

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука"
Освітня програма	64595 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

Відомості про самооцінювання є частиною акредитаційної справи, поданої до Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти для акредитації зазначеної вище освітньої програми. Відповідальність за підготовку і зміст відомостей несе заклад вищої освіти, який подає програму на акредитацію.

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 ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	215
Повна назва ЗВО	Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука"
Ідентифікаційний код ЗВО	24171048
ПІБ керівника ЗВО	Дем`янчук Віталій Анатолійович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	www.megu.edu.ua

2. Посилання на інформацію про ЗВО (ВСП ЗВО) у Реєстрі суб'єктів освітньої діяльності ЄДЕБО

<https://registry.edbo.gov.ua/university/215>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	64595
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Повна загальна середня освіта, Фаховий молодший бакалавр, ОКР «молодший спеціаліст»
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Економічний факультет, кафедра менеджменту та маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра економіки та фінансів, кафедра психології, кафедра історії, теорії держави і права та філософії, кафедра української мови та літератури, кафедра іноземних мов, кафедра соціальних комунікацій, кафедра кримінально-правових та адміністративно-правових дисциплін, кафедра цивільно-правових дисциплін, кафедра математичного моделювання
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	вулиця Степана Дем'янчука, 4, м. Рівне, Рівненська область, 33000
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	452567
ПІБ гаранта ОП	Шимко Ольга Володимирівна
Посада гаранта ОП	Доцент кафедри менеджменту
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	olga.shymko@megu.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(068)-036-90-75
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	3 р. 10 міс.
очна денна	3 р. 10 міс.

4. Загальні відомості про ОП, історію її розроблення та впровадження

Освітня програма Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, що акредитується вперше, була розроблена у Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» і введена в дію у 2022 році. Підставою для її впровадження в освітній процес ЗВО став досвід підготовки здобувачів управлінської сфери, набутий кафедрою менеджменту (нині кафедра менеджменту та маркетингу) з 1993 року, від моменту заснування університету. Освітній процес підготовки менеджерів здійснювався за освітніми рівнями бакалавра, спеціаліста та магістра. Окрім того, у 2012 році кафедрою було ліцензовано спеціальність 6.030507 Маркетинг, яка була успішно акредитована у 2016 році (сертифікат НІ-ІІ № 1880138 від 06.07.2016 р. з терміном дії до 01.07.2021 р.). Останній випуск бакалаврів за спеціальністю 075 Маркетинг відбувся у 2019 році, набір у подальшому не проводився через низьку зацікавленість абітурієнтів зумовлену відсутністю попиту на фахівців даної галузі.

Однак, зміни на ринку праці останніх років засвідчують зростання попиту на фахівців з маркетингу, що зумовлено цифровізацією бізнесу, розвитком електронної комерції та посиленням конкуренції. Роботодавці потребують спеціалістів із цифрового маркетингу, аналітики, брендингу та управління комунікаціями, що підтверджується стабільною наявністю відповідних вакансій.

Доцільність відновлення підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 Маркетинг підтримується стейкхолдерами (протокол № 8 від 23.03.2022 р.), які зацікавлені у фахівцях із практичними навичками просування та стратегічного аналізу. Крім того, під час спілкування з випускниками спеціальності 075 Маркетинг 2016–2019 років, які успішно працевлаштовані, були отримані рекомендації щодо відновлення підготовки фахівців з маркетингу з урахуванням сучасних ринкових тенденцій (протокол № 8 від 23.03.2022 р.). ЗВО і кафедра менеджменту та маркетингу володіє достатнім кадровим і навчально-методичним потенціалом для якісної реалізації ОП.

У лютому 2022 року кафедрою менеджменту було сформовано склад проектної групи з розробки ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, а у квітні 2022 року відбулось затвердження розробленої ОП Вченою радою університету (протокол № 7 від 28.04.2022 р.). Протягом 2022–2025 років проводився щорічний локальний моніторинг та перегляд ОП. Так, зокрема у 2024 році Вченою радою затверджено нову редакцію ОП (протокол № 8 від 25.04.2024 р.), а у 2025 році було внесено відповідні зміни та схвалено оновлену редакцію ОП (протокол № 8 від 01.05.2025).

Цілі ОП відповідають місії ЗВО, основна ідея якої у поклику: «Якість освіти! Якість роботи! Якість життя!»

(<https://www.megu.edu.ua/uk/misiya-viziya-ta-cinnosti>), розглянуті крізь призму Стратегії розвитку ЗВО (<https://surl.li/lnmcrn>), спрямовані на якісну підготовку кваліфікованих конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринку праці фахівців для освітніх установ, органів державної влади і управління, підприємств всіх форм власності.

У процесі формування назви, змісту, додаткових СК і ПРН ОП Маркетинг вивчався і враховувався досвід аналогічних ОП вітчизняних та іноземних ЗВО, що містять елементи, які створюють ґрунтовну основу підготовки кваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, відповідають сучасним вимогам ринку праці, спрямовані на формування загальних і спеціальних (фахових) компетентностей, що дозволяють розв'язувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності.

ОП Маркетинг, що акредитується, розроблена робочою групою у складі доц. Шимко О.В. (гарант ОП), проф. Гончарова Ю.В., доц. Демидюка С.М., доц. Романова А.Д., доц. Климяк В.В. доц. Шпотюк А.О. Усі члени робочої групи володіють практичним досвідом управлінської, підприємницької та виробничої діяльності.

Зміст ОП «Маркетинг» відповідає Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування. Виконання вимог Стандарту щодо формування загальних і фахових компетентностей та досягнення результатів навчання на ОП забезпечується на основі комплексного підходу викладанням обов'язкових ОК та доповнюється і поглиблюється вибірковими ОК. При розробці ОП Маркетинг системно вивчалися запити випускників спеціальності 075 Маркетинг ОР бакалавр 2016–2019 років, а також здобувачів та випускників ОП «Менеджмент організацій» бакалаврського та магістерського освітніх рівнів. Здобувачі та випускники брали участь у засіданнях кафедри менеджменту і були залучені до розгляду питань, пов'язаних із формуванням цілей та програмних результатів навчання під час започаткування ОП «Маркетинг» (протокол № 8 від 23.03.2022 р.).

З метою забезпечення відповідності ОП запитам роботодавців і врахування їх пропозицій та інтересів, під час розробки та перегляду ОП проводились постійні консультації та робочі зустрічі із представниками установ, організацій (протокол № 8 від 23.03.2022 р.), (протокол № 7 від 11.03.2024 р.).

У процесі розробки ОП досліджувалися актуальні запити сучасного ринку праці на фахівців в галузі маркетингу, а також попередній досвід співпраці університету зі стейкхолдерами. Виявлені зауваження та пропозиції враховані під час формування програми атестаційного екзамєну та змісту ОК.

ОП Маркетинг спрямована на чітко визначені цілі, є оригінальною, зорієнтованою на студентоцентроване навчання, урахування потреб та інтересів кожного здобувача, створення умов для самовдосконалення і самореалізації як у навчальній, так і у професійній діяльності.

Започаткування ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти вважаємо цілком обґрунтованим, таким, що відповідає потребам ринку праці та спирається на наявні ресурси ЗВО.

5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року у розрізі форм здобуття освіти та ліцензійний обсяг за ОП

Рік	Навчальний	Обсяг	Контингент студентів на	У тому числі іноземців
-----	------------	-------	-------------------------	------------------------

навчання	рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	набору на ОП у відповідному навчальному році	відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року			
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2025 - 2026	70	16	7	0	0
2 курс	2024 - 2025	70	17	6	0	0
3 курс	2023 - 2024	60	10	2	0	0
4 курс	2022 - 2023	50	10	1	0	0

Умовні позначення: ОД – очна денна; ОВ – очна вечірня; З – заочна; Дс – дистанційна; М – мережева; Дл – дуальна.

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	46238 Цифровий маркетинг 64595 Маркетинг 9715 Маркетингова діяльність 27099 Маркетингові та соціальні комунікації/Маркетингові та соціальні комунікації 27849 Маркетингова діяльність
другий (магістерський) рівень	програми відсутні
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	програми відсутні

7. Інформація про площі приміщень ЗВО станом на момент подання відомостей про самооцінювання, кв. м.

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	17545	15726
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	17545	15726
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	0	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

- щодо ОП, яка реалізується у базовому ЗВО – без урахування приміщень ВСП;
- щодо ОП, яка реалізується у ВСП – лише щодо приміщень даного ВСП.

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	2024_ОПП_075_МАРКЕТИНГ_БА КАЛАВР зі змінами 2025.pdf	yR9o3yEMsQAvaFMUe+vCrCptyWg+DMteH3l5DJhcPKU=
Навчальний план за ОП	НП денна 2024 зі змінами.PDF	16zMIp2HDoCq3P7H/oVvoPOfFYx3iRTVovedl6KHc7o=
Навчальний план за ОП	НП ЗВ 2024 зі змінами.PDF	X1Q9ImKzTonCpDAyEZUW398s26K9Hx1zmyKom+ioOQ=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	Москвич В..pdf	5La8Nsfbe3xdl2OmMxst8oy/pdi4REc3BRi5n44Oy/o=

Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Оксентюк Б..pdf</i>	mLem8d3QWEd3QMnSnRoD18TY43YIWotXpGszR6HT ULk=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Соколовська О..pdf</i>	NfPcktBKWn2+jpRdAMlz41pRgF/RvV9he4YLi2xHkF4=

1. Проектування освітньої програми

Чи освітня програма дає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти? Якщо стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній, поясніть, яким чином визначені ОП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня?

ОП Маркетинг розроблена відповідно до діючого стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343 (<https://surli.lt/efhjdt>).

Перелік ЗК та СК, результатів навчання ОП відповідає стандарту спеціальності. Набуття зазначених компетентностей повністю забезпечується обов'язковими компонентами ОП, що відображено у матрицях відповідності програмних компетентностей компонентам ОП та забезпечення результатів навчання відповідними компонентами ОП. Узгодження передбачених стандартом компетентностей та результатів навчання відбувається відповідно до структурно-логічної схеми ОП, яка демонструє логіку та послідовність набуття компетентностей через вивчення ОК та досягнення визначених РН. Кожен РН забезпечується не менш як одним виділенням ОК. До прикладу, Р 4 досягається оволодінням загальними (ЗК 8 та ЗК 9) і фаховими (СК 3, 6, 7, 14) компетентностями через вивчення обов'язкових компонентів ОП ОК 6, 7, 14, 15, 17, 26, 29, 32, 36, 39.

Аналогічним чином здійснюється забезпечення досягнення усіх РН визначених стандартом ВО за спеціальністю 075 Маркетинг. Діюча ОП повністю відповідає вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Чи зміст освітньої програми враховує вимоги відповідних професійних стандартів (за наявності)?

На момент започаткування ОП «Маркетинг» у 2022 р. професійний стандарт був відсутній. Проте після затвердження 09.01.2025 року професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (<https://surli.cc/ohhscw>), вимоги зазначеного стандарту повністю забезпечуються змістом ОП, яка була затверджена в оновленій редакції у 2024-2025 н.р. Визначені стандартом трудові функції, зокрема збір і аналіз маркетингової інформації, розроблення та тестування продукту, планування і реалізація маркетингових заходів, управління портфелем продуктів та використання цифрових інструментів, відображені в ОК 32 «Маркетингові дослідження», ОК 33 «Стратегічний маркетинг», ОК 30 «Брендинг», ОК 22 «Маркетингові комунікації», ОК 25 «Цифровий маркетинг», ОК 34 «Маркетинг соціальних мереж», ОК 31 «Електронна комерція». У професійному стандарті значну увагу приділено використанню цифрових інструментів (Excel, SPSS, CRM, веб-аналітика), роботі з маркетинговими інформаційними системами, плануванню бюджету маркетингових заходів, аналітичним навичкам і підготовці звітів. В ОП це відображено через: СК 6, С К10, С К15 та Р 1, Р 4, Р 7; наявність ІКТ-дисциплін та практик. Матриці відповідності компетентностей і РН компонентам програми демонструють системний зв'язок між змістом дисциплін і заявленими результатами. Наявність навчальної (ОК 20) і виробничих (ОК 29 та ОК 36) практик забезпечують формування у здобувачів прикладних умінь. Рівень програми відповідає 6 рівню НРК, що узгоджується з вимогами професійного стандарту.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів)?

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

На етапі проектування ОП Маркетинг вивчались запити випускників 2016–2019 років спеціальності 6.030507 Маркетинг та здобувачів і випускників ОП Менеджмент організації освітніх рівнів бакалавра та магістра. Здобувачі та випускники брали участь у засіданнях кафедри менеджменту, були залучені до розгляду питань, пов'язаних із формуванням цілей та результатів навчання під час започаткування ОП. Так, випускниця 2016 року спеціальності 6.030507 Маркетинг Парчун З. запропонувала врахувати в ОП можливість для здобувачів освіти поглиблювати професійні навички та компетентності з менеджменту, а випускник спеціальності 6.030507 Маркетинг 2017 року Бондарчук Т. – з торгівлі та збуту, що було враховано у ОП шляхом імплементації вибіркового блоку відповідного

тематичного спрямування (протокол № 8 від 23.03.2022 р.).

Здобувачем освіти ОП Менеджмент організацій Антонюком В. було відмічено, що для якісної практичної підготовки термін виробничої практики має складати не менше 10 тижнів. Ця пропозиція була врахована при проектуванні ОП, де обсяг виробничих практик визначено загальним терміном 10 тижнів (15 кредитів).

Крім того, при обговоренні змін до ОП у 2024-2025 н.р. здобувачі ОП Маркетинг Корольчук Т. і Ольшанська Т. запропонували посилити адаптацію здобувачів 1-го курсу до навчання, ознайомивши їх із особливостями професії маркетолога, можливостями професійного розвитку та основними напрямками сучасної маркетингової діяльності, що було враховано введенням до ОП ОК 9 (прот. № 7 від 11.03.2024 р.).

- роботодавці

З метою забезпечення відповідності ОП запитам роботодавців під час її розробки проведено низку консультацій із представниками бізнесу. Так, при започаткуванні ОП під час розширеного засідання кафедри, директор ТОВ «ІН-БЕГ» Гордійчук О. наголосив на необхідності формування у здобувачів навичок розробки маркетингового забезпечення розвитку бізнесу з використанням сучасних інформаційних технологій, що було враховано включенням до ОП СК 15. Крім того, директор ПП «ТАІР-РІВНЕ» Семенюк Т. відзначила актуальність володіння маркетологами навичками залучення клієнтів інтернет каналами, що було враховано введенням до ОП ОК 25 та ОК 34. Директор ТОВ «ОПЕН СТОР» Підгрушний В. висловив пропозицію включити до ОП ОК спрямовані на формування компетентностей у сфері створення та адміністрування інтернет-магазинів, а також базових навичок розробки веб-ресурсів, що було враховано введенням до ОП ОК 24 та ОК 31 (протокол № 8 від 23.03.2022 р.). Під час перегляду ОП у 2024-2025 н.р. засновник HANDMADE-HUB UA Серветник М. запропонував більш чіткіше врахувати особливості регіонального ринку праці, розвитку малого і креативного підприємництва, що формуються під впливом цифровізації, локальних брендів і розвитку онлайн-платформ продажу, що було враховано при уточненні формулювання особливостей ОП та введенням до ОП СК 16 та ОК 35 (протокол № 7 від 11.03.2024 р.). Рецензії стейкхолдерів на ОП оприлюднені на сайті (<https://surl.lt/qgbafe>). Результати опитувань роботодавців доступні за посиланнями (<https://surl.li/vrhfnt>).

- академічна спільнота

НПП, що забезпечують освітній процес за ОП Маркетинг, тісно співпрацюють з колегами інших ЗВО (НУВГП, КНЕУ ім. В. Гетьмана, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ТНТУ ім. І. Пулюя та ін.), беруть участь у конференціях, засіданнях спеціалізованих Вчених рад, науково-методичних семінарах (<https://surl.li/luaejr>), що забезпечує уявлення про сучасні запити академічної спільноти. Актуалізація в ОП сучасних трендів розвитку маркетингу знайшла своє відображення у пропозиції завідувачки кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» Гончар В. додати до переліку програмних результатів Р 19 відповідно до внесеного СК 15 та ввести у ОП відповідні Р 19 ОК, що й було зроблено. Крім того, професор кафедри маркетингу та бізнес адміністрування ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» Калінін О. висловив пропозицію посилити ОП шляхом включення до неї ОК, спрямованих на формування компетентностей у сфері аналізу цифрових даних та управління брендом, що було враховано включенням до ОП ОК 14 та ОК 30 (протокол № 8 від 23.03.2022 р.).

