

**ЗВІТ**  
експертної групи

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

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

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

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

*Використані скорочення:*

**ID** - ідентифікатор

**ВСП** - відокремлений структурний підрозділ

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

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

**ЗВО** - заклад вищої освіти

**ОП** - освітня програма

## Загальні відомості

### 1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	64595
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

### 2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Андрушкевич Зінаїда Миколаївна, Данилейко Максим Олександрович, Якимичин Лілія Ярославівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	01.04.2026 р. – 03.04.2026 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://www.megu.edu.ua/sites/default/files/2026-03/%D0%92%D0%86%D0%94%D0%9E%D0%9C%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%86%20%D0%A1%D0%9E%20%D0%9E%D0%9F%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf>

Програма візиту експертної групи <https://www.megu.edu.ua/sites/default/files/2026-03/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%20%D0%B2%D1%96%D0%B7%D0%B8%D1%82%D1%83%20%D0%9D%D0%90%D0%97%D0%AF%D0%92%D0%9E.pdf>

### 4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

**відсутні**

## II. Резюме

### Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

Експертна група дійшла висновку, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти загалом відповідає вимогам критеріїв оцінювання якості освітньої програми. Мета, структура, зміст, логіка побудови, форми організації освітнього процесу, доступ до освітньої програми, система оцінювання, кадрове забезпечення, освітнє середовище та внутрішня система забезпечення якості загалом забезпечують досягнення визначених програмних результатів навчання та належну підготовку здобувачів вищої освіти за спеціальністю D5/075 «Маркетинг». Критичних недоліків, які б унеможливили реалізацію ОП, не виявлено. Водночас за всіма критеріями встановлено рівень відповідності В, що свідчить про загалом належне функціонування освітньої програми при наявності окремих слабких сторін, які не є критичними, але потребують подальшого вдосконалення. До позитивних практик ОП ЕГ відносить: узгодженість мети, структури та змісту ОП із місією, візією та стратегічними цілями ЗВО; системне врахування пропозицій роботодавців, здобувачів при розробленні та перегляді ОП; інтеграцію сучасних тенденцій розвитку маркетингу, зокрема цифрового маркетингу, веб-аналітики та електронної комерції, у зміст освітніх компонентів; використання досвіду вітчизняних і зарубіжних освітніх програм при оновленні ОП; належний рівень інформаційної відкритості щодо умов вступу; нормативну врегульованість процедур визнання результатів навчання; студентоцентрикований підхід, поєднання навчання і досліджень, оновлення змісту освіти на основі сучасних наукових і практичних досягнень; належне кадрове забезпечення та системний професійний розвиток НПП; наявність розвиненої інфраструктури підтримки здобувачів, психологічної служби, цифрових ресурсів і безпечного освітнього середовища; функціонування внутрішньої системи забезпечення якості, що охоплює моніторинг, анкетування та перегляд ОП; відкритість адміністрації до зворотного зв'язку; а також збір пропозицій щодо проєктів ОП не лише через Google Forms, а й під час спільних зустрічей, круглих столів і конференцій.

