинг» дуальна форма навчання не передбачена.

#### **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**

Зміст ОП «Маркетинг» забезпечує набуття здобувачами компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року.

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

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

## Аналіз

**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 (порядок) прийому на навчання за ОП «Маркетинг» укладені відповідно до Порядку прийому на навчання для здобуття ВО і є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та відповідають чинному законодавству, є доступними на офіційній сторінці ЗВО, у розділі Вступ Приймальна комісія.

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

Правила (порядок) прийому на навчання за ОП «Маркетинг» 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 існує політика реалізації та участі здобувачів у програмах академічної мобільності, що ґрунтується на відповідному Порядку, однак здобувачі за ОП «Маркетинг» не брали участь у програмах академічної мобільності.

**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**

Порядок перезарахування результатів неформальної та/або інформальної освіти у МЄУ регламентовано Положенням і є приклади перезарахування відповідних практичних завдань за результатами отримання сертифікатів за проходження курсів на освітніх платформах Coursera, Prometheus. Щодо інформальної освіти прикладів не наведено.

**Критерій 4.** Навчання і викладання за освітньою програмою

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

## Аналіз

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

Освітній процес за ОП «Маркетинг» побудовано на засадах Положення про організацію освітнього процесу у МЄУ. Принципи студентоцентрованого підходу та академічної свободи визначені як права здобувачів у стратегії розвитку МЄУ 2021-2031 <https://surl.li/givuo>.

**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)**

Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих ОК (у формі РП НД, силабуса), однак на сайті є певні неточності щодо відображення ОК, як обов'язкових, так і вибіркових.

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

МЄУ забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП «Маркетинг» відповідно до рівня ВО, спеціальності та мети ОП через виконання завдань дослідного характеру; підготовку і публікацію тез доповідей у збірниках за результатами наукових заходів; підготовку наукових доповідей та статей відповідно до тематики кваліфікаційних робіт, тощо.

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

НПП згідно з Положенням про навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін у МЄУ та Положення про запровадження, затвердження, моніторинг та припинення освітніх програм у МЄУ повинні переглядати та оновлювати, в т.ч. з урахуванням тенденцій розвитку економіки, потреб ринку праці та рекомендацій стейкхолдерів, зміст усіх ОК ОП. НПП залучені до реалізації ОП «Маркетинг», постійно оновлюють зміст ОК, проте, в РП і силабусах, в переліку рекомендованої літератури, практично відсутні авторські роботи НПП.

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

Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності за ОП «Маркетинг» та МЄУ, щодаж відображено у стратегії розвитку МЄУ 2021-2031 <https://surl.li/givuo4>.

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

#### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

#### **Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

#### **Аналіз**

**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 та критерії оцінювання здобувачів ВО є чіткими, зрозумілими, дають можливість встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання для окремого ОК та/або ОП «Маркетинг» в цілому та оприлюднюються заздалегідь

**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**

Форми атестації здобувачів ВО відповідають вимогам стандарту ВО. Формою атестації здобувачів за ОП «Маркетинг» передбачено здійснення атестації у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що повністю відповідає Стандарту ВО за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) РВО.

**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**

Визначено чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, 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 ОП «Маркетинг».

**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**

У МЄУ визначено чіткі та зрозумілі політику і процедури дотримання академічної доброчесності, яких послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації ОП «Маркетинг». МЄУ популяризує академічну доброчесність, зокрема через її імплементацію у культуру якості МЄУ та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності. Проте опитування здобувачів ВО щодо дотримання академічної доброчесності проводилося в цілому по університету.

**Критерій 6.** Людські ресурси

#### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

## Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень E

### Аналіз

#### **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**

Викладачі, залучені до реалізації ОП «Маркетинг», з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити ОК, які вони реалізують у межах ОП «Маркетинг», з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством. Проте спроможність у повній мірі не забезпечується. Зокрема, Приймак Н. В. не в повній мірі забезпечена відповідність ОК 22. Менеджмент згідно п. 36-38 Ліцумов ( 2/3 публікацій присвячені обліку та аудиту); Власенко О. О. (сумісництво) не в повній мірі забезпечена відповідність ОК 23. Маркетингова товарна політика, ОК 26. Бізнес-комунікації, ОК 31 Поведінка споживача згідно п. 36-38 Ліцумов (науковий жоробок присвячено мовній тематиці в менеджменті, а щодо маркетингу - лише одна публікація); Панченко О. В. (сумісництво) не в повній мірі забезпечена відповідність ОК 33. Маркетингові дослідження, ОК 34. Digital-маркетинг, ОК 35. Паблік рилейшнз і стимулювання збуту згідно п. 36-38 Ліцумов; Кузьменко О. А. не в повній мірі забезпечена відповідність ОК 24. Європейський транснаціональний простір згідно п. 36-38 Ліцумов; Галенін Р. В. не в повній мірі забезпечена відповідність ОК 25. Маркетинг промислового підприємства згідно п. 36-38 Ліцумов; і, насамперед щодо публікаційної активності, адже наукові публікації практично не корелюють із конкретними навчальними дисциплінами, що контролюється Департаментом забезпечення якості. Також негативним є заповнення у відомостях самооцінювання ОП Таблиці 2. Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам, де майже за кожним НПП має місце не повне відображення інформації: або про спеціальність; або про диплом вищої освіти чи кандидата/доктора наук; або атестат якої кафедри; або у публікаціях, до яких включено як статті, так і тези.