Під час перегляду ОП у 2024-2025 н.р. к.е.н., завідувачка кафедри промислового маркетингу ТНТУ ім. І. Пулюя. Оксентюк Б. запропонувала додати до переліку програмних результатів Р 20 відповідно до внесеного СК 16, та ввести в ОП відповідні Р 20 ОК 15 та ОК 28, що було враховано (протокол № 7 від 11.03.2024 р.). Рецензії представників академічної спільноти на ОП оприлюднені на сайті (<https://surl.lt/qgbafe>).

- інші стейкхолдери

Інші стейкхолдери (представники органів влади, академічних партнерів та внутрішніх підрозділів університету) здійснюють постійний вплив на реалізацію ОП Маркетинг. Їх інтереси враховувалися шляхом врахування рекомендацій та порад провідних фахівців структурних підрозділів університету, а також результатів науково-дослідної роботи та практичного досвіду, здобутого НПП університету під час стажування у закордонних ЗВО: Великопольській Суспільно-Економічній Академії (Польща), Університеті прикладних наук імені Яноша Кодолані (Угорщина), Університету Бат Спа (Велика Британія) (<https://surl.li/cc/dtfsfe>).

Зокрема, за рекомендацією проректора з навчально-методичної роботи та якості освіти Артюшок В., враховуючи вимоги наказу МОН № 842 від 13.06.2024 р., до ОП Маркетинг було включено ЗК 15 «Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недобросовісності».

НПП, які забезпечують викладання за ОП Маркетинг, є членами громадських організацій, зокрема, української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (УАРМБО), Рівненського обласного об'єднання ГО «Спілка економістів України», Академії економічних наук України та беруть активну участь у їх діяльності, що дозволяє під час перегляду та реалізації ОП використовувати набутий досвід та впроваджувати сучасні технології навчання.

Чи мета освітньої програми відповідає місії та стратегії закладу вищої освіти?

Цілі ОП відповідають місії ЗВО, основна ідея якої у поклику: «Якість освіти! Якість роботи! Якість життя!», розглянуті крізь призму Стратегії розвитку (<https://surl.li/lnmcrn>), спрямовані на якісну підготовку кваліфікованих конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринку праці фахівців для освітніх установ, органів державної влади і управління, підприємств всіх форм власності. Завданням ЗВО є служіння суспільству, особливо у час повномасштабної війни в Україні, формування у здобувачів ключових компетентностей, що є необхідними для самореалізації, активної громадянської позиції, соціальної злагоди, здатності до працевлаштування в суспільстві. Серед основних завдань діяльності університету Статутом передбачено формування особистості шляхом патріотичного, правового, екологічного, громадянського виховання, утвердження в учасників освітнього процесу

моральних цінностей, соціальної активності, громадянської позиції та відповідальності, здорового способу життя, вміння вільно мислити та самоорганізовуватися в сучасних умовах (<https://surl.li/cvmfyu>).

Реалізація місії та завдань ЗВО реалізується за ОП шляхом залучення до освітнього процесу та практичної підготовки здобувачів представників бізнесу, органів влади та місцевого самоврядування, громадського сектору, академічної спільноти. Цілі ОП сформовано з урахуванням специфіки предметної області відповідно до стратегії ЗВО щодо підготовки майбутнього бакалавра за спеціальністю 075 Маркетинг.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки і спеціальності?

Мета ОП та ПРН відповідають актуальним тенденціям розвитку спеціальності та вимогам ринку праці. ОП передбачає підготовку фахівців, які володіють необхідними компетентностями для успішної конкуренції та ефективного втілення професійних навичок у сфері маркетингу. Використання методів студентоцентрованого навчання сприяє кращій адаптації здобувачів до реальних умов професійної діяльності.

Так, програмою враховано цифрову трансформацію маркетингу (Р 7), його інноваційний характер (Р 8) та міждисциплінарний підхід (Р 11), зростаючу роль аналітики та обробки даних (Р 4), етичні аспекти (Р 15) та соціальну відповідальність (Р 18), сучасні вимоги до soft skills маркетолога (Р 12, Р 14, Р 17).

У контексті вимог сучасного розвитку науки і спеціальності, враховуючи пропозиції академічної спільноти, результатів науково-дослідної роботи та досвіду, здобутого НПП під час стажування у вітчизняних та іноземних ЗВО, у ОП було зроблено акцент на формуванні у здобувачів цифрових навичок, врахування ними у професійній діяльності регіональних економічних аспектів та принципів сталого розвитку шляхом внесення в процес перегляду ОП до переліку результатів навчання – Р 19 та Р 20.

Аналіз тенденцій розвитку спеціальності відбувався через участь в наукових конференціях, круглих столах, де провідні науковці та практики обмінювалися досвідом та останніми досягненнями у галузі маркетингу та менеджменту (<https://surl.li/nwarpq>, <https://surl.li/dlpofj>). Це дозволяє ОП відповідати не тільки поточним, але й передбачуваним запитам професійної сфери.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку ринку праці, галузевого та регіонального контексту?

Галузевий і регіональний контекст під час формуванні ОП було враховано шляхом визначення особливостей ОП, спираючись на результати аналізу потреб регіонального ринку праці, Стратегії розвитку Рівненської області (<https://surl.li/ceiqwd>), Стратегії розвитку Рівненської ТГ (<https://surl.li/spxhmu>). Визначені стратегіями пріоритети потребують розробки маркетингових підходів і компетенцій для успішної реалізації стратегічних та оперативних цілей програм.

Для забезпечення актуальності ОП здійснюється систематичний аналіз запитів роботодавців шляхом опитувань (<https://surl.li/tshbqk>) та з інтернет-джерел: <https://novarobota.ua/ua>, <https://www.work.ua/>, <https://jobs.ua/>. Регіональний контекст ОП знайшов своє відображення у співпраці факультету та Обласного ЦЗ, Центру «Дія. Бізнес» у Рівному, Асоціації ОТГ Рівненщини, ПрАТ «Рівнеобленерго», ПП «Домова служба», ПП «Модена», СВСК «Селянський ліс» (<https://surl.li/dlpofj>).

Для урахування галузевого та регіонального контексту, тенденцій розвитку ринку, цілей повоєнного відновлення під час перегляду у ОП було імплементовано СК 16 та Р 20.

Галузевий та регіональний аспекти враховані у процесі викладання окремих освітніх компонентів обов'язкового та вибіркового циклів (ОК 15, ОК 16, ОК 28) та при виконанні наукової роботи у межах науково-дослідних тем кафедр економічного факультету «Фінансові та економічні аспекти регіонального розвитку в сучасних умовах» (0124U001671) та «Стратегічне управління розвитком бізнес-організацій» (0124U001725) (<https://surl.li/unqrcb>).

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних вітчизняних освітніх програм?

Під час розроблення та перегляду ОП Маркетинг враховано мету, змістовну сутність результатів навчання, перелік, обсяг та послідовність вивчення ОК, спрямованих на формування визначених результатів навчання ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, що реалізуються у провідних вітчизняних ЗВО, зокрема: РДГУ за період 2022-2025 років (<https://surl.li/odyhiq>, <https://surl.li/baezxp>, <https://surl.li/uoljnj>, <https://surl.li/srydsk>, <https://surl.li/cimqli>); НУВГП за період 2016-2025 років (<https://surl.li/bblmsc>); НУ «Києво-Могилянська Академія» (<https://surl.li/fnllki>); КНЕУ ім. В. Гетьмана (<https://surl.li/pkfhdd>); ДТЕУ (<https://surl.li/mdtghk>); КНУ ім. Т. Шевченка (<https://surl.li/dltdxd>); Хмельницького національного університету (<https://surl.li/gknpfi>); ЧНУ ім. Ю. Федьковича (<https://surl.li/inubiy>); Одеського національного економічного університету (<https://surl.li/nqdrwr>) та ін. Аналіз зазначених ОП дав змогу визначити їх переваги і недоліки та інтегрувати найбільш доцільні підходи у власну ОП. У процесі опрацювання було враховано розвиток підходів до проектування ОП, уточнено її цілі, результати навчання та оптимізовано структуру й перелік ОК.

Зокрема, в зазначених ОП було отримало підтвердження доцільності покладання в основу ОП практико-орієнтованого підходу, який чітко прослідковується у ОП (<https://surl.li/odyhiq>, <https://surl.li/pkfhdd>, <https://surl.li/inubiy>, <https://surl.li/nqdrwr>). Зваживши досвід аналогічних ОП (<https://surl.li/bblmsc>, <https://surl.li/dltdxd>, <https://surl.li/inubiy>, <https://surl.li/gknpfi>) було обрано вид підсумкової атестації у формі атестаційного екзамену.

Проаналізувавши ОП <https://surl.li/nqdrwr> та <https://surl.li/inubiy> було прийнято рішення, щодо підсилення практичної підготовки здобувачів шляхом введення до ОП ОК 35. На основі проведеного аналізу переліків та си́лабусів ВК аналогічних вітчизняних ОП було оновлено структуру та зміст окремих ОК та ВК, а саме досвід КНЕУ ім. В. Гетьмана (<https://surl.li/nutmhn>) дав змогу удосконалити зміст ОК 19 та ОК 22. Також певні управлінські

аспекти були включені у ОК 37 на основі вивчення ВК «Оцінювання ризиків при прийнятті управлінських рішень» (<https://surl.lt/aeuzrl>). Вивчено та враховано досвід Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича у змістовному наповненні таких ОК, які мають споріднені компоненти в ОП Маркетинг: «Цифровий маркетинг», «Управління маркетингом на підприємстві», «Управління ризиками в маркетингу», «Електронна комерція», «Івент-маркетинг» (<https://surl.li/tlsvsv>). Досвід <https://surl.lu/fnllki> був використаний у змістовному наповненні аналогічних ОК акредитованої ОП Маркетинг: «Промисловий маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Бенчмаркінг», «Креативний менеджмент».

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних іноземних освітніх програм?

ОП Маркетинг розроблена з урахуванням передового світового досвіду та проведення порівняльного аналізу бакалаврських програм закордонних університетів. Зокрема, вивчено наступні програми:

- ОП «Маркетинг» університету Bath Spa University (Велика Британія), (<https://surl.lu/welmmh>) де значна увага приділяється цифровим інструментам, роботі з даними та сучасним маркетинговим технологіям. Подібний підхід відображено в ОП нашого ЗВО через включення до ОП відповідних ОК («Цифровий маркетинг», «Основи веб-аналітики», «Маркетинг соціальних мереж», «Електронна комерція», «Основи веб-дизайну», «Тренінг «Розробка цифрового продукту»), з метою посилення орієнтації на сучасні цифрові компетентності маркетолога;

- ОП Маркетинг і ринкова комунікація університету Politechnika Lubelska (Польща) (<https://surl.li/frsgkf>), у якій важливе місце займають питання розроблення комунікаційних стратегій, співпраці з медіа, створення рекламних повідомлень і використання цифрових каналів комунікації. Аналогічні змістові блоки представлені у ОП Маркетинг нашого ЗВО через ОК «Маркетингові комунікації», «Зв'язки з громадськістю», «Маркетинг соціальних мереж», «Брендинг», що свідчить про орієнтацію на сучасні інструменти комунікації;

- ОП Медіа та маркетинг з іміджевою комунікацією університету Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego (Вроцлав, Польща) (<https://surl.li/ujxxvf>), де чільне місце займають курси «Основи аналізу даних», «Маркетингові дослідження», «Аналіз даних у маркетингу», «Описова статистика». У ОП Маркетинг аналогічні компетентності впроваджені через дисципліни: «Економічна статистика», «Економічний аналіз», «Маркетингові дослідження», «Основи веб-аналітики», що спрямовані на розвиток навичок аналізу ринку та обґрунтування маркетингових рішень.

НПП задіяні у викладанні за ОП Маркетинг неодноразово проходили міжнародне стажування та брали участь у спільних заходах, вивчаючи польський, угорський та британський досвід щодо лідерства в освіті, академічної доброчесності, окреслення спеціалізацій. Зокрема, Міжнародне стажування International Professional Development Programme «Leadership Programme». (<https://surl.li/omzunr>) (доц. Ліщук Н., доц. Онофрійчук О., доц. Артюшок К., доц. Артюшок В., доц. Трофімчук М.); міжнародне підвищення кваліфікації на базі Науково-дослідного інститут Люблінського науково-технологічного парку (<https://surl.li/tddzoh>) (доц. Коваль Л.); Осіння школа Жан Моне (<https://surl.li/wacpnt>) (доц. Ліщук Н.); Workshop «Thesis Structure» та Ukrainian-British workshop «Strategy and Cooperation Development» (<https://surl.li/kcxkjv>) (доц. Артюшок В.). Ці програми слугували основою для удосконалення ОП та гармонізації її з сучасними вимогами ринку праці і професійними компетентностями.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

240

Яким є обсяг освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС), спрямованих на формування компетентностей, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності)?

180

Який обсяг (у кредитах ЄКТС) відводиться на дисципліни за вибором здобувачів вищої освіти?

60

Продемонструйте, що зміст ОП відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності (спеціальностям, якщо освітня програма є міждисциплінарною)?

ОП має чітку структуру, а її ОК становлять логічну взаємопов'язану систему, що спрямована на формування усіх визначених загальних (ЗК) та спеціальних (фахових) (СК) компетентностей і програмних результатів навчання (Р). ОП складається із ОК: навчальних дисциплін, навчальної та виробничих практик, курсової роботи та атестаційного екзамену.

Компоненти ОП повністю забезпечують реалізацію поставленої мети та відповідають предметній області спеціальності 075 Маркетинг. Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Для цього в ОП передбачені такі обов'язкові компоненти як: ОК 8 «Основи підприємництва», ОК 10 «Економічна теорія», ОК 12 «Маркетинг», ОК 17 «Основи менеджменту», ОК 15 «Регіональна економіка», ОК 19 «Економіка та фінанси підприємства».

Теоретичний зміст предметної області забезпечують наступні ОК: ОК 12 «Маркетинг», ОК 16 «Маркетингова

товарна політика», ОК 18 «Поведінка споживача», ОК 23 «Маркетингова політика розподілу», ОК 27 «Маркетингова цінова політика», ОК 28 «Логістика», ОК 32 «Маркетингові дослідження», ОК 33 «Стратегічний маркетинг», ОК 38 «Зв'язки з громадськістю».

Методи, методики та технології, якими повинен володіти здобувач для застосування на практиці вивчаються в межах наступних ОК: ОК 5 «Філософія», ОК 6 «Інформаційно-комунікаційні технології», ОК 10 «Економічна теорія», ОК 18 «Поведінка споживача», ОК 32 «Маркетингові дослідження», ОК 16 «Маркетингова товарна політика», ОК 22 «Маркетингові комунікації», ОК 23 «Маркетингова політика розподілу», ОК 25 «Цифровий маркетинг», ОК 27 «Маркетингова цінова політика», ОК 30 «Брендинг», ОК 31 «Електронна комерція», ОК 33 «Стратегічний маркетинг», ОК 34 «Маркетинг соціальних мереж».

Інструментами та обладнанням, що використовуються в практичній діяльності маркетолога, виступає в першу чергу програмне забезпечення, яке вивчається та використовується у компонентах циклу професійної підготовки: ОК 6 «Інформаційно-комунікаційні технології», ОК 14 «Основи веб-аналітики», ОК 24 «Основи веб-дизайну», ОК 25 «Цифровий маркетинг», ОК 31 «Електронна комерція», ОК 34 «Маркетинг соціальних мереж», ОК 35 «Тренінг «Розробка цифрового продукту».

Практичний досвід упровадження ОП в освітньому процесі ЗВО засвідчує релевантність декларованих у профілі ОП ОК предметній області. Удосконалення змісту ОК та їх відповідність предметній області здійснюється під час щорічного локального моніторингу ОП, враховуючи пропозиції НПП та стейкхолдерів.

Яким чином здобувачам вищої освіти забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії?

У ЗВО створено необхідні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ВО, яка враховує здібності, інтереси, потреби, мотивацію, можливості та досвід. Структура та зміст ОП дозволяє сформувати індивідуальну освітню траєкторію усім здобувачам вищої освіти, зокрема через індивідуальний вибір навчальних дисциплін в обсязі 60-ти кредитів (25,0% обсягу ОП), що регламентовано ЗУ «Про вищу освіту», а також «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://surl.lt/earnmr>) та «Положенням щодо вільного вибору здобувачами ВО навчальних дисциплін» (<https://surl.li/fekasd>).

Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів ОП реалізується шляхом вільного вибору дисциплін, що відображаються в індивідуальних навчальних планах здобувачів ВО, вибору тематики курсової роботи, участі у наукових гуртках і проблемних групах, можливостей займатися науковою роботою, вибору місця проходження практик тощо.

На ОП Маркетинг поширена змішана форма вільного вибору.

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача реалізується через

- вибіркову складову ОП, на якій студент навчається (тематичний блок дисциплін, вивчення якого поглиблює та посилює досягнення Р і становить 36 кредитів ЄКТС).

- вибіркові компоненти ОП Маркетинг або інших ОП, які здобувач має право обрати із запропонованого переліку (24 кредити ЄКТС).

ВК надають можливість більш повного забезпечення освітніх кваліфікаційних вимог на ринку праці, здійснення поглибленої підготовки за ОП, що визначають характер майбутньої діяльності.

Яким чином здобувачі вищої освіти можуть реалізувати своє право на вибір навчальних дисциплін?

Освітні програми підготовки фахівців усіх рівнів та освітніх ступенів повинні містити не менше 25% вибірових дисциплін від загального обсягу кредитів ЄКТС. Оскільки на ОП Маркетинг поширена змішана форма вибору дисциплін, то здобувач обирає тематичний блок дисциплін на першому курсі (дисципліни певного тематичного блоку, обраного здобувачем, є для нього обов'язковими) та здійснює щорічно вибір з переліку дисциплін, що включає в себе як дисципліни відповідної випускової кафедри, так і дисципліни інших кафедр, що є однаковими за обсягом кредитів та формою контролю. Дисципліни згруповані у загальноуніверситетський перелік, відповідають необхідному обсягу кредитів та викладаються у відповідному семестрі.

Вибір дисциплін варіативної частини ОП здобувач здійснює при формуванні індивідуального навчального плану.

Процедура вибору студентами навчальних дисциплін регулюється «Положенням щодо вільного вибору здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін ПВНЗ «МЕГУ ім. академіка Степана Дем'янчука»

(<https://surl.li/fekasd>) та включає такі етапи:

- 1) ознайомлення із порядком, термінами і особливостями запису для вивчення вибірових дисциплін в університеті;
- 2) вибір дисциплін із затвердженого переліку в системі дистанційного навчання університету за допомогою Google Форми. Здобувачі ознайомлюються зі змістом довідкових інформаційних матеріалів до 15 березня кожного навчального року;
- 3) опрацювання результатів вибору здобувачів загальним відділом університету через комп'ютерну систему;
- 4) на підставі даних електронної вибірки та інформації, узагальненої загальним відділом університету формується службова записка щодо створення груп для вивчення вибірових дисциплін від деканату;
- 5) остаточне опрацювання результатів вибору здобувачами дисциплін із скоригованого переліку, які не скористались правом вільного вибору, формування груп та потоків.

Студентам, які обрали дисципліни, навколо яких не згуртувалась необхідна кількість осіб, надають можливість здійснити повторний вибір дисциплін, для вивчення яких сформувалися повноцінні академічні групи.

Перелік дисциплін вільного вибору з їх анотаціями розміщується (оновлюється) на сайті (<https://surl.li/pseero>).

Доступ до ресурсів вибору здобувач отримує при наявності реєстраційних даних в системі MOODLE. Студенти приймають рішення щодо дисциплін вільного вибору на основі конкурентного вибору анотацій (силабусів) та презентації дисципліни викладачами.

За ОП Маркетинг реалізоване право на вибір ВК. Так, здобувачі мають можливість обрати один з трьох тематичних вибірових блоків. Результати вибору включаються до індивідуального плану здобувача. Окрім зазначеного, індивідуальна освітня траєкторія здобувача освіти формується через можливість індивідуального вибору тематики

курсної роботи та баз проходження практик.

Опишіть, яким чином ОП та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності

Організація практичної підготовки здобувачів регламентується «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://surl.lt/earnmr>), «Положенням про проведення практики студентів» (<https://surl.li/ffvlzd>), програмами практик, методичними вказівками по організації та проведенні практики (<https://surl.li/wep1pf>, <https://surl.li/lievya>). ЗВО забезпечує студентів базами практик (<https://www.megu.edu.ua/uk/bazy-praktyk-ekonomichnoho-fakultetu>), а також здобувачі освітньої програми мають можливість самостійного вибору місця проходження практик.

Перелік баз практики документально підтверджений договорами про співробітництво з закладами освіти.

Зміст ОП Маркетинг розроблено з урахуванням професійних вимог до практичної підготовки здобувачів (18 кредитів) та передбачає наявність практик, що формують відповідні СК та ЗК (<https://surl.li/abwjsx>):

- навчальна практика ОК 20 (4-й семестр, 3 кредити, 2 тижні) забезпечує формування ЗК 4, ЗК 6, ЗК 11, Р 1, Р 16.

- виробнича (організаційно-економічна) практика ОК 29 (6-й семестр, 6 кредитів, 4 тижні), забезпечує формування ЗК 4-7, СК 3, СК 6-7, СК 11, СК 14, Р 2-6, Р 9, Р 11, Р 16-17.

- виробнича практика ОК 36 (8-й семестр, 9 кредитів, 6 тижнів) забезпечує формування ЗК 4-7, СК 3, СК 6-7, СК 11, СК 14, Р 2-6, Р 9, Р 11, Р 16-17.

За результатами практик визначається рівень задоволеності здобувачів компетентностями, здобутими та розвиненими під час практичної підготовки (<https://surl.li/xqdnem> та роботодавців керівників баз практик: (<https://surl.li/aebccm>).

Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання

За результатами навчання на ОП передбачено набуття здобувачами soft skills, які відповідають цілям та результатам навчання, зокрема: комунікативні навички та навички публічної презентації формуються під час вивчення ОК 3 «Іноземна мова», ОК 4 «Українська мова», ОК 22 «Маркетингові комунікації», ОК 38 «Зв'язки з громадськістю», а також під час виконання курсової роботи; навички командної роботи та міжособистісної взаємодії – ОК 11 «Психологія», ОК 17 «Основи менеджменту», ОК 34 «Маркетинг соціальних мереж», а також під час проходження практик; критичне мислення та аналітичні навички – ОК 7 «Економічна статистика», ОК 14 «Основи веб-аналітики», ОК 26 «Економічний аналіз», ОК 32 «Маркетингові дослідження»; креативність і здатність генерувати інноваційні ідеї – ОК 12 «Маркетинг», ОК 24 «Основи веб-дизайну», ОК 25 «Цифровий маркетинг», ОК 30 «Брендинг», ОК 35 «Тренінг «Розробка цифрового продукту»; лідерські та організаційні навички, а також навички прийняття рішень – ОК 8 «Основи підприємництва», ОК 19 «Економіка та фінанси підприємства», ОК 33 «Стратегічний маркетинг».

Набуття soft skills сприяє застосування інноваційних форм та методів навчання, а саме: доповіді та їх обговорення, мозкові атаки та інші командні методи навчання; проведення майстер-класів, дебатів, організація студентських конкурсів (<https://surl.li/fhmnwl>). Розвиток «soft skills» ефективно відбувається за активної участі здобувачів у воркшопах, тренінгах, гостьових лекціях, громадських та волонтерських заходах (<https://surl.li/iptxav>).

Продемонструйте, що 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. Продемонструйте, що 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 забезпечує послідовне досягнення заявленої мети та результатів навчання. Структура ОП є ієрархічно та функціонально впорядкованою і включає цикли загальної та професійної підготовки та практичну складову, що забезпечує поетапний перехід від формування загальнонаукових і світоглядних засад до опанування спеціалізованих економічних, управлінських і цифрових знань у сфері маркетингу, а далі – до їх практичного застосування.

ОК 1-5 циклу загальної підготовки формують загальнокультурні, громадянські та комунікативні компетентності та забезпечують досягнення результатів навчання, пов'язаних зі здатністю аналізувати суспільні процеси, усвідомлювати соціальну відповідальність та діяти відповідно до етичних норм.

ОК циклу професійної підготовки (ОК 7, ОК 8, ОК 10, ОК 14, ОК 15, ОК 17, ОК 19, ОК 21, ОК 26) формують базове розуміння функціонування економічних систем, ринкових процесів і діяльності підприємств та аналітичні компетентності, необхідні для збору, обробки і інтерпретації інформації. Спеціалізовані дисципліни: ОК 6, ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 22, ОК 23, ОК 24, ОК 25, ОК 27, ОК 30, ОК 31, ОК 32, ОК 33, ОК 34, ОК 35 формують здатність застосовувати маркетингові інструменти, забезпечують формування цифрових компетентностей.

Практична підготовка (ОК 20, ОК 29, ОК 36) та виконання курсової роботи (ОК 39) дозволяють інтегрувати отримані теоретичні знання з практичною діяльністю, формують здатність самостійно приймати рішення, аналізувати ринкові ситуації та застосовувати маркетингові інструменти у реальних умовах.

Який підхід використовує ЗВО для співвіднесення обсягу окремих освітніх компонентів ОП (у кредитах ЄКТС) із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти (включно із самостійною роботою)?

Структуру ОП сформовано відповідно до ЗУ «Про вищу освіту», «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://surl.lt/earnmr>). Загальний обсяг ОП складає 240 кредитів ЄКТС (7200 год.), з них обов'язкові ОК – 180 кред.

(5400 год.). ВК складаються з тематичних блоків вільного вибору кількістю 36 кред. (1080 год.) та вибору з переліку – 24 кред. (720 год.). Перелік ВК складає 25% від загального обсягу (60 кредитів) ЄКТС ОП. Загальне навантаження здобувачів становить 7200 год., з яких 2656 год. – аудиторного навантаження (лекції та практичні заняття) та 4544 год. самостійної роботи (СР). На навчальний рік навантаження становить 1800 годин (60 кредитів). Аудиторне тижневе навантаження: 1 курс – 22,5 год., 2 курс – 21,3 год., 3 курс – 21,9 год., 4 курс – 21,2 год. Навчальний час, відведений для СР, становить не менше 1/2 та не більше 2/3 загального обсягу, відведеного для вивчення дисципліни.

Зміст СР за конкретним ОК визначається РП. СР забезпечується навчально-методичними матеріалами: посібники, завдання та методичні рекомендації викладача, дистанційні курси в системі MOODLE тощо. Забезпечення СР уможлиблює проведення самоконтролю з боку здобувача. Організація СР здійснюється шляхом консультацій викладачів та отримання зворотного зв'язку за допомогою різних комунікаційних платформ. Рівень задоволеності видами СР та ступінь її ефективності відслідковується ЦЗЯВО (<https://surl.cc/vwxtzu>, <https://surl.li/nuzybr>). Моніторинг завантаженості здобувачів здійснюється в тісному зв'язку з органами студентського самоврядування.

Яким чином структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість освітньої програми? Якщо за ОП здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти, опишіть модель та форми її реалізації

Практикоорієнтованість ОП забезпечує, насамперед, її структура. Програмою передбачено три ОК практичного спрямування: навчальна, виробнича (організаційно-економічна) та виробнича практики загальною тривалістю 12 тижнів, 18 кредитів. Інший аспект забезпечення практикоорієнтованості ОП – практична спрямованість лекційних і практичних занять, використання практикоорієнтованих методів навчання, таких як: кейс-метод (ОК 12, ОК 18, ОК 22, ОК 30, ОК 32, ОК 33), проєктне навчання (ОК 24, ОК 25, ОК 31, ОК 34, ОК 35, ОК 38), аналітична робота з реальними даними (ОК 7, ОК 14, ОК 26, ОК 32), ділові та ситуаційні ігри, моделювання професійних ситуацій (ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 22, ОК 23, ОК 27, ОК 30, ОК 33) сприяють формуванню у здобувачів здатності застосовувати теоретичні знання на практиці. Крім того, до участі в освітньому процесі постійно залучаються практики-професіонали, представники бізнес структур та державних органів, зокрема, ТОВ «МВКОМ» (<https://surl.li/gvpuax>), SMOKOKO LTD (<https://surl.li/ngyubg>), НБУ (<https://surl.li/sqcski>), ТОВ «Ю-КОНТРОЛ» (<https://surl.li/veaykq>), маркетингова агенція A SEOTM Digital Agency (<https://surl.li/rfhdug>) ПП «Домова служба» (<https://surl.li/asrhdw>); представники ГО (<https://surl.li/ozmurh>, <https://surl.li/fijmgz>, <https://surl.lu/gyffyu>). Підготовка здобувачів вищої освіти на ОП Маркетинг за дуальною формою освіти не здійснюється.

Яким чином ОП забезпечує набуття здобувачами навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722

ОП «Маркетинг» забезпечує формування у здобувачів компетентностей і навичок, що відповідають Глобальним цілям сталого розвитку. Це досягається через зміст ОК, формування громадянських та етичних компетентностей, розвиток аналітичного мислення, відповідального підприємництва та сталого управління бізнесом. Зокрема, ОК 1, ОК 2, ОК 5 сприяють формуванню розуміння демократичних цінностей, прав людини та принципів сталого розвитку суспільства. Зміст ОК 8, ОК 19, ОК 33 сприяє підготовці фахівців, здатних забезпечувати економічне зростання підприємств із врахуванням принципів сталого розвитку. Маркетингові дисципліни (ОК 18, ОК 22, ОК 30) орієнтують здобувачів на формування відповідальних моделей споживання та етичного маркетингу. Формуванню цифрових та інноваційних компетентностей сприяють ОК 14, ОК 25, ОК 31. Розвиток аналітичних компетентностей для дослідження суспільних процесів формується під час викладання ОК 7, ОК 26, ОК 32.

Перелік ОК вільного вибору за ОП містить дисципліни, що знайомлять здобувачів з проблематикою ЦСР (<https://surl.li/xizwha>). Наукова робота кафедри дотична до проблематики досягнення ЦСР (<https://surl.li/ivnkza>, <https://surl.li/yeckdx>).

Гарант ОП доц. Шимко О. брала участь у міжнародному проєкті Jean Monnet «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація» (сертифікат № BSA 462/2024).

Таким чином, ОП забезпечує формування компетентностей, спрямованих на досягнення ЦСР.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

Наведіть посилання на вебсторінку, яка містить інформацію про правила прийому на навчання та вимоги до вступників ОП

<https://www.megu.edu.ua/uk/pravila-prijomu>

Поясніть, як правила прийому на навчання та вимоги до вступників ураховують особливості ОП?

Організацію прийому вступників до університету здійснює Приймальна комісія відповідно до Правил прийому Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука». Згідно з п.1.1.4. на навчання для здобуття ступеня бакалавра на перший рік навчання приймаються особи на основі ПЗСО. На навчання на старші курси для здобуття ступеня бакалавра приймаються особи, на основі здобутого освітнього рівня НРК5 та НРК 6 (<https://surl.cc/yteiti>).

Перелік предметів НМТ відповідає вимогам МОН України для спеціальності та подано на сайті ЗВО

(<https://www.megu.edu.ua/uk/pravila-prijomu>). Відбір здобувачів у 2024 році на базі ПЗСО відбувався за конкурсними балами, що містили результати 4-ох предметів НМТ 2024 р та мотиваційного листа, або 3-ох предметів НМТ 2022-2023 рр. та мотиваційного листа, або 3-ох предметів ЗНО 2021 р.

Програма фахового випробування на базі НРК 5 розглядається та затверджуються на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу щорічно.

Правила прийому передбачають встановлення мінімальної кількості балів по кожному конкурсному предмету та його ваговий коефіцієнт.

Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО або на інших ОП регулюються документами: Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу (Розділ 6. Визнання та перезарахування результатів за програмами академічної мобільності) (<https://surl.li/omsgzp>); Положенням про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/earnmr>); Положенням про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення осіб, які навчаються у МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука, а також надання їм академічної відпустки (<https://surl.li/mapkhe>).

Перезарахування раніше вивчених дисциплін здійснюється на підставі наданого здобувачем документа (академічної довідки) з переліком та результатами вивчення дисциплін, кількістю кредитів, завіреного в установленому порядку у ЗВО. У відповідності до Стандарту ВО спеціальності на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст») ЗВО має право визнати та перезарахувати не більше ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих у межах попередньої ОП за спеціальностями галузі знань 07 Управління та адміністрування, а також спеціальності 051 Економіка; за іншими спеціальностями не більше ніж 60 кредитів ЄКТС. На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» ЗВО має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою ОП фахової передвищої освіти (<https://surl.li/xqaokb>).