### Недоліки

Попри загальну відповідність ОП вимогам критеріїв, ЕГ виявила низку слабких сторін, що не є критичними, однак потребують урахування під час подальшого розвитку ОП. Зокрема, в ОП «Маркетинг» перелік посад у блоці «Придатність до працевлаштування» потребує точнішого обґрунтування щодо його релевантності фаховому спрямуванню ОП та першому (бакалаврському) рівню вищої освіти. Процеси проєктування, обговорення, моніторингу й перегляду ОП документуються недостатньо повно: у протоколах кафедри не відображено відхилені пропозиції стейкхолдерів та їх обґрунтування, недостатньо чітко простежується зв'язок між результатами моніторингу та конкретними рішеннями щодо оновлення ОП, а результати аналізу досвіду вітчизняних і зарубіжних освітніх програм подано узагальнено, без належної системної фіксації. Водночас потребує посилення практика безпосереднього залучення роботодавців і здобувачів до роботи у складі робочих груп із розроблення та перегляду ОП. Анотації блоків вибіркового освітніх компонентів, попри наявність загальної інформації про мету, результати навчання, перелік дисциплін, кредити та форму контролю, потребують більшої деталізації щодо змісту кожної ОК, зокрема переліку тем, обсягу аудиторної та самостійної роботи й семестру вивчення; водночас процедура вибору ОК, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, представлена недостатньо чітко. Практика визнання результатів навчання, здобутих у межах неформальної та/або інформальної освіти, є наявною, однак кількість таких випадків залишається незначною; також на ОП відсутні приклади реалізації академічної мобільності здобувачів, що не дає змоги повною мірою оцінити практичну результативність відповідних процедур визнання результатів навчання. Низькою залишається залученість здобувачів до міжнародних програм мобільності. У ЗВО відсутній електронний журнал, що ускладнює для здобувачів можливість оперативно відстежувати поточні та підсумкові результати навчання. Не в усіх НПП, залучених до реалізації ОП, достатньо чітко простежується документально підтверджена відповідність між ОК, які вони забезпечують, тематикою наукових публікацій, результатами підвищення кваліфікації, стажуваннями та практичним досвідом, насамперед у межах цифрового маркетингового блоку; для частини НПП потребує посилення публікаційної активності у виданнях, що індексуються в Scopus і Web of Science, а практика безпосереднього залучення роботодавців і професіоналів-практиків до реалізації окремих ОК, насамперед маркетингового спрямування, потребує розширення. Крім того, потребує більш виразного відображення використання результатів опитувань здобувачів як інструменту ухвалення управлінських рішень щодо вдосконалення освітнього середовища та матеріально-технічного забезпечення, а на офіційному сайті ЗВО не в повному обсязі представлено унормовані антикорупційні політики і процедури як цілісну систему запобігання, виявлення та протидії корупційним проявам.

### Рекомендації

За результатами акредитаційної експертизи ЕГ рекомендує здійснити такі заходи з удосконалення ОП «Маркетинг». Уточнити перелік посад у розділі «Придатність до працевлаштування» відповідно до предметної області, фахового спрямування ОП та першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Посилити прозорість

проєктування, моніторингу й перегляду ОП через детальніше протоколювання прийнятих і відхиленних пропозицій стейкхолдерів, розширення участі роботодавців і здобувачів у робочих групах, а також систематизацію та документування результатів аналізу досвіду вітчизняних і зарубіжних освітніх програм. Доповнити анотації блоків вибіркових ОК переліком тем, обсягом аудиторної та самостійної роботи і семестром вивчення, а також чітко врегулювати процедуру вибору ОК, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, у разі використання Google Форми. Посилити інформування здобувачів щодо можливостей визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та/або інформальній освіті, і поширювати таку практику як інструмент реалізації індивідуальної освітньої траєкторії. Активізувати розвиток академічної та міжнародної мобільності здобувачів через розширення партнерств, популяризацію можливостей участі, роз'яснення процедур і консультаційний супровід. Впровадити електронний журнал для оперативного інформування здобувачів про результати поточного та підсумкового оцінювання. Посилити відповідність НПП ОК, насамперед цифрового маркетингового блоку, через узгодження ОК із тематикою наукових публікацій, підвищенням кваліфікації, стажуваннями та практичним досвідом, а також активізувати публікаційну діяльність у виданнях, що індексуються в Scopus і Web of Science. Продовжити розвиток внутрішніх форм професійного вдосконалення НПП з акцентом на цифрову компетентність, практико-орієнтоване викладання та міжнародну академічну мобільність. Розширити практику безпосереднього залучення роботодавців, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації ОК маркетингового спрямування. Посилити використання результатів опитувань здобувачів для вдосконалення освітнього середовища, забезпечити систематизацію та оприлюднення на сайті ЗВО антикорупційних політик і процедур, а також продовжити інформування здобувачів про процедури реагування на випадки булінгу, дискримінації, сексуальних домагань, корупції та інших конфліктних ситуацій. Удосконалити аналітичне документування результатів моніторингу ОП, анкети для здобувачів і роботодавців через включення відкритих запитань або полів для коментарів, а також формалізувати механізм збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрних траєкторій випускників. Продовжити практику отримання зворотного зв'язку щодо проєктів ОП від стейкхолдерів під час круглих столів, конференцій і спільних зустрічей з урахуванням наданих пропозицій у процесі перегляду та оновлення ОП. Реалізація зазначених рекомендацій сприятиме підвищенню якості освітньої діяльності, посиленню практичної спрямованості ОП і подальшому розвитку ОП.