#### **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 відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають в цілому можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП «Маркетинг». При подовженні контракту, до уваги також беруться результати рейтингового оцінювання професійної діяльності НПП, яке щорічно проводиться Департаментом забезпечення якості. Проте варто ретельніше використовувати вимоги Ліцумов щодо відбору НПП, адже аналіз табл. 2 показав, що кадрове забезпечення окремих ОК не відповідає встановленим вимогам, а процедур усунення невідповідності та механізму їх коригування не наведено.

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

МЕУ активно залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу.

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

МЕУ сприяє професійному розвитку викладачів, яка передбачає підвищення кваліфікації відповідно до відповідного Положення, яке включає проходження курсів, стажувань, участь у тренінгах. Система заохочення викладачів включає матеріальні та нематеріальні стимули. Передбачено преміювання за високі наукові досягнення за результатами щорічного рейтингування, преміювання за публікації у Scopus та WoS, забезпечення програм стажування, стимулювання щодо участі у міжнародних науково-освітніх проєктах Erasmus+ та Jean Monnet, які реалізуються НПП, що викладають на ОП «Маркетинг». Результати підвищення кваліфікації викладачів кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування за 2020-2024 рр. оприлюднено на сайті кафедри у вкладці Підвищення кваліфікації.

## Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

### Рівень відповідності (експертна група)

Рівень B

### Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень B

### Аналіз

#### **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**

Навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг», фінансові та матеріально-технічні ресурси, а саме завдяки комп'ютерним лабораторіям, бібліотечній інфраструктурі, безперервному доступі до мережі internet та безпечним умовам навчання дозволяють здобувачам досягати мету ОП «Маркетинг» та ПРН. Задля створення умов для безперервного навчання МЄУ придбало генератор для забезпечення навчальних аудиторій електроенергією. Належним чином облаштовано укриття з усім необхідним.

**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**

МЄУ забезпечує доступ викладачів і здобувачів ВО до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах ОП «Маркетинг», відповідно до законодавства. МЄУ забезпечує органи студентського самоврядування всім необхідним для діяльності. Разом з тим, репозитарій МЄУ щодо доступу до кваліфікаційних робіт обмежений.

**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**

Освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів ВО, які навчаються за ОП «Маркетинг», та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я.

**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**

МЄУ забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів ВО, які навчаються за ОП «Маркетинг». Проте прикладів підтримки під час навчання за ОП «Маркетинг» не наведено, хоча кількість здобувачів є достатньо маленькою, а саме 23 особи, а тому варто популяризувати такий вид роботи.

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

МЄУ реалізує забезпечення інклюзивності та доступності: пандус біля головного входу, кнопка виклику працівника для маломобільних груп населення, функціонують ліфти, облаштовані вбиральні, наявні вказівники шрифтом Брайля. За даною ОП «Маркетинг» осіб з особливими освітніми потребами немає.

**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**

Наявні унормовані антикорупційні політики, процедури реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших конфліктних ситуацій, які є у відкритому доступі для усіх учасників освітнього процесу на офіційному вебсайті МЄУ, яких дотримуються під час реалізації ОП «Маркетинг». МЄУ забезпечує можливість для звернення через Скриньку довіри. Випадків виникнення конфліктних ситуацій (включаючи пов'язані із сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо) не виявлено.

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

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

**Аналіз**

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

МЄУ послідовно здійснює визначені ним процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП «Маркетинг». До процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості залучені усі зацікавлені сторони. Пропозиції щодо удосконалення ОП «Маркетинг» може подати будь-яка із зацікавлених сторін Гаранту ОП. Гарант ОП організовує розгляд наданих пропозицій на розширеному засіданні кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування. Проте назва кафедри не корелює із ОП, адже кафедра здійснює підготовку фахівців лише за спеціальностями 073 Менеджмент та 075 Маркетинг.

**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**

Здобувачі ВО безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучаються до перегляду ОП «Маркетинг», а також до процесів внутрішнього забезпечення якості освіти в МЄУ. Пропозиції здобувачів ВО беруться до уваги під час перегляду ОП «Маркетинг».