Академічна різниця обов'язкових дисциплін за індивідуальним навчальним планом здобувача визначається профільною кафедрою університету на підставі затвердженої ОП і НП.

Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності)

Практику застосування правил визнання результатів навчання, отриманих на інших освітніх програмах за ОП Маркетинг було неодноразово застосовано протягом реалізації ОП. Зокрема, щодо здобувача освіти Москалюка Дмитра, який був поновлений на навчання на підставі академічної довідки виданої НУ «Львівська політехніка» АД № 499569 від 15.08.2025 р. за спеціальністю «Маркетинг», при цьому йому було перезараховано 49 кредитів ЄКТС, які були складені під час навчання за попередньою освітньою програмою; здобувача Черевка Владислава, який був зарахований на 2 курс навчання на підставі диплому бакалавра В22 № 012081, виданого ПВНЗ «МЕГУ імені акад. С. Дем'янчука» 01.06.2022 року за спеціальністю «Фінанси, банківська справа та страхування», при цьому йому було перезараховано 44 кредити ЄКТС, які були складені під час навчання за попередньою освітньою програмою; здобувача Кіндрата Артура, який був зарахований на підставі диплому молодшого спеціаліста Е18 № 074656 виданого ДВНЗ «Червоноградський гірничо-економічний коледж» 27.06.2018 року за спеціальністю «Комерційна діяльність», при цьому йому було перезараховано 48 кредитів ЄКТС, які були складені під час навчання за попередньою освітньою програмою.

Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та/або інформальній освіті? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регламентується «Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті» (<https://surl.li/nekkpv>). Згідно з Положенням визнання результатів навчання у неформальній освіті дозволяється для ОК ОП, які входять до навчального плану та розповсюджується як на обов'язкові, так й на вибіркові дисципліни. Рівень знань студентів, здобутих за програмами неформальної освіти (стаття 8 п. 3 Закону України «Про освіту»), має бути підтверджений документами. Університет визнає результати навчання здобуті у неформальній чи інформальній освіті в обсязі, що не перевищує 10% від загального обсягу кредитів, передбачених ОП, але в межах навчального року – не більше 6 кредитів на бакалаврському рівні. Кафедри економічного факультету пропонують здобувачам долучатися до навчання з використанням цифрових ресурсів в режимі неформальної освіти, зокрема до участі в семінарах, проходження онлайн курсів або вебінарів. На сайті університету постійно оновлюється інформація про рекомендовані ресурси неформальної освіти (<https://www.megu.edu.ua/uk/kursi-neformalnoi-osviti>).

Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання отриманих у неформальній та/або інформальній освіті

На ОП Маркетинг існує практика визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, зокрема за результатами участі в семінарах, проходження онлайн курсів або вебінарів (<https://surl.li/ktprjug>).

Так, здобувач ОП Нікіта Семісинов 05.10.2025 р. успішно пройшов онлайн курс «Foundations of Digital Marketing and E-commerce», (<https://surl.li/rllszu>), а 20.11.2025 р. – онлайн курс «Attract and Engage Customers with Digital Marketing», (<https://surl.li/rllszu>). Курси схвалені Google та запропоновані на платформі «Coursera». За результатами проходження онлайн курсів доцентом Сергієм Демидюком здобувачу було зараховано два змістових модулі з дисципліни «Цифровий маркетинг».

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

Продемонструйте, що освітній процес на освітній програмі відповідає вимогам законодавства (наведіть посилання на відповідні документи). Яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання на ОП сприяють досягненню мети та програмних результатів навчання?

Відповідно до вимог Положення про організацію освітнього процесу та Методичних рекомендацій до складання робочих програм навчальних дисциплін (<https://surl.li/yigupj>) у ОП оптимально підібрані форми та методи викладання і навчання, які забезпечують досягнення ПРН.

Форми організації освітнього процесу включають лекції, практичні та семінарські заняття, консультації з викладачами, самостійну роботу на основі навчально-методичних матеріалів, практичну підготовку, виконання курсової, контрольні заходи. Викладання здійснюється з активним використанням сучасних засобів комунікації. Перевага надається активним методам навчання (круглі столи, дискусії, кейси, метод проєктів, підготовка доповідей, презентацій, есе), що розвивають у здобувачів критичне мислення та навички фахового спілкування. Методи навчання для кожного ОК НПП обирають самостійно, але при цьому враховують зміст ОП та специфіку ОК. У ЗВО функціонує відповідне електронне середовище забезпечення дистанційного навчання на платформі MOODLE (<https://edu.regi.rovno.ua/>).

Під час практичних занять викладачі формують проблемні запитання, окреслюють пізнавальні завдання, завдяки чому розвивається здатність до здійснення пошуку та аналізу інформації. Досягненню мети та програмних результатів навчання за ОП сприяє діяльність «Центру фахових студій» економічного факультету, спрямована на налагодження взаємодії між університетом, бізнес-спільнотою, громадським сектором та державними органами задля обміну знаннями та досвідом (<https://surl.li/pnufta>).

Продемонструйте, яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу. Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання відповідно до результатів опитувань?

Реалізація студентоцентрованого підходу у навчанні за ОП Маркетинг відповідає вимогам «Положення про організацію освітнього процесу» та ставить за мету застосування таких форм і методів при викладанні за ОП, які орієнтовані на здобувачів, з урахування їх індивідуальних освітніх вподобань. Реалізація даного підходу в освітньому процесі відбувається через вільний вибір форм і методів навчання та викладання. Є можливість сформувати індивідуальну освітню траєкторію, що реалізується через вільний вибір дисциплін, можливість вибору місця проходження практик, теми курсової роботи. У процесі викладання дисциплін враховуються пропозиції здобувачів щодо змісту і наповнення окремих тем. З метою удосконалення освітнього процесу проводяться семінари та тренінги з підвищення кваліфікації та використання інноваційних технологій (<https://surl.li/yuhesq>, <http://surl.li/rnlbc>, <https://surl.li/qunjru>, <https://surl.li/tspzlc>, <https://surl.li/agzqak>). Навчання на ОП передбачає наявність зворотного зв'язку зі здобувачами, що дозволяє регулярно корегувати форми і методи навчання і викладання. Здобувачі отримують необхідну інформацію на сторінці факультету (<https://surl.li/tkgzfd>). Рівень задоволеності здобувачів ВО щодо якості викладання за ОП вивчається через систематичне проведення опитувань (<https://surl.li/vkcqml>, <https://surl.li/dfrizv>). Результати засвідчують про високий рівень задоволеності здобувачів професіоналізмом професорсько-викладацького колективу та змістом освітнього процесу за ОП Маркетинг.

Продемонструйте, яким чином забезпечується відповідність методів, засобів та технологій навчання і викладання на ОП принципам академічної свободи

Питання дотримання академічної свободи НПП та здобувачами ВО за ОП Маркетинг визначаються ЗУ «Про освіту», Статутом університету (<https://surl.li/bfqnoc>), «Положенням про організацію освітнього процесу». Методи навчання і викладання відповідають принципам академічної свободи: відповідно до вимог ОП НПП самостійно розробляють РПНД, обирають відповідні методи викладання та оцінювання знань; здобувачі мають право вибору індивідуальної освітньої траєкторії і напряму досліджень, зокрема вибіркових дисциплін, теми самостійних завдань з дисциплін, тему курсової роботи, можуть вільно висловлювати свою думку під час навчальних занять і дискутувати на засіданнях СНТ «Джерело» (<https://surl.li/cosdzi>), брати участь в роботі наукових семінарів і конференцій, публікувати свої наукові напрацювання (<https://surl.li/wlnjeh>). Кожен учасник освітнього процесу має можливість презентувати матеріали власних досліджень на щорічній науковій конференції університету та інших наукових заходах (<https://surl.li/hqeikf>).

Після вивчення кожного ОК проводиться опитування щодо дієвості та зрозумілості форм та методів викладання, застосовуваних викладачем (<https://surl.li/aglhky>, <https://surl.li/idopad>). Результати опитування доводяться до відома завідувача кафедри, викладачів, обговорюються на засіданнях кафедри. Окрім того, здобувачі мають можливість висловлювати свої думки, враження, зауваження під час навчальних занять. Здобувачі можуть також долучатися до роботи колегіальних органів університету, зокрема Вченої ради університету та ради факультету.

Опишіть, яким чином і у які строки учасникам освітнього процесу надається інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів

Освітнім ресурсом ЗВО є офіційний сайт <https://megu.edu.ua/uk>, на якому зосереджена уся інформація стосовно освітньої діяльності. Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних ПРН наведена в ОП Маркетинг (<https://surl.li/lzjlsz>).

Ознайомлення здобувачів першого року навчання з ОП здійснює гарант на початку першого семестру. Про очікувані ПРН у межах кожного ОК на першому занятті інформує викладач, що забезпечує викладання за ОК.

Здобувачі ОП отримують доступ до системи навчання з використанням дистанційних технологій (<http://edu.regi.govno.ua/>). Можливість доступу до платформи MOODLE надається усім учасникам освітнього процесу через реєстрацію, присвоєння відповідного логіну та паролю. Інформація щодо цілей, змісту, очікуваних ПРН, критеріїв оцінювання за ОК наводиться у робочих програмах дисциплін та силабусах. Здобувачі мають повний вільний доступ до навчальних матеріалів, завдань для самостійного вивчення, переліку питань гарантованого рівня контролю знань, рекомендацій щодо організації самостійної роботи.

Викладачі кафедри менеджменту та маркетингу є відкритими до діалогу та співпраці із здобувачами, у випадку запитань надають вичерпну інформацію. Кожен здобувач може отримати індивідуальну консультацію викладача, безпосередньо в університеті, через групи у месенджерах (Viber), де відбувається взаємодія з викладачами, кураторами та деканатом.

Опишіть, яким чином відбувається поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП

Основними формами імплементації дослідницького компоненту в освітньому процесі за ОП є реалізація ОК 21 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність» та ОК 32 «Маркетингові дослідження», виробничих практик, підготовки та захисту курсової роботи. НДР здобувачів вищої освіти полягає у підготовці наукових публікацій під керівництвом викладачів кафедри, участі в науково-практичних конференціях та семінарах (<https://surl.li/mxfcb0>, <https://surl.li/zqymor>, <https://surl.li/kubqge>, <https://surl.li/sxocwz>), тематичних зустрічей (<https://surl.li/gcvwny>, <https://surl.li/vjnxjk>, <https://surl.li/gvpuax>, <https://surl.li/ngyubg>, <https://surl.li/sqeski>, <https://surl.li/veaykq>, <https://surl.li/rfhndug>, <https://surl.li/asrhdw>, <https://surl.li/ozmurh>, <https://surl.li/fijmgz>, <https://surl.li/gyffyu>), у тому числі, із закордонними партнерами (<https://surl.li/lbyayb>), засіданнях СНТ економічного факультету «Джерело» (<https://surl.li/tuzail>, <https://surl.li/dhqvtl>, <https://surl.li/muvrhj>), роботі круглих столів (<https://surl.li/tujxf>).

Зокрема, здобувачки ОП Герба О. та Ярмолка С. взяли участь та здобули призові місця у VII-му Міжнародному конкурсі «Реклама-Фест 2025», організованому ОНЕУ (<https://surl.li/owhnhni>). Здобувачі ОП Ярмолка О., Ярмолка С., Панчук Д., Примак Д., Мельничук А., Корольчук Т., Стрільчук Б., Ольшанська Т. брали участь у роботі I та II-ої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій» (<https://surl.li/bejwyz>, <https://surl.li/udzlxu>). Здобувачі Ярмолка О., Ярмолка С. брали участь у роботі XI-ої Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами» (<https://surl.li/mxfcb0>). Здобувачка ОП Мельничук А. брала участь у роботі VIII-ої Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку території: теорія і практика. Поствоєнне відновлення» (<https://surl.li/juzedb>). Здобувачки Герба О., Кужель В. брали участь у роботі Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки» (<https://surl.li/rdybzh>).

У рамках тижня української культури у Великій Британії за програмою Twinning, реалізованій у співпраці з Університетом Бат Спа (Велика Британія) здобувачі Ярмолка О. та Ярмолка С. взяли участь у конкурсі постерів (<https://surl.li/uncqrf>, <https://surl.li/djbtoj>).

Викладачі кафедри менеджменту та маркетингу сприяють реалізації наукової, інноваційної та іншої творчої діяльності здобувачів за ОП, розкриттю їхнього наукового та творчого потенціалу. Про це свідчить організація студентських науково-практичних конференцій, (<https://surl.li/hujctx>, <https://surl.li/dgzwoj>, <https://surl.li/iafffv>, <https://surl.li/fbzast>), серії наукових заходів з Університетом Бат Спа (<https://surl.li/uxhqwq>, <https://surl.li/hjeqbe>, <https://surl.li/yqeqmj>).

Таке поєднання дозволяє імплементувати в освітній процес наукову складову, отримати практичний досвід виконання наукових досліджень, навички роботи в команді.

Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, яким чином викладачі оновлюють зміст освітніх компонентів на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі

Процедура оновлення змісту ОК за ОП Маркетинг є обов'язковою і контрольованою відповідними університетськими структурними підрозділами та регулюється Положенням про організацію освітнього процесу і Методичними рекомендаціями до складання РПНД. НПП, які забезпечують викладання за ОП Маркетинг здійснюють системний аналіз публікацій з проблем розвитку економіки, менеджменту та маркетингу, готують власні публікації у фахових виданнях та виданнях, що індексуються в наукометричних базах Scopus та WoS (<https://surl.li/euvmkc>). Фундаментальними є монографії та посібники НПП: «Електронний бізнес в Україні: стан, перспективи та проблеми розвитку» (Ліщук Н., Онофрійчук О., Коваль Л.); «Конкуренція на ринку цінних паперів: загрози та регулювання» (Трофімчук М.); «Податкова складова економічної безпеки України» (Гончаров Ю.); «Адаптація системи управління еколого-економічними відносинами до умов інноваційної економіки» (Артюшок К., Гончаров Ю., Артюшок В., Ліщук Н., Онофрійчук О., Шпотюк А.), «Логістика» (Гончаров Ю., Штулер І., Князевич А., Демидюк С., Романов А.), матеріали яких використовуються при формуванні змісту ОК 7, ОК 10, ОК 15, ОК 19, ОК 26, ОК 28, ОК 31.

Зокрема, результати наукового дослідження доц. Трофімчука М. (<https://surl.li/gnzjeo>) використані при формуванні змісту ОК 31 для розкриття можливостей використання інструментів веб-аналітики в аналізі поведінки користувачів, оцінювання ефективності маркетингових каналів та визначення КРІ в електронній комерції. Крім того, знання отримані доц. Трофімчуком М. під час проходження освітнього курсу «Менеджер із цифрового маркетингу» (сертифікат #С0094519094), інтегровані ним у зміст ОК 31 у темах, пов'язаних із формуванням маркетингової стратегії в електронній комерції для пояснення підходів до сегментації клієнтів, моделювання шляху користувача та аналізу поведінки споживачів у цифровому середовищі.

Доц. Шимко О. використала результати проведених наукових досліджень (<https://surl.li/vmerpho>) при формуванні теми 8 ОК18; (<https://surl.li/kbhzmz>, <https://surl.li/chqvfy>) при формуванні теми 8 та теми 6 ОК 23; (<https://surl.li/vfurpu>) теми 5 ОК 9. Матеріали, отримані під час участі доц. Шимко О. в міжнародному проєкті Jean

Monnet «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація» (сертифікат № BSA 462/2024) та круглому столі «Європейські цінності та найкращі практики розвитку міст і територій в напрямку сталого розвитку» (<https://surl.li/hjngpo>, <https://surl.lt/sxsntz>) були використані при формуванні змісту теми 12 ОК 12 та реальних кейсів бізнес-моделей сталого розвитку у контексті розвитку концепції соціально-етичного маркетингу та маркетингу відповідальності.

Матеріали, отримані під час проходження курсу підвищення кваліфікації доц. Демидюком С. (<https://surl.li/skpiqn>) були використані при формуванні змісту ОК 25 шляхом інтеграції маркетингових концепцій у теми, кейси й практичні завдання, орієнтовані на розробку та впровадження маркетингових стратегій у цифровому просторі.

Опишіть, яким чином навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності за освітньою програмою та закладу вищої освіти

Навчання, викладання і наукові дослідження у межах ОП Маркетинг пов'язані зі стратегією інтернаціоналізації (<https://surl.li/bfcrfp>), що регламентуються Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу (<https://surl.li/nflkob>), Положення про підготовку та реалізацію грантових проєктів та програм (<https://surl.li/zhncpd>).