### III. Аналіз

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

#### Критерій 1. Проєктування освітньої програми:

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

Освітня програма (ОП) розроблена відповідно до чинного стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня, затвердженого наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343, реалізується на 6 рівні НРК та забезпечує досягнення визначених стандартом програмних результатів навчання (ПРН) через систему освітніх компонентів (ОК). Аналіз ВСО та змісту ОП підтвердив наявність матриць відповідності ЗК, СК і ПРН освітнім компонентам, що свідчить про структурну узгодженість ОП і системне забезпечення досягнення ПРН. Під час зустрічі експертної групи (ЕГ) з НПП (зустріч 4) було підтверджено, що освітній процес орієнтований на досягнення ПРН шляхом поєднання теоретичної підготовки з практичними кейсами, проєктною діяльністю, а також використанням сучасних цифрових інструментів і аналітичних методів, що засвідчує практичну реалізацію заявлених результатів навчання. Мета, структура, зміст і логіка побудови ОП узгоджуються з вимогами стандарту вищої освіти; ПРН ОП повністю охоплюють результати, визначені стандартом, є взаємоузгодженими та забезпечуються відповідними ОК, а невідповідностей між ПРН ОП і вимогами стандарту ЕГ не встановила. Водночас ЕГ встановила, що ОП містить додаткові ЗК, СК та ПРН, які розширюють зміст стандарту. Зокрема, у редакції ОП 2022 року введено ОК, спрямовані на розвиток компетентностей у сфері цифрового маркетингу (СК15, Р19), а в редакції 2025 року цей підхід розширено включенням компетентностей у сфері академічної доброчесності (ЗК15), аналізу регіонального ринку (СК16) та відповідного ПРН (Р20). Такі доповнення враховують сучасні тенденції розвитку галузі, зокрема цифровізацію економіки, регіональну специфіку ринку праці та посилення етичної складової професійної підготовки, що підвищує актуальність і практичну релевантність ОП. Таким чином, додаткові ЗК, СК та ПРН не суперечать вимогам стандарту, а логічно його доповнюють, посилюючи практичну спрямованість ОП. Компетентності випускника, визначені в ОП, повністю охоплюють перелік ЗК і СК, передбачених стандартом вищої освіти, та доповнені елементами, що відображають цифрову спрямованість, практико-орієнтований характер і регіональну специфіку підготовки. Матриці відповідності ЗК, СК і ПРН, а також структура та зміст ОК підтверджують логічний взаємозв'язок між ПРН, ЗК, СК та ОК і достатність освітнього інструментарію для досягнення визначених результатів навчання. Отже, аналіз ВСО, ОП редакцій 2022-2025 рр. та результатів

зустрічей, передбачених програмою візиту (зустрічі 1, 2, 4), дає підстави констатувати, що ОП відповідає вимогам стандарту вищої освіти, забезпечує досягнення всіх визначених ПРН і має потенціал для подальшого вдосконалення з урахуванням сучасних підходів до підготовки фахівців у сфері маркетингу.