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

Роботодавці активно залучаються до перегляду ОП «Маркетинг» та надають свої рекомендації у вигляді рецензій, участі у публічних обговореннях ОП «Маркетинг», укладені договори про співпрацю; угоди на проведення практик здобувачів ОП «Маркетинг», проводяться гостьові лекції для здобувачів ВО.

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

У МЄУ наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників. В МЄУ створена Асоціація випускників, діяльність якої спрямована на моніторинг успішності працевлаштування, сприяння розвитку кар'єри та оцінювання відповідності здобутих компетентностей вимогам сучасного ринку праці. Департамент стратегічного розвитку МЄУ має в структурі Сектор роботи з випускниками та здійснює постійний моніторинг інформації щодо їх кар'єрного шляху.

### **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 забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу ОП «Маркетинг» та/або освітньої діяльності з реалізації ОП «Маркетинг», зокрема здійснений через опитування заінтересованих сторін

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

Акредитація ОП «Маркетинг» з боку Національного агентства проводиться вперше. Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти (зокрема зауваження та рекомендації, сформульовані під час акредитацій інших ОП) у цілому беруться до уваги під час перегляду ОП «Маркетинг», але не в повній мірі і, зокрема, запропоновані в ході акредитаційної експертизи ОП «Маркетинг та рекламний бізнес» за другим (магістерським) РВО.

### **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 МЄУ сформована культура якості, що сприяє постійному розвитку ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності за цією програмою. Найбільш вживаною процедурою забезпечення якості ОП «Маркетинг» є активне залучення внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів до системного моніторингу і вдосконалення освітніх програм. Значна увага приділяється поширенню академічної доброчесності як вагомою складовою культури якості.

## **Критерій 9. Прозорість та публічність**

### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

### **Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

### **Аналіз**

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

У МЄУ визначено 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 ОП «Маркетинг». Документи, що регламентують правила і процедури врегулювання прав та обов'язків учасників освітнього процесу опубліковані на офіційному сайті МЄУ 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**

МЄУ не пізніше ніж за місяць до затвердження ОП або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному вебсайті відповідний проєкт із метою отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін. На офіційному сайті МЄУ у розділі «Освітні програми - Проєкти освітніх програм (бакалаври)» опубліковані проєкти ОП, тобто вони розміщені у відкритому доступі на сайті МЄУ <https://surl.li/kjqdnb>. Там також розміщено папку результати громадського

обговорення, однак вона не відкривається та не дозволяє побачити форму збору рекомендацій та їх опрацювання і представлення результатів обґрунтування факту їх прийняття або відхилення.

**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**

МЄУ забезпечує на своєму вебсайті відкритий доступ до інформації та документів відповідно до законодавства. У вільному доступі знаходяться силабуси ОК, інформація стосовно практик тощо. Інформація викладена в достатньому обсязі для інформування всіх зацікавлених сторін, проте мають місце певні неточності у порядку обрання вибіркового ОК, відображення обов'язкових і вибіркового ОК.

**Критерій 10.** Навчання через дослідження

**Рівень відповідності (експертна група)**

*не застосовується*

**Рівень відповідності (ГЕР)**

*не застосовується*

**Аналіз**

**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 сформувані 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*

**3. Рекомендації з подальшого удосконалення освітньої програми**

У цьому розділі на основі звіту експертної групи та висновків ГЕР резюмуються рекомендації стосовно подальшого удосконалення освітньої програми, включаючи пропозиції щодо усунення виявлених під час акредитації недоліків. Заповнення цих полів є обов'язковим у всіх випадках, коли ГЕР погодилася або визначила рівень відповідності критерію В, Е чи F.

#### **Критерій 1.** Проєктування освітньої програми

При черговому перегляді ОП «Маркетинг» гаранту ініціювати розробникам силабусів і робочих програм обов'язкових ОК здійснювати конкретний опис тем чи окремих питань щодо забезпечення обраних ПРН ОП «Маркетинг».