Інтернаціоналізація діяльності у МEGУ відбувається у рамках укладених договорів про співпрацю з іноземними закладами (<https://surl.li/dbnbhp>, <https://surl.cc/ixikmc>). Інтернаціоналізації освітньої діяльності за ОП Маркетинг сприяє:

- активне залучення НПП кафедри до європейського освітнього простору під час проходження міжнародних стажувань у ЗВО Польщі, Угорщині, Великої Британії (<https://surl.li/hqbynv>);
- участь викладачів у роботі міжнародних конференцій (<https://surl.cc/ufobjb>, <https://surl.li/npoedy>, <https://surl.li/ezvaeo>; <https://surl.li/xxaiao>);
- колаборація викладачів ОП з міжнародною спільнотою (<https://surl.li/zpppqw>, <https://surl.lu/irobtr>, <https://surl.li/grptgg>);
- участь здобувачів у зарубіжних проєктах (<https://surl.li/mrghjw>, <https://surl.li/rfycut>, <https://surl.li/jchpdy>, <https://surl.li/myljyn>, <https://surl.li/dmvvvt>, <https://surl.li/lbyayb>, <https://surl.lt/sxsntz>,);
- гостьові лекції, семінари, воркшопи міжнародних партнерів (<https://surl.lt/qbqgwq>, <https://surl.li/bncfha>, <https://surl.li/mdogzh>).

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

Яким чином форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти дають можливість встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компонента та/або освітньої програми в цілому?

Форми контрольних заходів у межах ОП Маркетинг, а також процедури та послідовність їх запровадження у моніторинг якості освітнього процесу у ЗВО регламентуються такими нормативними документами: Положенням про організацію освітнього процесу, Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання (<https://surl.lt/awnkjs>), Положенням щодо організації атестації здобувачів вищої освіти (<https://surl.li/ndotbi>).

Форми контрольних заходів включають поточний та підсумковий контроль. Поточний контроль здійснюється під час семестру для всіх видів навчальних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача до виконання конкретної роботи. Форма проведення поточного контролю під час навчальних занять і система оцінювання рівня знань визначаються робочою програмою відповідного ОК (силабусом). Контроль здійснюється у формі усного, письмового та експрес-опитування, захисту завдань практичної роботи, підготовки презентацій, тестових завдань, віршених кейсів, підготовки проєктів. Організація поточного контролю спрямована на перевірку навчальних досягнень та здатності до вирішення завдань самостійної роботи.

За результатами проходження практик здобувачі готують та захищають підсумкові звіти.

Завдання, що використовуються під час проведення контрольних заходів, є різними за рівнем складності, критерії оцінювання знань за ОК є чіткими та прозорими, що дозволяє оцінити рівень засвоєння теоретичного та практичного матеріалу, рівень оволодіння необхідними компетентностями та досягнення ПРН.

Підсумковий контроль проводиться з метою перевірки досягнення ПРН здобувачами з ОК на окремих його завершених етапах.

Основною формою оцінки знань здобувачів є підсумкове тестування та іспити.

Тестові завдання дозволяють змістовно повно та точно визначити якість засвоєння здобувачами матеріалу в межах курсу та представлені на навчальній платформі MOODLE (<https://edu.regi.rovno.ua/>). Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі іспиту або заліку з ОК в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою, і в терміни, встановлені графіком навчального процесу. Здобувачам пропонується перелік питань гарантованого рівня знань здобувача.

Завершується навчання за ОП атестаційним екзаменом.

Різні форми заходів контролю за ОК ОП дають можливість здійснити комплексну перевірку досягнення результатів навчання. Системний підхід до процедури оцінювання дозволяє виявити у здобувачів досягнуті знання предметної області та вміння ефективного та вільного представлення інформації.

Яким чином забезпечуються чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти?

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів ВО забезпечується шляхом відображення відповідної інформації в робочій програмі ОК та силабусі. Структура та наповненість РП ОК регламентується Методичними рекомендаціями до складання робочих програм навчальних дисциплін (<https://surl.li/aknxhu>). Форми контрольних заходів та критерії оцінювання описано в Положенні про організацію освітнього процесу, Положенні про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання (<https://surl.lt/awnkjs>). Оцінювання навчальних досягнень здобувачів за кількісними критеріями здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано, не зараховано); 100-бальною шкалою та шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F). Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів ВО є чіткими, зрозумілими, дають можливість встановити досягнення здобувачем ПРН для окремого ОК та ОП в цілому, а також оприлюднюються заздалегідь. Викладач на початку семестру щодо кожного ОК роз'яснює форми контрольних заходів та критерії їх оцінювання, планування та специфіку проведення різних форм контролю. До відома кожного здобувача обов'язково доводиться кількість балів, набраних при поточному контролі у різних його формах. Результати опитувань здобувачів освіти щодо організації за ОП контрольних процедур та заходів представлено на сайті (<https://surl.li/xoypov>, <https://surl.lt/sghsno>).

Яким чином і у які строки інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводяться до здобувачів вищої освіти?

Для здобувачів вищої освіти МЕГУ інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання є доступною. Процедура попереднього і своєчасного інформування здобувачів ОП Маркетинг про форми контрольних заходів та критерії оцінювання регламентована нормативними документами університету (Положення про організацію освітнього процесу, Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання). Інформацію про підсумковий семестровий контроль та форму атестації здобувачі освіти отримують під час ознайомлення з ОП на сайті ЗВО (<https://surl.li/ilaunn>), графіками освітнього процесу, а також з навчальної платформи MOODLE (<https://edu.regi.rovno.ua/>). Викладач, що забезпечує ОК на ОП Маркетинг на першому занятті ознайомлює здобувачів вищої освіти з графіком вивчення дисципліни, переліком контрольних заходів та критеріями оцінювання. Перед початком проведення контрольних заходів проводиться опитування щодо зрозумілості критеріїв оцінювання та, за необхідності, надається додаткове роз'яснення викладачем конкретної дисципліни. Індивідуальний план здобувача ВО, який щорічно корегує індивідуальну траєкторію навчання, містить інформацію про форми контролю. Оцінювання результатів навчання здійснюється на принципах об'єктивності, відкритості, прозорості, доступності та зрозумілості методики оцінювання, урахування індивідуальних можливостей здобувача.

Яким чином форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності)? Продемонструйте, що результати навчання підтверджуються результатами єдиного державного кваліфікаційного іспиту за спеціальностями, за якими він запроваджений

За ОП передбачено проведення атестації у формі атестаційного екзамену. Це відповідає вимогам стандарту ВО за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://surl.lt/efhjdtd>), яким передбачено можливість підсумкової атестації у формі атестаційного екзамену. Допуск до атестації осіб, які навчаються у ЗВО, надається на основі аналізу успішності навчання, оцінювання відповідності навчальних результатів ПРН, що передбачені ОП, та рівня сформованості компетентностей здобувачів. Атестація відбувається відкрито і гласно. Програма екзамену укладена на основі ОП, де впорядковано та регламентовано методики, що призначені для кількісного та якісного оцінювання рівня сформованості знань, умінь та навичок, професійної компетентності здобувачів освітнього рівня бакалавр за даною спеціальністю. Атестація здобувачів, що здобувають ступінь ВО «Бакалавр» здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої включені представники стейкхолдерів. Порядок формування і діяльності екзаменаційної комісії визначається Положенням щодо організації атестації здобувачів вищої освіти (<https://surl.li/ndotbi>) Так, у 2025-2026 н.р. головою комісії підсумкової атестації здобувачів спеціальності 075 Маркетинг за ОП Маркетинг планується залучити Гордійчука Олександра, директора ТзОВ «ІН-БЕГ».

Яким документом ЗВО регулюється процедура проведення контрольних заходів? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?

Процедура проведення контрольних заходів регулюється розробленими у ЗВО нормативними документами: Положенням про організацію освітнього процесу, Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання, Положенням щодо організації атестації здобувачів вищої освіти, Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Усі зазначені документи наявні у вільному доступі та розміщені на сайті МЕГУ у вкладці Нормативні документи (<https://www.megu.edu.ua/uk/normativni-dokumenti>). Інформація щодо змісту та календарних меж реалізації контрольних заходів є публічною і своєчасно доводиться до відома усіх учасників освітнього процесу у формі їх усного інформування та розміщення відповідних оголошень на інформаційних стендах структурних підрозділів ЗВО та оприлюднюється на офіційному сайті. Критерії оцінювання, контрольні заходи та результати навчання деталізовані в описі ОП Маркетинг. У робочих програмах (силабусах) ОК наявна шкала оцінювання навчальних досягнень здобувачів ВО.

Під час прийняття рішення щодо введення в дію будь-яких змін до правил оцінювання чи до освітніх програм, терміни запровадження таких змін, а також поширення їх на осіб, які вже навчаються за ОП, погоджуються з органами студентського самоврядування.

Яким чином процедури проведення контрольних заходів забезпечують об'єктивність екзаменаторів? Якими є процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів? Наведіть приклади застосування відповідних процедур на ОП

Об'єктивність НПП при здійсненні процедур контролю за ОП Маркетинг забезпечується проведенням письмових іспитів або тестових процедур.

Основні процедури запобігання конфлікту інтересів визначені в університеті Наказом ректора про затвердження «Порядку розгляду скарг здобувачів освіти» (<https://surl.lu/bjlxue>), Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання, Положенням щодо організації атестації здобувачів (<https://surl.li/ndotbi>), Кодексом академічної доброчесності (<https://surl.li/orphto>).

Об'єктивність екзаменаторів забезпечується: рівними умовами для всіх здобувачів (тривалість контрольного заходу, його зміст та кількість завдань, механізм підрахунку результатів тощо) та відкритістю інформації про ці умови, єдиними критеріями оцінки, оприлюдненням строків проведення контрольних заходів, можливістю застосування комп'ютерного тестування знань у системі MOODLE. Зазначені вище процедури сприяють усуненню конфлікту інтересів та забезпечують об'єктивність екзаменаторів.

Опитування здобувачів ОП Маркетинг (<https://surl.li/sizjkn>) та діяльність органів студентського самоврядування забезпечують належний зворотній зв'язок щодо об'єктивності екзаменаторів та врегулювання конфліктних ситуацій. Наразі конфліктних ситуацій не зафіксовано. Більше того, за результатами опитування (<https://surl.li/ghsdnw>) 93% здобувачів визнали об'єктивними оцінки заліково-екзаменаційної сесії.

Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок повторного проходження контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП

Процедури ЗВО, що урегулюють порядок повторного проходження контрольних заходів, регламентовані Положенням про організацію освітнього процесу та Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання. Повторне складання іспиту чи заліку є можливим у випадку отримання незадовільних оцінок. Здобувач освіти має право на ліквідацію академічної заборгованості протягом двох тижнів наступного семестру або навчального року. Ліквідацію академічних заборгованостей організовує та контролює деканат факультету. Графіки ліквідації академічних заборгованостей, затверджені деканом факультету, оприлюднюються на інформаційних стендах до початку наступного семестру.

Повторне складання іспитів допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачу, другий – комісії, яка створюється деканом факультету. До складу такої комісії викладач, який приймав іспит (залік), як правило, не включається.

Перескладання іспиту з метою підвищення оцінки допускається з дозволу ректора у виняткових випадках за потреби перескладання здобувачем не більше двох іспитів або заліків з метою отримання диплому з відзнакою. Дозвіл надають за особистою заявою здобувача, погодженою з деканом та керівником органу студентського самоврядування.

Можливість та процедури повторного проходження поточних контрольних заходів у процесі викладання дисциплін визначаються викладачем.

Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП

Можливість оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів регламентовано розробленими у МЕГУ Положенням про організацію освітнього процесу, Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання, Положенням щодо організації атестації здобувачів вищої освіти (<https://surl.li/ndotbi>). Процедури ЗВО урегулюють порядок оскарження результатів контрольних заходів наступним чином: заява подається особисто здобувачем освіти в день оголошення результатів підсумкового оцінювання декану факультету, на якому навчається здобувач. Заяву здобувача візує декан факультету, розглядає проректор з навчально-методичної роботи. Апеляційна заява має бути розглянута на засіданні апеляційної комісії не пізніше наступного робочого дня після її подання. Здобувач вищої освіти має право бути присутнім на засіданні апеляційної комісії. Апеляційна комісія створюється за наказом ректора. Упродовж періоду реалізації ОП Маркетинг випадків оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів серед здобувачів ОП не було.

Які документи ЗВО містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності?

У МЕГУ визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, яких послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації ОП. Дотримання академічної доброчесності регламентовано Положенням про організацію освітнього процесу (п.10.7.; п.11.6 <https://surl.lt/earnmr>), Положенням про протидію плагіату в університеті (<https://surl.li/vhvhhi>), Кодексом академічної доброчесності (<https://surl.li/ujpyjp>), Політикою використання штучного інтелекту в освітньому процесі та науковій діяльності (<https://surl.li/anzsxo>). Популяризація академічної доброчесності здійснюється шляхом інформування здобувачем про необхідність дотримання правил академічної доброчесності та норм цитування. У ЗВО постійно проводяться заходи зі здобувачами та НПП щодо необхідності дотримання принципів академічної доброчесності: круглий стіл «Академічна доброчесність: виклики сучасного освітньо-наукового простору» (<https://surl.li/qgwrjg>); гостьова лекція з проблем академічної доброчесності (<https://surl.li/hxsgog>); бінарна лекція

про протидію плагіату в наукових дослідженнях (<https://surl.li/zzqmfw>); науково-практичний семінар «Академічна доброчесність: проблеми реалізації та відповідальність» (<https://surl.li/ibuxpw>); круглий стіл (онлайн) на тему: «Наукова робота як шлях до професійного зростання у закладах вищої освіти» (<https://surl.li/ndyitq>); круглий стіл: «Культура академічної доброчесності у ЗВО» (<https://surl.li/nvpgfn>) та інші заходи (<https://surl.li/escuqy>).

Які технологічні рішення використовуються на ОП як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності? Вкажіть посилання на репозиторій ЗВО, що містить кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти ОП

Програмно-технічні засоби перевірки на наявність академічного плагіату є допоміжним засобом виявлення фактів та обсягу неправомірних запозичень. Їх використання регламентовано Положенням про протидію плагіату в університеті (<https://surl.li/vhvhhi>). Безпосередньо перевірку матеріалів, зазначених у п. 3.4. Положення, за дорученням керівників підрозділів здійснюють висококваліфіковані співробітники. Результат перевірки на наявність текстових збігів генерується засобами програмного комплексу StrikePlagiarism.com. Опрацювання поданих на перевірку робіт проводиться як із використанням внутрішньої університетської бази даних, так і за відкритими ресурсами в мережі Інтернет. Оплату за надані послуги здійснює університет. Під час прийняття остаточного рішення щодо допуску роботи враховується специфіка роботи, що перевіряється на наявність академічного плагіату, вид роботи (стаття, курсова робота, кваліфікаційна робота, монографія, підручник, дисертація тощо) та її унікальність. Наразі, результат перевірки формалізується у довідці, що є невід'ємною частиною оригіналу, яка генерується засобами програмного комплексу StrikePlagiarism.com.

Випускники за даною ОП відсутні. ОП Маркетинг передбачає проведення підсумкової атестації у формі атестаційного екзамену, підготовка та захист кваліфікаційних робіт не здійснюється.

Яким чином ЗВО популяризує академічну доброчесність серед здобувачів вищої освіти ОП?

ЗВО популяризує академічну доброчесність серед здобувачів через планомірну і послідовну імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості освітнього процесу. Відбувається знайомство з принципами академічної доброчесності на аудиторних заняттях, засіданнях СНТ, семінарах, де інформують про правила цитування, знайомлять з методичними рекомендаціями написання наукових робіт. Здобувачі ВО мають можливість ознайомитися з Положенням про протидію плагіату в університеті (<https://surl.li/vhvhhi>), Кодексом академічної доброчесності (<https://surl.li/ujrujr>), Політикою використання штучного інтелекту в освітньому процесі та науковій діяльності (<https://surl.li/anzsxo>).