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

На момент започаткування ОП «Маркетинг» у 2022 році відповідний професійний стандарт був відсутній. Водночас після затвердження 09.01.2025 року професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» ЕГ встановила, що зміст ОП загалом узгоджується з його положеннями (<https://is.gd/uBnVXx>). Аналіз професійного стандарту, зокрема розділу V «Опис трудових функцій», засвідчив, що ключові трудові функції маркетолога, а саме: збір та оброблення маркетингової інформації (блоки А, Б), проведення аналізу та інтерпретації даних (блок Б), участь у розробленні та тестуванні нового продукту (блок В), планування та реалізація маркетингових активностей (блоки В, Г), а також використання цифрових інструментів і технологій у маркетинговій діяльності (наскрізно в усіх блоках), знайшли відображення в освітніх компонентах ОП, зокрема «Маркетингові дослідження», «Стратегічний маркетинг», «Брендинг», «Маркетингові комунікації», «Цифровий маркетинг», «Маркетинг соціальних мереж», «Електронна комерція». Вимоги професійного стандарту щодо аналітичних, цифрових та управлінських компетентностей, зокрема роботи з даними, застосування цифрових інструментів та участі у прийнятті маркетингових рішень, реалізуються в ОП через відповідні спеціальні компетентності (СК6, СК10, СК15) та програмні результати навчання (Р1, Р4, Р7), а також забезпечуються ІКТ-орієнтованими ОК і практичною підготовкою. Матриці відповідності ЗК, СК і ПРН освітнім компонентам підтверджують системний зв'язок між змістом ОП та заявленими ПРН. Водночас ЕГ встановила, що окремі аспекти, передбачені професійним стандартом, зокрема застосування спеціалізованих методів маркетингових досліджень, використання сучасних аналітичних інструментів і програмного забезпечення, представлені в ОП переважно на базовому рівні та можуть бути розширені в процесі подальшого вдосконалення ОП. Під час зустрічі зі стейкхолдерами (зустріч 6) роботодавці підтвердили актуальність сформованих у межах ОП цифрових та аналітичних компетентностей, що додатково засвідчує відповідність змісту ОП сучасним професійним вимогам. Окремо ЕГ звертає увагу, що в розділі ОП «Придатність до працевлаштування» в усіх представлених редакціях ОП наведено перелік первинних посад за ДК 003:2010, зокрема за кодами 2419.2, 3429 та 3415, однак наведений перелік потребує чіткішого обґрунтування в контексті відповідності фаховому спрямуванню ОП, її предметній області та першому (бакалаврському) рівню вищої освіти, оскільки в чинній редакції ОП такий зв'язок не розкрито належною мірою. Отже, ЕГ дійшла висновку, що зміст ОП загалом враховує вимоги професійного стандарту та забезпечує формування компетентностей, релевантних професійній діяльності маркетолога. Водночас окремі елементи, зокрема перелік посад у розділі «Придатність до працевлаштування», потребують уточнення та чіткішого обґрунтування з огляду на предметну область, фахове спрямування ОП та рівень вищої освіти.