#### **Критерій 2.** Структура та зміст освітньої програми

Гаранту невідкладно ініціювати приведення у відповідність структурно-логічної схеми, яка дозволить наочно відобразити взаємозв'язок у послідовності вивчення ОК. Гаранту та робочій групі невідкладно розпочати роботу з приведення у відповідність до СЛСхеми робочих програм НД та силабусів щодо міждисциплінарні зв'язків ОК і їх відображення на сайті кафедри. Гаранту невідкладно провести перевірку щодо відкритості доступу до зведеного каталогу описів вибіркових курсів, а також обґрунтувати наявність посилок на каталоги вибіркових ОК НУБіП і КНУБА., деталізувати процедуру вибору «без поважної причини», описати можливості обрання вибіркових ОК, які можуть бути як 3-х кредитні, так і 4-х кредитні. Гаранту ОП «Маркетинг» ініціювати обговорення доцільності ОК 38. Переддипломна практика у 7-му семестрі, а ОК 39. Кваліфікаційна робота - у 8-му семестрі. Гаранту ініціювати обговорення розподілу аудиторних годин вибіркових ОК, який є однаковим для усіх 4-х кредитних ОК від 3-го по 7-й семестр, а саме 36 годин, з яких 20 год. лекцій та 16 годин практичних занять, проте кількість тижнів у семестрах різна, а також цей обсяг менший 10 годин на 1 кредит ЄКТС. Гаранту та робочій групі за чергового перегляду ОП у контексті ЗК2...використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя акцентувати увагу на конкретному ОК та удосконалити фокус програми «...провадження маркетингової діяльності на функціональному рівні шляхом дослідження ринків, планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик на основі інноваційних методів, технологій, враховуючи зарубіжний досвід, за для реалізації принципів збалансованого розвитку» у контексті інноваційних методів, технологій; профіль ОП «Маркетинг» доповнити інформацією, яка передбачена ст. 9 1 Закону України «Про вищу освіту» (зокрема, про форму здобуття освіти); впорядкувати розділ в ОП про придатність випускників до працевлаштування,

#### **Критерій 3.** Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

Протягом 2024-2025 н.р. і у 2025-2026 н.р. кафедрі менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування посилити інформування здобувачів ОП «Маркетинг» про наявні можливості участі у академічній мобільності у дистанційному форматі; популяризувати інформальну освіту серед здобувачів ОП «Маркетинг».

#### **Критерій 4.** Навчання і викладання за освітньою програмою

НПП залученим до реалізації ОП «Маркетинг», до початку 2025-2026 н.р. оновити зміст ОК авторськими роботами. При черговому перегляді ОП гаранту ініціювати обговорення можливості при викладанні ОК 6. Інформаційні системи та технології виокремлення годин на лабораторні заняття.

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

Департаментом забезпечення якості до початку 2025-2026 н.р. ініціювати доцільність повернення до практики опитування здобувачів за кожною ОП окремо.

#### **Критерій 6.** Людські ресурси

Департаменту якості освіти та гаранту ініціювати до завершення 2024-2025 н.р. проведення перевірки щодо відповідності НПП вимогам п.36-38 Ліцензійних умов; переглянути кадрове забезпечення реалізації ОП «Маркетинг» відповідно до вимог пункту 37 Ліцензійних умов; розробити та впровадити систему аналізу відповідності наукових досліджень НПП тематиці ОК. Протягом 2024-2025 н.р. і у 2025-2026 н.р. НПП кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування посилити публікаційну за тематикою ОК та інтеграції наукових результатів у навчальний процес.

#### **Критерій 7.** Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Гаранту невідкладно провести перевірку щодо доступності до кваліфікаційних робіт у репозитарії. МЄУ започаткувати підтримку під час навчання за ОП «Маркетинг» до завершення 2024-2025 н.р., поки кількість здобувачів ВО є незначною, а саме 23 особи, що спрощує планування та організацію і популяризацію такого виду роботи.

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

Департаменту якості освіти забезпечити повне врахування зауважень та рекомендацій, сформульованих під час акредитацій інших ОП при черговому перегляді ОП. Гаранту ОП ініціювати на засіданні кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування обговорення назви кафедри щодо корелювання із ОП за якими здійснюється підготовка здобувачів ВО. Департаменту якості освіти переглянути функціонування внутрішньої системи забезпечення якості освіти щодо удосконалення процедури аналізу відповідності наукового доробку НПП змісту ОК.

#### **Критерій 9. Прозорість та публічність**

Гаранту невідкладно провести перевірку щодо доступності та відкритості папки результати громадського обговорення, щоб побачити форму збору рекомендацій та їх опрацювання і представлення результатів обґрунтування факту їх прийняття або відхилення. Гаранту та робочій групі невідкладно розпочати роботу щодо усунення неточностей у порядку обрання вибіркових ОК, відображення обов'язкових і вибіркових ОК на сайті кафедри.

#### **Критерій 10. Навчання через дослідження**

*не застосовується*

#### **4. Додатки**

<b>Документ</b>	<b>Назва файла</b>	<b>Хеш файла</b>
Додаток	<i>ГЕР 07.2 ID 51066.pdf</i>	CFY1t3uK/BRY7pI2ayoD5UJoxIE24y/38SlMvQj11m8 =

\*\*\*

Шляхом підписання цього експертного висновку я підтверджую, що внесені до нього відомості про присутніх на засіданні ГЕР і результати голосування членів ГЕР є достовірними, а експертний висновок було схвалено на засіданні ГЕР так, як його викладено вище.

*Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом.*

Головуючий на засіданні ГЕР

**ТРУНІНА ІРИНА МИХАЙЛІВНА**