ЗВО проводить семінари для НПП та здобувачів освіти щодо важливості академічної доброчесності. В ОП Маркетинг наявний ОК 21 «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність», у межах якого передбачено розгляд відповідних проблем. Для здобувачів ОП постійно проводяться відповідні заходи: круглі столи (<https://surl.li/qgwtgj>), (<https://surl.li/uiucgl>); тематичні гостьові та бінарні лекції (<https://surl.li/hxsgog>), (<https://surl.li/yjwgdn>); науково-практичні семінари (<https://surl.li/anpspl>), (<https://surl.li/gzsudo>); онлайн-олімпіад (<https://surl.li/zknfuh>), (<https://surl.li/bqvdlg>).

Особлива увага приділяється дотриманню принципів самостійності, коректному використанню інформації з усіх видів джерел для запобігання плагіату, правильності оформлення посилань та прямого цитування (<https://surl.li/pyrszx>).

Яким чином ЗВО реагує на порушення академічної доброчесності? Наведіть приклади відповідних ситуацій щодо здобувачів вищої освіти відповідної ОП

У відповідності до Положення про організацію освітнього процесу, п. 10.7.3 (<https://surl.li/earnmr>) за порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з університету; позбавлення наданих університетом пільг з оплати навчання; інші додаткові та деталізовані види академічної відповідальності здобувачів освіти за конкретні порушення академічної доброчесності визначаються спеціальними нормативними актами, які погоджується із органами самоврядування здобувачів освіти.

На ОП Маркетинг не було випадків порушень академічної доброчесності.

6. Людські ресурси

Продемонструйте, що 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

Усі НПП, залучені до реалізації ОП Маркетинг, відповідають вимогам ліцензійних умов (п. 38), мають не менше 4 пунктів, що підтверджують їх досягнення у професійній діяльності. До реалізації ОП залучені викладачі кафедри менеджменту та маркетингу (Гончаров Ю., Шимко О., Демидюк С., Романов А., Артюшок В., Трофімчук М., Калінін О., Гончар В.); кафедри економіки та фінансів (Артюшок К., Коваль Л., Онофрійчук О., Ліщук Н.В.); кафедри іноземних мов (Кочмар Д.), кафедри цивільно-правових дисциплін (Дума В.); кафедри кримінально-правових та адміністративно-правових дисциплін (Деревянко Н.); кафедри соціальних комунікацій (Климюк В., Смуєв А.); кафедри психології (Яцюрик А.); кафедри української мови та літератури (Груба Т.); кафедри історії, теорії держави і

права та філософії (Смаль І., Старжець В.); кафедри інформаційних систем та обчислювальних методів (Юскович-Жуковська В.); кафедри математичного моделювання (Ясінський А., Близнюк С.).

Кваліфікаційні характеристики викладачів ОП деталізовано у таблиці 2, а також на сторінках відповідних кафедр. Позитивною рисою усіх викладачів ОП є наявність у них практичного досвіду управлінської (Гончаров Ю., Онофрійчук О., Шимко О.), підприємницької (Трофімчук М., Романов А., Коваль Л., Онофрійчук О.) та виробничої (Гончаров Ю., Коваль Л.) діяльності, а також постійне вивчення і застосування ними в освітньому процесі за ОП сучасних підходів і практик викладання й наукової роботи.

Приклади відповідності освітньої кваліфікації викладача освітньому компоненту:

ОК 7 та ОК 31 забезпечує доц. Трофімчук М., к.е.н., тема дисертації: «Регулювання конкурентних відносин на ринку цінних паперів України». Автор 17 публікацій з проблем економічної статистики та електронної комерції за минулі 5 років. Член ГО «Спілка економістів України». Стажування у WASE w Środzie Włkr. (Польща), 2024 р. (6 кр. ECTS).

Підвищення кваліфікації International Professional Development Programme «Leadership Program» в університеті Бат Спа (Великобританія), 2024 р., (6кр. ECTS).

ОК 9, ОК 12, ОК 18 та ОК 23 забезпечує доц. Шимко О., к.е.н., 08.07.05 – «Економіка торгівлі та послуг». Автор 22 публікацій з проблем маркетингу, поведінки споживача, політики розподілу за минулі 5 років. Членкиня Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (свідоцтво № 1367). Підвищення кваліфікації: ННІ проєктів та підвищення кваліфікації Полтавського університету економіки і торгівлі за програмою акредитованої спеціальності 075 Маркетинг (6 кр. ECTS).

ОК 8, ОК 22, та ОК 25 забезпечує доц. Демидюк С., к.е.н., доц., магістр з маркетингу. Автор 30 публікацій з проблем маркетингових комунікацій, цифрового маркетингу за минулі 5 років. Член ГО «Спілка економістів України». Співавтор навчального посібника «Логістика», монографій «Zarządzanie personelem przedsiębiorstw produkcyjnych w oparciu o dominanty społeczno-psychologiczne», та «Zarządzanie cyklem życia przedsiębiorstwa na podstawie rozwoju innowacyjnego».

Продемонструйте, що процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються

Порядок конкурсного добору, обрання осіб на вакантні посади, заміщення вакантних посад НПП визначається законодавством України, Статутом Університету (<https://surl.li/cvmfyu>), Положенням про організацію освітнього процесу (<https://surl.lt/earnmr>), Положенням про порядок проведення конкурсного відбору на заміщення вакантних посад (<https://surl.lu/bilsjk>) і Порядком прийому та переведення на вакантні посади науково-педагогічних працівників університету (<https://surl.li/ztmjrf>). Процедура добору є публічною і прозорою. Академічна та професійна кваліфікації викладачів забезпечує досягнення визначених ОП цілей та ПРН. Конкурсний добір викладачів на ОП відбувається на основі врахування професійних вимог: відповідності диплому потенційного претендента даній ОП та ОК, наявності вченого звання та наукового ступеня; досвіду науково-педагогічної або практичної діяльності; наявності підручників, посібників, навчально-методичних комплексів; наявності наукових публікацій у фахових виданнях України або періодичних наукових виданнях інших держав, осіб, які регулярно підвищують кваліфікацію в українських, зарубіжних ЗВО; участі у професійних об'єднаннях та громадських організаціях. У подальшому проходженні конкурсу враховуються результати викладача за рейтингом наукової діяльності, результати опитування здобувачів вищої освіти, відповідність ліцензійним вимогам, участь викладача у процесі забезпечення якості вищої освіти. Кандидатури претендентів попередньо обговорюються на засіданні кафедр в їх присутності.

Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином заклад вищої освіти залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу

Під час здійснення освітньої діяльності, ЗВО залучає роботодавців до реалізації освітнього процесу шляхом укладання угод про співпрацю, а також проведення гостьових лекцій, майстер класів, бінарних лекцій, семінарів. Серед запрошених практики-професіонали, представники бізнес структур, державних органів, ГО, ЗВО, зокрема: ТОВ «МВКОМ» (<https://surl.li/gvpuax>), SMOKOKO LTD (<https://surl.li/ngyubg>), НБУ (<https://surl.li/sqcski>), ТОВ «Ю-КОНТРОЛ» (<https://surl.li/veaykq>), маркетингова агенція A SEOTM Digital Agency (<https://surl.li/rfhduj>) ПП «Домова служба» (<https://surl.li/asrhdw>); іноземні ЗВО (<https://surl.li/ozmurh>), Незалежна медіа профспілки України (<https://surl.li/fijmgz>), Громадянська мережа «Опора» (<https://surl.lu/gyffyu>), Обласний центр зайнятості (<https://surl.li/hljczr>), ПП «Модена» (<https://surl.lt/lbuzlr>); ТОВ «СМАРТ ПІПЛІ ГРУП» (<https://surl.lt/bapvcw>). Інформація про проведені заходи розміщується на сторінці новин факультету (<https://surl.li/iftlgh>) та Центру фахових студій (<https://surl.li/ymbiak>). Залучення роботодавців відбувалось на етапі започаткування ОП (протокол № 8 від 23.03.2022 р.) та під час переглядів (протокол №7 від 11.03.2024, протокол №8 від 10.04.2025).

Співзасновник HANDMADE-HUB UA (<https://handmade-hub.ua/>) Микола Серветник залучений до проведення практичних занять за ОК 22.

Університетом укладені договори про співробітництво з потенційними роботодавцями, на базах яких здобувачі вищої освіти проходять практики (<https://surl.li/ehparq>).

Яким чином ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів ОП? Наведіть конкретні приклади такого сприяння

Стратегія ЗВО ставить за мету реалізацію системи професійного розвитку викладачів ОП, яка передбачає реалізацію заходів: відкритих занять, навчально-методичних тренінгів (<https://surl.lu/iziicc>, <https://surl.li/hrepxv>, <https://surl.lu/auyfor>, <https://surl.li/texsqc>, <https://surl.li/gydeon>, <https://surl.li/rehmsr>), круглих столів, мета яких сприяти професійному розвитку викладачів (<https://surl.lu/xfgcul>, <https://surl.lu/oxlwgw>, <https://surl.lu/gyzpmr>,

<https://surl.li/jlskiw>). Викладачі, члени робочої групи, а також ті, що забезпечують викладання за ОП, за сприяння університету здійснили підвищення кваліфікації у закордонних ЗВО-партнерах WASE (Польща) (Артюшок К., Кочмар Д., Ліщук Н., Коваль Л., Онофрійчук О., Гончаров Ю., Трофімчук М.); брали участь у International Programme «Leadership Programm» університету Бат Спа (Великобританія) (Артюшок К., Артюшок В., Ліщук Н., Онофрійчук О., Трофімчук М.) та міжнародній грантовій програмі імені Лейна Кіркланда на базі Uniwersytet Jagielloński w Krakowie (Романов А.), що підтверджено відповідними сертифікатами (<https://surl.li/emthcg>, <https://surl.li/tatcob>). Керівництво ЗВО сприяє матеріальними чинниками виконанню дисертаційних досліджень та виданню монографій (<https://surl.li/ndatuw>), публікацій у журналах, що належать до наукометричних баз, міжнародній мобільності (<https://surl.li/chgign>, <https://surl.li/xymhhv>, <https://surl.li/qpumzv>, <https://surl.li/lrvjrg>) та участі в міжнародних заходах (<https://surl.li/rpkigk>, <https://surl.lu/jjcgssr>, <https://surl.li/gquuba>).

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

Система заходів стимулювання викладацької майстерності НПП МЕГУ передбачає матеріальне та моральне заохочення (грамоти, подяки) і регламентується нормативно-правовою базою Університету (Статут університету п. 12.12 <https://surl.li/cvmfyu>).

Науково-педагогічні працівники ОП Маркетинг нагороджені Почесними грамотами та подяками МЕГУ імені академіка Степана Дем'янчука – Демидюк С., Шимко О., Артюшок В., Коваль Л., Артюшок К., Гончаров Ю., Онофрійчук О., Трофімчук М., Ліщук Н., Романов А., Кочмар Д., Яцюрик А., Близнюк С., Груба Т., Климюк В., Деревянко Н. Почесними грамотами Рівненської ОДА та Рівненської обласної і міської рад нагороджені Демидюк С., Коваль Л., Гончаров Ю., Онофрійчук О., Трофімчук М., Ліщук Н., Романов А. Кочмар Д., Артюшок В., Артюшок К., Груба Т., Климюк В., Деревянко Н.; почесною грамотою Національної академії педагогічних наук України нагороджена Коваль Л., почесною грамотою Адміністрації президента України та Офісу президента – Онофрійчук О., почесною грамотою МОН – Артюшок В.С. (<https://surl.li/emthcg>, <https://surl.li/tatcob>).

За підтримки ректорату організуються регулярні поїздки НПП до Карпат (<https://surl.li/fpkwfv>, <https://surl.li/pekfdi>, <https://surl.li/qvtirm>, <https://surl.li/dbgmgh>, <https://surl.li/wadtvc>).

При наявності фінансових можливостей ректор університету наказом встановлює надбавки та премії за високі досягнення у праці та допомогу на оздоровлення. ЗВО забезпечує морально-фінансову підтримку викладачів відповідно до потреби.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Продемонструйте, яким чином навчально-методичне забезпечення, фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення, обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) ОП забезпечують досягнення визначених ОП мети та програмних результатів навчання

ЗВО, діючи на принципах самоокупності, здійснює фінансування витрат за ОП у обсязі достатньому для досягнення цілей та очікуваних ПРН. Інфраструктура (навчальні корпуси, бібліотека, спорткомплекс, гуртожитки), обладнання (мультимедійні засоби, комп'ютери, оргтехніка), НМЗ за кількістю та якістю відповідають ліцензійним вимогам. НПП та здобувачі мають постійний і гарантований безоплатний доступ до бібліотечних (паперових та електронних) джерел інформації. Здійснюється передплата періодичних видань. Забезпечено вільний доступ до освітніх порталів (<https://surl.li/njmdwh>). Бібліотека ЗВО має доступ до: Science Direct, Web of Science, Scopus, Oxford academic, Cambridge University Press, Research Gate, National Library of Medicine, Наукова періодика України, Національний репозитарій академічних текстів. Науково-методичний збірок НПП розміщено як цифрову копію в Інституційному репозитарії. Увесь бібліотечний фонд відображено в електронному каталозі «УФД «Бібліотека», розміщено на головній сторінці сайту ЗВО, що дає змогу відвідувачам самостійно перевіряти наявність літератури. Найновіші видання розміщені у галузевих читальних залах згідно з ОК ОП.

З 2020 р. навчання здійснювалося за змішаною формою із використанням онлайн-сервісів GSuite, які надає компанія «ТЕКСВІТ ГЕНГ». Доступ до платформи GOOGLE-MEET через GOOGLE календар та акаунти електронної корпоративної пошти. Під час воєнного стану навчання відбувається з використанням можливостей платформи GOOGLE-MEET та MOODLE.

Продемонструйте, яким чином 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

Доступ НПП та здобувачів ОП Маркетинг до необхідної інфраструктури забезпечується наявністю відповідних матеріально-технічних ресурсів ЗВО: навчально-методичні матеріали, фонди бібліотеки (<https://surl.li/qujznr>); <https://surl.li/bcrzpr>), освітні Інтернет ресурси (<https://surl.li/bmfqh>), доступ до українських наукових журналів у Scopus та Web of Science (<https://surl.li/fnzqwq>), платформа дистанційного навчання ЗВО (<https://edu.regi.rovno.ua>). Можливість розвитку здобувачів ОП, як науковців, забезпечується роботою студентського наукового товариства ЗВО (<http://surl.li/jjeuyxg>) та роботою студентського наукового товариства економічного факультету «Джерело» (<https://surl.lu/niadze>). Для заняття фізичною культурою і спортом НПП і здобувачі ОП мають доступ до спортивно-оздоровчого комплексу імені В.І. Завацького, оснащеного сучасним спортивним знаряддям (<https://surl.li/hhjzgj>). Викладацький колектив залучений до забезпечення комфортних і сприятливих умов не лише навчальної, але й поза навчальної складової освітнього середовища, в якому формується особистість (організація дозвілля в Центрі естетичного та громадянського виховання студентської молоді: студентський турклуб «Paradise MEGU» (<https://surl.li/skvrpsd>), спортивні секції, мистецькі колективи: «Народний студентський театр Бриз», Ансамбль народної пісні і танцю «Зорецвіт» (<https://surl.li/sxwtrmn>). «Школа лідера» (<https://surl.li/faugvw>), Асоціація

випускників університету (<https://surl.li/uwkpqc>).

Опишіть, яким чином 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

Задоволення потреб та інтересів здобувачів ОП, створення безпечного освітнього середовища для їх життя та здоров'я є одним із основних пріоритетів соціальної стратегії ЗВО, який реалізовано дотриманням норм технічної безпеки. Умова безпечності досягається через систему профілактичних заходів, які стосуються своєчасного поінформування здобувачів про правила здорового життя, поведінки у соціумі, надання першої медичної допомоги та поведінки в умовах воєнного стану відповідно до Наказу № 031/88-ОД «Про введення в дію інструкції з безпеки життєдіяльності». ЗВО обладнано системою оповіщення, у разі повітряної тривоги здобувачі та НПП переходять у бомбосховище. Працює медичний пункт. Здійснюється систематичний контроль за санітарним станом гуртожитків, кафе. Діють спортивні секції (<https://surl.li/sufkyb>).

Навчання відбувається у змішаному форматі з оптимальним використанням аудиторних занять і платформ GOOGLE-MEET та MOODLE. Проведено лекторії та інструктажі з актуальної безпекової тематики (<https://cutt.ly/4rt1m3Q8>, <https://cutt.ly/Zrt1Wabj>). Психологічною службою проводяться лекторії з навчально-профілактичною метою: (<https://surl.li/vrrghf>, <https://surl.li/vronnk>, <https://cutt.ly/wrt1QidG>, <https://cutt.ly/vrt1Qzll>, <https://cutt.ly/prt1QEMG>, <https://cutt.ly/5rt1QSnM>, <https://cutt.ly/5rt1QXhh>). Навчальний рік розпочинається тематичними лекціями (<https://surl.li/izpoeu>, <https://cutt.ly/hrt1Eff6>, <https://surl.li/sqiytr>).