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

Аналіз змісту мети ОП у співвіднесенні з установчими документами ЗВО засвідчив її відповідність місії та стратегічним орієнтирам університету. Зокрема, відповідно до Статуту (<https://is.gd/sYnXmQ>), основною метою діяльності університету є забезпечення умов для здобуття вищої освіти та підготовка фахівців для потреб держави і суспільства (розділ 2, с. 4). Також у Статуті визначено, що університет спрямований на підготовку компетентного, конкурентоспроможного фахівця, здатного до дослідницько-інноваційного мислення та безперервного професійного розвитку (розділ 3, с. 5). ЕГ встановлено, що мета ОП безпосередньо корелює із зазначеними положеннями, оскільки орієнтована на формування у здобувачів сучасних компетентностей, затребуваних на національному та міжнародному ринках праці, розвиток аналітичного мислення, здатності до інноваційної діяльності та адаптації до цифрової трансформації економіки. Крім того, відповідно до Стратегії розвитку університету (<https://is.gd/ueVRZY>), ключовими пріоритетами є: забезпечення якості освітніх програм на компетентнісній основі; інтеграція освіти, науки та практики; орієнтація на потреби ринку праці; інтернаціоналізація освітньої діяльності та впровадження інноваційних технологій навчання. У Статуті також підкреслено необхідність: забезпечення відповідності освітніх програм державним стандартам та потребам ринку праці; розвитку наукових досліджень і впровадження їх результатів в освітній процес; формування особистості здобувача та його професійної і громадянської компетентності (с. 4-6). Зазначені стратегічні орієнтири знаходять відображення в меті ОП «Маркетинг», зокрема через: акцент на цифрових маркетингових інструментах і сучасних технологіях; орієнтацію на практичну підготовку та взаємодію з роботодавцями; формування підприємницького мислення та інноваційних компетентностей; підготовку фахівців, здатних працювати в умовах глобалізованого середовища. Під час зустрічей із гарантом ОП, керівником та менеджментом ЗВО, авторами відомостей про самооцінювання ОП підтверджено, що мета ОП переглядається з урахуванням стратегічних документів ЗВО, змін у зовнішньому середовищі та рекомендацій стейкхолдерів, що свідчить про її актуальність і динамічний характер. Отже, ЕГ дійшла висновку, що мета ОП є чітко сформульованою, узгодженою з місією та стратегією розвитку ЗВО.

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

Аналіз ВСО, протоколів засідань кафедри (відповідь на запит ЕГ), результатів онлайн-зустрічей, передбачених програмою візиту, та зовнішніх рецензій на ОП засвідчив, що на етапі розроблення та перегляду ОП здійснювалося системне врахування потреб заінтересованих сторін. Відповідно до ВСО, під час проєктування ОП було проаналізовано запити випускників спеціальності «Маркетинг» (2016-2019рр.), а також здобувачів і випускників ОП «Менеджмент організацій», які залучалися до обговорення мети та ПРН. Так, пропозиція випускниці Парчун З. щодо посилення управлінської складової та пропозиція випускника Бондарчука Т. щодо розвитку компетентностей у сфері збуту були враховані через імплементацію відповідних вибіркових ОК, а рекомендація здобувача Антонюка В. щодо збільшення тривалості практичної підготовки реалізовано шляхом встановлення загального обсягу практик 10 тижнів (15 кредитів). Пропозиції здобувачів (Корольчук Т, Ольшанська Т.) щодо покращення адаптації першокурсників враховані шляхом введення ОК «Вступ до фаху». Аналіз протоколів засідань кафедри підтвердило реальну участь стейкхолдерів у формуванні та вдосконаленні ОП. Так, у пр.№8 від 23.03.2022р. зафіксовано участь роботодавців, випускників і здобувачів у процесі започаткування ОП. Роботодавці (зокрема представники ТОВ«ІН-БЕГ», ПП«ТАІР-РІВНЕ», ТОВ«ОПЕН СТОР») акцентували на необхідності формування цифрових, аналітичних і комунікаційних компетентностей, що було враховано шляхом введення СК15 та відповідних ОК. Під час перегляду ОП у 2024 році (пр.№7 від 11.03.2024р.) враховано пропозиції роботодавців щодо посилення регіонального контексту та розвитку креативного підприємництва (введення СК16 та відповідних ОК), а також результати опитувань здобувачів щодо змісту ОК. У 2025 році (пр.№8 від 10.04.2025р) зафіксовано подальше врахування пропозицій здобувачів і нормативних змін. Під час онлайн-зустрічей із роботодавцями, здобувачами та НПП було підтверджено фактичне залучення стейкхолдерів до формування та перегляду ОП, а також релевантність врахованих пропозицій сучасним потребам ринку праці, зокрема щодо посилення цифрової складової, практичної підготовки та розвитку аналітичних компетентностей. Інформація, наведена у ВСО, узгоджується з матеріалами протоколів і підтверджується рецензіями роботодавців та академічної спільноти, у яких відзначено відповідність ОП вимогам ринку праці, її практико-орієнтованість і посилення цифрової складової. У рецензіях також підкреслено доцільність розвитку компонентів із цифрового маркетингу, веб-аналітики, електронної комерції та практичної підготовки, що корелює зі змінами в ОП. Водночас ЕГ відзначає, що протокольне оформлення засідань могло б бути більш деталізованим, зокрема у частині фіксації та обґрунтування відхилених пропозицій, а також відображення внеску різних груп стейкхолдерів. Доцільним є також розширення практики їх безпосереднього залучення до роботи у складі робочих груп, що сприятиме підвищенню прозорості та доказовості процесу вдосконалення ОП.