Опишіть, яким чином 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.

ЗВО створює і забезпечує механізми різнобічної освітньої та організаційної підтримки здобувачів під час навчання, які передбачають здійснення різних процедур і заходів.

У ЗВО функціонує система інформаційної підтримки студентів, у тому числі забезпечення можливості для отримання необхідної інформації у зручний для себе спосіб – через сайт ЗВО (<https://megu.edu.ua/uk>), на сторінках у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Tik-Tok), дистанційна платформа Moodle (<https://edu.regi.rovno.ua/>), Google-календар (<https://surl.li/uhtjyn>), з використанням додатків Viber, Whatsapp тощо. Інформаційна підтримка також здійснюється і через діяльність бібліотеки, яка використовує АБІС «УФД» та інституційний репозитарій (<https://www.megu.edu.ua/uk/biblioteka>, <https://dspace.megu.edu.ua:8443/jspui/>).

У ЗВО здійснюється соціальний супровід здобувачів, зокрема до послуг здобувачів вищої освіти спортивно-оздоровчий комплекс (<https://cutt.ly/tTQTG4x>), туристичний клуб МЕГУ (<https://cutt.ly/kTQTLCa>), студентська каплиця (<https://cutt.ly/OTQT5kY>), музей миру (<https://cutt.ly/STQTM6r>), зоологічний музей (<https://surl.li/hskpcz>), студентська газета «Сьомий поверх» (<https://cutt.ly/1TQYrWx>), студентська радіостудія RadioMEGU (<https://surl.li/xknjis>), відеостудія та Телевізійна служба МЕГУ (<https://surl.li/jxaxvf>, <https://surl.li/rkicmm>), електронна скринька довіри (<https://cutt.ly/1TQYiKF>) тощо.

Консультативну та соціальну підтримку здобувачам ВО надає психологічна служба (<https://cutt.ly/aTQRrjG>), юридична клініка «Ренесанс» (<https://cutt.ly/4VnBPbk>) працюють органи студентського самоврядування (<https://cutt.ly/LTQYxov>) та батьківський комітет. Колектив ЗВО та органи студентського самоврядування постійно надають матеріальну підтримку здобувачам, які потребують особливої уваги, наприклад, важкохворим, особам з інвалідністю, дітям, які втратили батьків у період навчання.

Функції підтримки здобувачів ОП виконують також підрозділи економічного факультету, відповідальні за реалізацію освітньої програми (деканат, кафедри).

За даними опитування проведеного серед студентів ОП щодо задоволеності механізмами освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки, можна зробити висновок про їх належний рівень (<https://surl.li/rnekoh>).

З початку війни ректоратом та професорсько-викладацьким складом ЗВО здійснюється постійна підтримка здобувачів та випускників військовослужбовців ЗСУ. Діє Волонтерський штаб МЕГУ (<https://surl.li/masxsp>, <https://surl.li/zrpusj>, <https://cutt.ly/bBNLh1B>; <https://cutt.ly/VBNLvbi>). Функціонує Центр соціальних ініціатив і волонтерства «Доброчин» (<https://surl.li/hjaftr>, <https://surl.li/roqfvp>, <https://surl.li/igmomr>).

Яким чином ЗВО створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами? Наведіть посилання на конкретні приклади створення таких умов на ОП (якщо такі були)

Заклад ВО створює достатні умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами. Відповідна вимога регламентована Положенням про організацію освітнього процесу де, зокрема, визначено, що університет забезпечує учасникам освітнього процесу (у тому числі іноземним студентам та студентам із особливими потребами) безперешкодний доступ до навчально-методичного забезпечення, бібліотечних ресурсів, наукометричних баз даних, надання їм фахової консультаційної підтримки, а також Положенням про порядок супроводу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення (<https://surl.li/tzxtyr>).

Для реалізації цих умов запроваджена система конструктивних (пандуси, збільшені проходи, безпорогові дверні блоки) та організаційних (супровід та допомога) рішень для таких осіб (<https://surl.li/pwtsqm>). Проводяться відповідні заняття з лікувальної фізкультури; діє кабінет психологічної допомоги; діє дистанційна платформа Moodle (<https://edu.regi.rovno.ua>), на порталі якої з усіх предметів ОП створені дистанційні курси, з яких здобувачі отримують інформаційні матеріали, методичні вказівки до практичних занять, завдання на самостійну роботу, можуть проходити тестування.

Наразі на ОП Маркетинг не навчаються особи з особливими освітніми потребами.

Продемонструйте наявність унормованих антикорупційних політик, процедур 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

Політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (зокрема щодо сексуальних домагань, дискримінації та корупції) регулюють окремі структурні підрозділи МЕГУ та низка нормативних документів, зокрема: Наказ про затвердження порядку розгляду скарг здобувачів освіти (<https://surl.lt/cxrief>), Положення «Про політику попередження і боротьбу із сексуальними домаганнями у ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (<https://surl.li/tzjkcs>). У своїй діяльності університет дотримується Конституції України, Законів України, законодавства України у сфері забезпечення гендерної рівності та протидії дискримінації. Розгляд звернень, скарг і заяв, що надходять до адміністрації та керівників підрозділів університету, відбувається відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації», Закону України «Про звернення громадян».

Волонтерами Психологічної служби проводиться анкетування здобувачів щодо наявності булінгу у студентському середовищі. Результати опитувань доводяться до відома деканів факультетів та завідувачів кафедр. Ефективні пропедевтичні заходи попередження конфліктних ситуацій в студентських колективах здійснюють куратори навчальних груп. Студентська рада відстежує соціально-психологічний стан у колективах студентів та приймає рішення, що узгоджуються із Статутом студентського самоврядування (<https://surl.li/zzkjlv>). Саме органи студентського самоврядування забезпечують ефективне інформування з метою попередження корупції та інших порушень. Формалізувати запит про виникнення в будь-якому колективі конфліктної ситуації всі учасники освітнього процесу можуть різними каналами, зокрема, через особисте письмове звернення до керівників університету та його структурних підрозділів. На сайті університету відкрито посилання «Скринька довіри», що працює у форматі зворотного зв'язку (<https://surl.li/zgmqam>). Звернення автоматично надсилається на електронну пошту адміністрації університету. Конфлікти розглядаються після надходження підписаного звернення із контактами для можливості зворотного зв'язку. Факти перевіряє спеціально створена комісія, після чого приймається рішення відповідно до нормативно правової бази. Адміністрація ЗВО, виховний відділ, Психологічна служба, куратори академічних груп проводять внутрішні інформаційні та просвітницькі заходи щодо попередження корупційних проявів та будь-яких правопорушень (<https://surl.li/mwprct>, <https://surl.li/uuhqas>, <https://surl.li/cc/npundl>, <https://surl.li/vpwaai>, <https://surl.li/hflruc>, <https://surl.li/ikodqm>). Під час реалізації ОП Маркетинг випадків конфліктних ситуацій не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

Яким документом ЗВО регулюються процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП? Наведіть посилання на цей документ, оприлюднений у відкритому доступі на своєму вебсайті

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм у ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» регулюються Законом України «Про вищу освіту» (<https://cutt.ly/rBoRsHr>) та нормативними документами ЗВО: Положенням про організацію освітнього процесу в університеті (<https://surl.li/earnmr>), Положенням про формування, затвердження та оновлення освітніх програм (<https://surl.li/ivoagc>), Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<https://surl.li/baieti>).

Кафедра менеджменту та маркетингу при здійсненні освітньої діяльності за ОП Маркетинг керується не лише вимогами внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти (<https://surl.li/ldiqem>), а намагаючись, відповідати європейським стандартам якості освіти (<https://surl.li/xohahd>), постійно враховує рекомендації Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти щодо процедур обговорення змісту ОП, логіки викладання, змісту освітніх компонент з метою їх відповідності сучасним викликам ринку праці.

Яким чином та з якою періодичністю відбувається перегляд ОП? Які зміни були внесені до ОП за результатами останнього перегляду, чим вони були обґрунтовані?

Процедури моніторингу та періодичного перегляду ОП в університеті регулюються п. 3.14 Положення про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/earnmr>). ОП підлягає локальному та загально університетському моніторингу. Результати локального моніторингу обговорюються щорічно на засіданнях кафедри, раді факультету та науково-методичній комісії університету. Постійний локальний моніторинг ОП здійснює гарант програми та робоча група з її розробки із залученням представників роботодавців, студентського самоврядування та академічної спільноти. Локальний моніторинг включає постійні комунікації зі стейкхолдерами щодо переліку і змісту компонентів ОП, якості викладання, кількості кредитів ЄКТС та розподілу часу між лекціями, семінарами/практичними та самостійною роботою, орієнтованістю самостійної роботи здобувачів на формування індивідуальної освітньої траєкторії і передбачає розробку рекомендацій з вдосконалення ОП.

За результатами останнього перегляду ОП Маркетинг за спеціальність 075 Маркетинг у 2024 р. (протокол № 7 від 11.03.2024 р.):

- до ОП було введено ОК 9 «Вступ до фаху», за пропозицією здобувачів ОП Корольчук Т. і Ольшанської Т. з метою кращої адаптації здобувачів 1-го курсу до навчання, ознайомлення з особливостями професії маркетолога, можливостями професійного розвитку та основними напрямками сучасної маркетингової діяльності;
- уточнено формулювання особливості ОП у частині її практико-орієнтованості та враховування специфіки

регіонального ринку праці та трендів поведінки споживачів і бізнес-середовища, за пропозицією засновника HANDMADE-HUB UA Серветника М.;

- до ОП було введено ОК 35 Тренінг «Розробка цифрового продукту» та СК 16 «Здатність виявляти і аналізувати особливості поведінки суб'єктів регіонального ринку», за пропозицією засновника HANDMADE-HUB UA Серветника М.

- було введено до ОП Р 20 «Демонструвати знання особливостей розвитку регіонального ринку в умовах євроінтеграції та сталого розвитку, функціонування господарських суб'єктів та поведінки споживачів на ньому» та відповідні йому ОК 15 «Регіональна економіка» та ОК 28 «Логістика», за пропозицією Оксентюк Б., завідувачки кафедри промислового маркетингу ТНТУ ім. І. Пулюя;

- до ОП Маркетинг було включено ЗК 15 «Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недобросовісності», за пропозицією проректора з навчально-методичної роботи та якості освіти Артюшок В. (внесені зміни в ОПП у 2025 році у зв'язку із внесенням змін у стандарти ВО)

- удосконалено структурно-логічну схему ОПП, здійснено перерозподіл кредитів між обов'язковими компонентами з метою більш якісного забезпечення оволодіння студентами програмними компетентностями та результатами навчання.

У результаті моніторингу удосконалено змістовне наповнення дисциплін циклу професійної підготовки на основі досвіду, набутого викладачами кафедри під час підвищення кваліфікації, участі у конференціях та виконання спільних міжнародних проєктів.

Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як здобувачі вищої освіти залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, а їх пропозиції беруться до уваги під час перегляду ОП

Здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування, залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості. Виявлення міркувань та побажань здобувачів відбувається шляхом спілкування в процесі навчання, а також обговорення результатів практики на засіданнях кафедри менеджменту та маркетингу.

Постійно проводяться опитування здобувачів вищої освіти щодо якості ОП, якості організації навчання за ОП, якості практичної підготовки та інші (<https://surl.li/hiuawx>), результати яких регулярно обговорюються на засіданнях кафедри (протокол № 7 від 11.03.2024 р.).

Зокрема, при розробці ОП було враховано:

- пропозицію випускниці 2016 року спеціальності 6.030507 Маркетинг Парчун З. та випускника спеціальності 6.030507 Маркетинг 2017 року Бондарчука Т., щодо можливості вільного вибору здобувачами компонентів, що дали б змогу поглиблювати професійні навички та компетентності з менеджменту, торгівлі та збуту;

- пропозицію здобувача освіти ОП Менеджмент організацій Антонюка В. щодо термінів тривалості виробничої практики (протокол № 8 від 23.03.2022 р.).

Крім того, при обговоренні змін до ОП у 2024-2025 н.р. здобувачі ОП Корольчук Т. і Ольшанська Т. запропонували посилити адаптацію здобувачів 1-го курсу до навчання ознайомивши їх із особливостями професії маркетолога, можливостями професійного розвитку та основними напрямками сучасної маркетингової діяльності, що було враховано введенням до ОП ОК 9 «Вступ до фаху» (протокол № 7 від 11.03.2024 р.).

Яким чином студентське самоврядування бере участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП?

Права й обов'язки студентського самоврядування регламентуються Статутом студентського самоврядування (<https://surl.li/adgwwx>). Органи студентського самоврядування залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП шляхом включення їх представників до складу ради факультету, навчально-методичної комісії, Вченої ради університету. А також шляхом організації постійної системи анкетування здобувачів вищої освіти стосовно якості освітнього процесу та їх адаптації до умов створеного в університеті освітнього середовища (<https://surl.li/hiuawx>).

Крім того, в ході безпосереднього спілкування на лекціях та практичних заняттях формуються спільні підходи, які виносяться представниками студентської ради факультету на обговорення засідань кафедри і враховуються у подальшій роботі.

До роботи органів студентського самоврядування залучені здобувачі ОП Маркетинг Корольчук Т, Герба О., Ярмолка О. та Ярмолка С. Саме за їх ініціативою, був організований та проведений тренінг для здобувачів першого та другого курсу «Навчайся легко: знайомство з Moodle та Google календар» (<https://surl.li/cc/pwmhua>).

Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як роботодавці безпосередньо або через свої об'єднання залучені до періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості

У ЗВО реалізовано різні форми партнерства з роботодавцями у контексті процедур забезпечення якості. Зокрема, кафедра залучає їх до:

- рецензування ОП (<https://surl.li/iunyel>);

- формування ОП (пропозиція директора ТОВ «ІН-БЕГ» Гордійчука О. щодо формування у здобувачів навичок розробки маркетингового забезпечення бізнесу з використанням ІТ врахована введенням до ОП СК 15; пропозиція директора ПП «ТАІР-РІВНЕ» Семенюк Т. про оволодіння навичками залучення клієнтів інтернет каналами, була врахована введенням до ОП ОК 25 та ОК 34; пропозиція директора ТОВ «ОПЕН СТОР» Підгрушного В. спрямована на формування компетентностей у сфері створення інтернет-магазинів та веб-ресурсів, була врахована введенням до ОП ОК 24 та ОК 31);

- перегляду ОП (пропозиція засновника HANDMADE-HUB UA Серветника М. про врахування особливостей

регіонального ринку праці та впливу цифровізації, врахована при уточненні особливості ОП та введенням до неї СК 16 та ОК 35);

- анкетуванням роботодавців (<https://surl.cc/qtinns>);

- проведення роботодавцями гостьових лекцій, майстер класів, семінарів у рамках роботи Центру фахових студій економічного факультету (<https://surl.li/uaftpz>);

- залученням роботодавця у якості голови екзаменаційної комісії на атестаційному екзамені за ОП Маркетинг (Гордійчук О., директор ТзОВ «ІН-БЕГ»).

Університетом були укладені договори про співробітництво з потенційними роботодавцями, на базах яких здобувачі ВО проходять практики, удосконалюють набуті фахові компетентності.

Опишіть практику збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП (зазначте в разі проходження акредитації вперше)

ОП Маркетинг започатковано та впроваджено в освітній процес університету у 2022 р. На теперішній час випуску за ОП не було. Збирання інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП розпочнеться із першим випуском у 2026 році.

Проте в університеті існує практика збирання та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників, що включає постійний моніторинг стану та тенденцій розвитку ринку освітніх послуг; співпрацю гаранта ОП та представників кафедри з роботодавцями, органами влади та місцевого самоврядування; організацію в стінах ЗВО зустрічей випускників.

У МЕГУ створено Асоціацію випускників університету (<https://surl.li/hkldwt>), яку очолює випускник економічного факультету Мельник Петро, є можливість спілкування у соціальних мережах (<https://surl.li/ixrltx>); економічний факультет (<https://surl.li/unbgqu>). Випускники економічного факультету постійно залучаються до зустрічей зі здобувачами, що є складником системи університетських цінностей та традицій (<https://surl.li/miafqj>) (щорічний концерт викладачів для студентів, концерт до Дня студента, робота в журі студентських конкурсів, організації спільних спортивних заходів). Випускників запрошують на засідання кафедри під час запровадження та здійснення локального моніторингу ОП.