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

Аналіз ВСО та змісту ОП засвідчив, що при її проєктуванні та перегляді враховано ключові тренди розвитку маркетингу, зокрема цифровізацію бізнес-процесів, розвиток електронної комерції, маркетинг у соціальних мережах, веб-аналітику, управління клієнтським досвідом та використання CRM-систем. Це знайшло відображення у відповідних ОК («Цифровий маркетинг», «Маркетинг соціальних мереж», «Електронна комерція», «Маркетингові дослідження», «Брендинг»), а також у додаткових СК (СК15, СК16) і ПРН, спрямованих на формування цифрових та аналітичних навичок. Встановлено, що зміст ОП враховує актуальні потреби ринку праці. Під час онлайн-зустрічі з роботодавцями (зустріч 6) Москвич В., Серветник М., Гордійчук О. наголосили на необхідності підготовки фахівців, здатних працювати з цифровими каналами просування, маркетинговими інформаційними системами та аналітичними інструментами, а також реалізовувати маркетингові стратегії в умовах цифрової економіки. Зазначені вимоги враховано у змісті ОК та структурі практичної підготовки. ОП враховує галузевий і регіональний контекст. Під час її оновлення враховано потреби регіонального бізнес-середовища (зокрема суб'єктів малого і середнього підприємництва, сфери торгівлі, послуг і креативних індустрій), що підтверджується пропозиціями роботодавців (ТОВ «ОПЕН СТОР», ПП «ТАІР-РІВНЕ») щодо посилення практико-орієнтованості та розвитку підприємницьких компетентностей, що відображено, зокрема, у введенні СК16. Аналіз ВСО також засвідчив, що при розробленні та перегляді ОП здійснювався порівняльний аналіз вітчизняних і зарубіжних освітніх програм. Зокрема, враховано досвід провідних вітчизняних ЗВО (РДГУ, КНЕУ ім. В. Гетьмана, КНУ ім. Т. Шевченка, ЧНУ ім. Ю. Федьковича, ОНЕУ та ін.), що дозволило обґрунтувати практико-орієнтований підхід, вибір форми атестації та удосконалити зміст окремих освітніх компонентів і вибіркової складової. Вивчення іноземних програм (зокрема Bath Spa University, Politechnika Lubelska, Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego) сприяло посиленню цифрової та аналітичної складових ОП, що відображено у включенні відповідних ОК і навчальних модулів. Водночас ЕГ відзначає, що інформація щодо системності та регулярності аналізу досвіду аналогічних ОП подана узагальнено і не завжди супроводжується достатнім рівнем документального підтвердження. Отже, ЕГ дійшла висновку, що мета ОП та ПРН визначаються з урахуванням сучасних тенденцій розвитку науки, спеціальності та ринку праці, а також галузевого і регіонального контексту та досвіду аналогічних ОП. Водночас доцільним є посилення формалізації та документування результатів аналізу кращих вітчизняних і міжнародних практик.