Продемонструйте, що система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу освітньої програми та/або освітньої діяльності з реалізації освітньої програми, зокрема здійсненого через опитування заінтересованих сторін

В Університеті діє ефективний механізм оперативного та своєчасного реагування на виявлені недоліки та об'єктивні потреби щодо удосконалення якості освіти, зокрема – це регулярні засідання робочих груп за ОП, проведення внутрішніх аудитів усіх процесів, зустрічі та регулярні опитування усіх учасників освітнього процесу щодо забезпечення його якості. У ЗВО налагоджена система вивчення думки щодо ОП, зокрема через опитування зацікавлених сторін відповідно до Положення про організацію опитування здобувачів освіти, випускників, викладачів та роботодавців щодо якості освітнього процесу (<https://surl.li/lerums>) результати анкетування усіх груп стейкхолдерів (<https://surl.li/rkdjuc>) аналізуються та подаються у вигляді звіту.

У процесі здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості в університеті було виявлено проблему недосконалого механізму вибору студентами вибіркових дисциплін. Відповідно удосконалено системи запису здобувачів на освітні компоненти за вибором, а саме автоматизованим процесом вибору. Так, викладачами МЕГУ було розроблено короткі анотації до всіх ОК ОП. Запроваджено розробку силабусів до кожного ОК навчальних планів бакалаврського та магістерського рівнів вищої освіти. Наявність силабусів дає можливість здобувачам знайомитись із ОК до його вивчення, розуміти можливості відпрацювання завдань до практичних (лабораторних) занять у разі їх відсутності.

У рамках процедур забезпечення якості ЗВО щорічно здійснюється локальний моніторинг ОП під час якого враховуються пропозиції зацікавлених сторін. Зокрема, за результатами останнього перегляду ОП Маркетинг у 2024 р. (протокол № 7 від 11.03.2024 р.) до ОП було введено ОК 9, ОК 35, ОК 15, ОК 28; уточнено формулювання особливості ОП у частині її практико-орієнтованості та врахування специфіки цифрової трансформації економіки та суспільства, регіонального ринку праці та трендів поведінки споживачів і бізнес-середовища; введено до ОП СК 16 та Р 20.

Кафедрою менеджменту та маркетингу систематично аналізуються усі елементи внутрішньої системи забезпечення якості освіти:

- щорічно затверджуються робочі програми навчальних дисциплін та оновлюється їх зміст;

- доповнюються й удосконалюються методичні матеріали, розміщені на платформі дистанційного навчання з метою покращення ресурсного забезпечення самостійної роботи здобувачів освіти;

- аналізуються результати заліково-екзаменаційних сесій;

- аналізуються результати підсумкової атестації;

- систематично здійснюється моніторинг кадрового забезпечення ОП щодо відповідності ліцензійним вимогам.

Кафедра менеджменту та маркетингу при здійсненні освітньої діяльності керується не лише вимогами внутрішньої системи забезпечення якості освіти університету, а намагається відповідати європейським стандартам якості освіти. Тому постійно працює над удосконаленням змісту ОП, керуючись рекомендаціями НАЗЯВО, запроваджуючи систему заходів щодо змістовного наповнення освітніх компонент з метою їх відповідності сучасним викликам.

Продемонструйте, що результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти беруться до уваги під час удосконалення ОП. Яким чином зауваження та рекомендації з останньої акредитації та акредитацій інших ОП були ураховані під час удосконалення цієї ОП?

Оскільки акредитація ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування науки є первинною, результати зовнішнього забезпечення якості

вищої освіти, що можна брати до уваги під час удосконалення освітньої програми, відсутні.

Водночас, у ЗВО успішно здійснено акредитацію ОП Середня освіта (Українська мова і література) та Середня освіта (Мова і література (англійська)) першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності 014 Середня освіта; ОП Журналістика першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів за спеціальності 061 Журналістика; ОП Психологія першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня освіти зі спеціальності 053 Психологія; ОП Менеджмент першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент; ОП Туризм першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 242 Туризм; ОП Дошкільна освіта першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 012 Дошкільна освіта; ОП Право першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня спеціальності 081 Право; ОП Початкова освіта, ОП Середня освіта (Географія), ОП Середня освіта (Мова і література (англійська)) другого (магістерського) рівня, ОП «Фізична культура і спорт» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 017 Фізична культура і спорт, ОП «Економіка» другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка, ОП Економіка соціального забезпечення другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 232 Соціальне забезпечення.

Відповідно до висновків акредитаційних комісій з метою удосконалення освітніх програм враховано рекомендації інституційного характеру. Зокрема, запроваджено силабуси навчальних дисциплін, враховано пропозицію у переліку джерел рекомендувати авторські праці викладача, що забезпечує дисципліну. Створено у ЗВО Школу педагогічної майстерності (<https://surl.li/bqtswc>) та Платформу інноваційних освітніх технологій (<https://surl.li/smsmyh>). Переглянуті та оновлені ряд нормативних документів університету, зокрема внесені зміни до Положення про організацію освітнього процесу, Положення про формування, затвердження та оновлення освітніх програм та інші з метою приведення їх у відповідність до змін законодавства.

Враховано пропозиції щодо процедури опитування (включено питання, що визначають рівень задоволеності здобувачів рівнем освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки). Враховано пропозиції щодо змістового наповнення та перегляду вибіркових дисциплін.

Опишіть, яким чином учасники академічної спільноти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП

Процедури і політика забезпечення якості ОП сприймаються як корисні та належні усіма членами академічної спільноти. У академічній спільноті ЗВО сформована культура якості, що сприяє постійному розвитку ОП Маркетинг та освітньої діяльності за цією програмою. До процедур внутрішнього забезпечення якості ОП залучені різні структурні підрозділи університету: Центр забезпечення якості освіти, профільні кафедри, рада факультету, навчально-методична комісія університету, Вчена рада університету, експерти НАЗЯВО. Так, в університеті відбувся семінар «Актуальні питання діяльності системи забезпечення якості вищої освіти ЗВО» за участі представників НАЗЯВО Олени Єременко та Ганни Денискіної (<https://surl.li/yjljqc>).

Участь у семінарі «Якісна вища освіта: дискусія стейкхолдерів» взяли проректор Мединська Н. та завідувач ЦЗЯО (<http://surl.li/nbnmx>); участь Артюшок В. як доповідача під час роботи круглого столу «Забезпечення якості вищої освіти в Україні-2023: перспективи змін» (<http://surl.li/mlaie>), постійними учасниками візних семінарів НАЗЯВО є проректор з наукової роботи Мединська Н., проректор з НМР та ЯО Артюшок В. (<https://surl.li/whftdd>), регіональний методичний семінар «Внутрішнє забезпечення якості як дієвий інструмент змін в університеті» (<http://surl.li/romik>, <https://surl.li/cc/fldgmb>), Українського форуму якості освіти (<https://surl.li/yoeybv>, <https://surl.li/sqxcgd>).

Продемонструйте, що в академічній спільноті закладу вищої освіти формується культура якості освіти

У ЗВО системно впроваджуються механізми забезпечення та підвищення якості освіти, що формує стійку культуру якості. Залучення академічної спільноти до управління якістю освіти сприяє відповідності освітнього процесу сучасним вимогам ринку праці. Функціонування колегіальних органів (Вчена Рада <https://surl.li/nxmsgj>, НМК <https://surl.li/umrcah>, студентська рада <https://surl.li/pjmfxt>) забезпечують демократичність прийняття рішень. Реалізація політики академічної доброчесності реалізується через організацію освітніх заходів щодо етики наукової діяльності та академічної відповідальності. Викладачі проходять підвищення кваліфікації, беруть участь у міжнародних програмах, тренінгах та наукових конференціях, що забезпечує застосування інноваційних підходів до навчання. Забезпечення прозорості та відкритості реалізується через відкритість, співпрацю із роботодавцями, міжнародними партнерами для покращення якості освіти.

Формування культури якості освіти відбувається відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<https://surl.li/baieti>) за рівнями: студентський, викладацький, кафедральний, факультетський, університетський. Розподіл відповідальності у формуванні культури якості між структурними підрозділами ЗВО має етапний, субординаційно-поступальний характер, визначений відповідним Положенням і підпорядкований загальній стратегії, яка передбачає оновлення нормативно-методичної бази; моніторинг ресурсного потенціалу університету; освітнього процесу та наукової діяльності.

9. Прозорість і публічність

Якими документами ЗВО регулюються права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу? Яким чином забезпечується їх доступність для учасників освітнього процесу?

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу у ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» урегульовано такими нормативними документами: Конституцією України,

Законами України «Про освіту» та «Про вищу освіту», Статутом ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (розділи 8 та 10 <https://surl.li/fgadqf>), Положенням про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/earnmr>), Колективним договором. Усі рішення приймаються колегіально після публічного обговорення на засіданнях кафедр, рад факультетів, Вченої ради за присутності представників здобувачів освіти. Освітній процес у ЗВО базується на принципах науковості, гуманізму, демократизму, наступності та безперервності, незалежності від втручання будь-яких політичних партій, інших громадських та релігійних організацій. Освітній процес організується з урахуванням можливостей сучасних інформаційних технологій навчання та орієнтується на формування освіченої, гармонійно розвиненої особистості, здатної до постійного оновлення наукових знань, професійної мобільності та швидкої адаптації до змін і розвитку в соціально-культурній сфері, в галузях техніки, технологій, системах управління та організації праці в умовах ринкової економіки. Документи розміщені на веб-порталі університету є доступними для всіх учасників освітнього процесу (<https://megu.edu.ua/uk/normativni-dokumenty>).

Наведіть посилання на вебсторінку, яка містить інформацію про оприлюднення ЗВО відповідного проєкту освітньої програми для отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін (стейкхолдерів).

На вебсторінці офіційного сайту ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (<https://megu.edu.ua/uk>) розміщено всю необхідну інформацію для отримання зауважень та пропозицій учасників освітнього процесу, в тому числі, стейкхолдерів (<https://surl.li/dqenty>). Адреса вебсторінки економічного факультету: <https://www.megu.edu.ua/uk/ekonomichnij>. Адреса вебсторінки кафедри менеджменту та маркетингу: <https://www.megu.edu.ua/uk/ekonomichnij/kafedra-menedzhmentu>. Проєкт ОП Маркетинг оприлюднено для отримання пропозицій та зауважень стейкхолдерів за посиланнями (<https://www.megu.edu.ua/uk/ekonomichnij/kafedra-menedzhmentu/osvitni-prohramy>, <https://surl.li/oijmup>).

Наведіть посилання на оприлюднену у відкритому доступі на своєму вебсайті 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

<https://www.megu.edu.ua/uk/ekonomichnij/kafedra-menedzhmentu/osvitni-prohramy>
<https://www.megu.edu.ua/uk/ekonomichnij/kafedra-menedzhmentu/syllabuses-of-academic-disciplines>
<https://www.megu.edu.ua/uk/ekonomichnij/kafedra-menedzhmentu/robochi-programy>
<https://www.megu.edu.ua/uk/perelik-disciplin-za-viborom-studentami>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони

- тісний зв'язок цілей ОП з місією та Стратегією розвитку університету, що сприяє якісній підготовці конкурентоспроможних фахівців-маркетологів;
- впровадження блоку професійно-орієнтованих ОК («Цифровий маркетинг», «Електронна комерція», «Маркетинг соціальних мереж», «Основи веб-дизайну») сприяє формуванню у здобувачів ОП компетентностей щодо розробки маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в цифровому просторі;
- практикоорієнтованість ОП та врахування специфіки ринку праці, трендів поведінки споживачів і регіонального бізнес-середовища;
- активне залучення до викладання НПП за суміжними галузями знань (залучені фахівці із соціальних комунікацій, психології, інформаційних технологій);
- зміст освітніх компонент забезпечує формування необхідних загальних та фахових компетентностей для досягнення передбачених ОП програмних результатів;
- змістове наповнення обов'язкових та вибіркового ОК, що сприяє розвитку у здобувачів ОП аналітичних здібностей, когнітивних та комунікативних навичок, критичного мислення, soft skills, необхідних для провадження ефективної маркетингової діяльності в умовах невизначеності та цифрової трансформації;
- широкий перелік сучасних практико-орієнтованих дисциплін вільного вибору за спеціальністю;
- організація освітнього процесу на засадах студентоцентризму, що передбачає забезпечення формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ОП;
- популяризація дотримання принципів академічної доброчесності шляхом проведення навчально- та науково-методичних семінарів, вебінарів, круглих столів та інших заходів;
- високий професійний рівень НПП, що забезпечують навчання та викладання ОК за ОП, що підтверджується наявністю наукових публікацій, практичного досвіду та підвищення кваліфікації;
- наявність належної матеріально-технічної бази;
- постійна комунікація та плідна співпраця із роботодавцями та представниками бізнес-спільноти;
- активна наукова робота здобувачів ОП;
- дієва система управління якістю освіти в університеті;
- постійна увага та підтримка пропозицій від здобувачів, роботодавців та академічної спільноти щодо вдосконалення змісту та структури ОП;

- заохочення керівництвом ЗВО підвищення рівня професійної майстерності НПП.

Слабкі сторони

- недостатня залученість НПП та здобувачів до програм міжнародної мобільності;
- неповне використання здобувачами ОП можливостей набуття додаткових компетентностей через неформальну освіту із подальшим зарахуванням результатів навчання.

Група забезпечення, випускова кафедра, факультет, усвідомлюючи важливість цих проблем, працюють над їх вирішенням.

Якими є перспективи розвитку ОП упродовж найближчих 3 років? Які конкретні заходи ЗВО планує здійснити задля реалізації цих перспектив?

Найближчими пріоритетами є доведення процесів викладання та навчання за ОП до повної відповідності стандартам Європейського простору вищої освіти, рекомендаціям від провідних роботодавців, стейкхолдерів та збереження контингенту студентів. Орієнтуючись на Стратегію розвитку ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», запити роботодавців і потреби ринку праці; зважаючи на рекомендації та пропозиції стейкхолдерів, сильні й слабкі сторони ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, перспективними вважаємо такі напрями роботи:

- активізувати участь здобувачів ОП та НПП у програмах міжнародної академічної мобільності, міжнародних стажувань, міжнародних проєктах і грантах;
- розширювати можливості здобуття неформальної освіти шляхом популяризації проходження сертифікованих курсів та інших форм професійного навчання;
- поглиблювати партнерські відносини із закордонними ЗВО в освітній та науковій діяльності за спорідненими ОП;
- забезпечувати безперервність процесу підвищення кваліфікації НПП шляхом стажування у вітчизняних та закордонних університетах, участі у наукових конференціях та навчально-методичних заходах;
- посилювати публікаційну активність НПП у наукових періодичних виданнях категорії «А», що увійшли до наукометричних баз даних Scopus та WoS;
- активізувати участь здобувачів ОП в конкурсах студентських наукових робіт, науково-практичних конференціях із публікацією наукових статей та тез доповідей;
- поновлювати та вдосконалювати змістове наповнення та методичне забезпечення ОК з врахуванням актуальних тенденцій розвитку маркетингу, цифрових комунікацій та потреб регіонального ринку;
- продовжувати залучення вітчизняних та закордонних науковців і фахівців-практиків до участі у освітньому процесі за ОП з урахуванням індивідуальної освітньої траєкторії та майбутньої професійної кар'єри здобувачів вищої освіти;
- сприяти формуванню у здобувачів ОП компетентностей щодо практичного застосування інструментів штучного інтелекту в сфері маркетингу.

Запевнення

Запевняємо, що уся інформація, наведена у відомостях та доданих до них матеріалах, є достовірною.

Гарантуємо, що ЗВО за запитом експертної групи надасть будь-які документи та додаткову інформацію, яка стосується освітньої програми та/або освітньої діяльності за цією освітньою програмою.

Надаємо згоду на опрацювання та оприлюднення цих відомостей про самооцінювання та усіх доданих до них матеріалів у повному обсязі у відкритому доступі.

Додатки:

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

Таблиця 3. Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання

Шляхом підписання цього документа запевняю, що я належним чином уповноважений на здійснення такої дії від імені закладу вищої освіти та за потреби надам документ, який посвідчує ці повноваження.

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.

Інформація про КЕП

ПІБ: Дем'янчук Віталій Анатолійович

Дата: 17.03.2026 р.