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

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

Мета, структура, зміст і логіка побудови ОП «Маркетинг» узгоджуються з місією, візією та стратегічними цілями ЗВО, орієнтованими на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних до професійної діяльності в умовах цифрової трансформації економіки та розвитку ринку праці. ОП відповідає стандарту вищої освіти, забезпечує досягнення визначених ПРН та реалізується на 6 рівні НРК. Зміст ОП сформовано з урахуванням вимог сучасних тенденцій розвитку маркетингу (зокрема цифровізації, аналітики даних, електронної комерції), потреб ринку праці та регіонального контексту. Визначення мети та ПРН здійснюється із залученням заінтересованих сторін. Позитивними практиками є: системне врахування пропозицій роботодавців та здобувачів при розробленні та перегляді ОП; інтеграція сучасних тенденцій розвитку галузі (цифровий маркетинг, веб-аналітика, e-commerce) у зміст ОК; використання досвіду вітчизняних і зарубіжних освітніх програм при оновленні ОП; наявність додаткових компетентностей і ПРН, що виходять за межі стандарту та підвищують практичну релевантність підготовки здобувачів освіти.

## Недоліки

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. В ОП «Маркетинг» перелік посад у блоці «Придатність до працевлаштування» потребує точнішого обґрунтування щодо його релевантності фаховому спрямуванню ОП та бакалаврському рівню вищої освіти. 2. У протоколах кафедри відсутня інформація про відхилені пропозиції стейкхолдерів, що знижує прозорість комунікацій. 3. Недостатній рівень безпосереднього залучення роботодавців і здобувачів освіти до роботи у складі робочих груп з розроблення та перегляду ОП. 4. Узагальнений характер представлення результатів аналізу досвіду вітчизняних і іноземних ОП без належної системної фіксації та документування.

## Рекомендації

У межах щорічного перегляду ОП гаранту ОП, робочій групі, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу рекомендовано: 1. Уточнити й, за потреби, скоригувати перелік посад у розділі ОП «Придатність до працевлаштування», забезпечивши його чітку відповідність предметній області, фаховому спрямуванню ОП та першому (бакалаврському) рівню вищої освіти. 2. Забезпечити більш детальне протоколювання процесів обговорення ОП, зокрема з фіксацією прийнятих і відхилених пропозицій та їх обґрунтування. 3. Розширити практику безпосереднього залучення роботодавців і здобувачів до роботи у складі робочих груп з розроблення та перегляду ОП. 4. Систематизувати й документувати результати аналізу досвіду вітчизняних і зарубіжних освітніх програм із відображенням впливу цього аналізу на зміст ОП.

## Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

## Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО 2024 р. затверджена Вченою радою ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (далі ЗВО) (протокол №8 від 25.04.2024 р.) із внесеними змінами у 2025 р. схваленими в оновленій редакції ОП (протокол № 8 від 01.05.2025 р.) розроблена з врахуванням вимог Стандарту галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) РВО за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого Наказом МОН №1343 від 05.12.2018 року та Наказу МОН від 13.06.2024 р. №842 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти». Загальні вимоги до освітніх програм у ЗВО викладені в «Положенні про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/1QxRef>), «Положенні про формування, затвердження та оновлення освітніх програм» (<https://is.gd/N5lXaZ>), «Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти» (<https://is.gd/tkal6T>). До ОП додані Навчальні плани денної та заочної форм навчання затверджені рішенням Вченої ради ЗВО (протокол №8 від 25.04.2024 р.) зі змінами від 01.05.2025 р. протокол №8. На запит ЕГ через систему НА гарантом 01.04.2026 р. було надано робочі навчальні плани денної та заочної форм навчання на 2025-2026 н.р. затверджені ректором ЗВО від 29.05.2025 р. № 031/70-ОП. За результатами аналізу зазначених документів, ЕГ переконалася, що обсяг ОП «Маркетинг» складає 240 кредитів ЄКТС, що відповідає ч. 4 ст.5 Закону України «Про вищу освіту» та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) РВО. Обсяг обов'язкових ОК спрямованих на формування компетентностей, включно з практиками: навчальною (3 кредити ЄКТС), виробничою (організаційно-економічною) (6 кредитів ЄКТС) і виробничою (9 кредитів ЄКТС) становить 180 кредитів ЄКТС, або 75,0%, обсяг блоку вибіркових ОК становить 60 кредитів ЄКТС, тобто 25,0% загального обсягу ОП. Таке співвідношення відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту», відповідно до яких обсяг дисциплін за вільним вибором здобувачів має становити не

менше 25,0%. Редакції ОП «Маркетинг» та Навчальні плани 2022, 2024, 2025 років оприлюднені на сайті ЗВО на сторінці кафедри Менеджменту та маркетингу за посиланням (<https://is.gd/CAZWHo>), їх аналіз показав, що співвідношення обсягу обов'язкових та вибіркових ОК в різних редакціях ОП не змінювалося та відповідно становило: 180 кредитів ЄКТС (75,0%) обов'язкових ОК та 60 кредитів ЄКТС (25,0%) вибіркових ОК від загального обсягу ОП. Обсягу окремих ОК ОП становить не менше 3-х кредитів ЄКТС і не більше 12-ти кредитів ЄКТС, обсяг вибіркових ОК становить по 4 кредити ЄКТС для ОК, що входять до вибіркових блоків і по 3 кредити ЄКТС для вибіркових ОК, що входять до загально-університетських ОК на вибір здобувача. ЕГ проаналізовано ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО і встановлено відповідність Стандарту вищої освіти за обсягом, структурою, програмними компетентностями, програмними результатами навчання і формою атестації здобувачів.

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

ЕГ встановила, що ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО має чітку логічну структуру, що включає цикли загальної (ОК 1-5) та професійної підготовки (ОК 6-39). Загальний час навчання пропорційно розподілений за семестрами (30 кредитів ЄКТС в кожному семестрі) і за роками навчання, що відображено в структурно-логічній схемі підготовки бакалавра за ОП (розділ 2.2) та Навчальному плані. Наведена в ОП структурно-логічна схема відображає взаємозв'язок ОК. Обов'язкові ОК складають 180 кредитів ЄКТС (75,0%) від загального обсягу ОП. Обсяг навчальної практики (ОК20) у 4-му семестрі, виробничої (організаційно-економічної) (ОК29) у 6-му семестрі та виробничої (ОК36) у 8-му семестрі разом становить 18 кредитів ЄКТС. Атестація здійснюється у формі Атестаційного екзамену (1 кредит ЄКТС). Обсяг вибіркових ОК становить 60 кредитів ЄКТС (25,0%). Навчальний план сформований відповідно до опису ОП та структурно-логічної схеми. ЕГ проаналізувала Матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам ОП та Матрицю відповідності програмних результатів навчання відповідним компонентам ОП (розділи 4 і 5 даної ОП) і встановила, що ОП повною мірою забезпечує формування всіх програмних компетентностей і досягнення всіх включених до неї ПРН відповідно до Стандарту ВО, а також додаткових СК15, СК16 та ПРН19, ПРН20, що передбачені ОП 2024 р. зі змінами за рахунок обов'язкових ОК. За результатами аналізу робочих програм навчальних дисциплін, робочих програм навчальної, виробничої (організаційно-економічної) та виробничої практик, методичних вказівок до написання курсової роботи, програми Атестаційного екзамену, змісту лекцій та завдань, розміщених у середовищі Moodle, доступ до якого був наданий членам ЕГ на запит від 01.04.2026 р., ЕГ встановила, що заявлені в ОП компетентності і ПРН забезпечуються за рахунок зазначених обов'язкових ОК. Також, ЕГ встановила, що структура і зміст ОП забезпечують необхідні попередні знання та навички для засвоєння усіх ОК та проходження практик. ОК циклу загальної підготовки: ОК1 «Історія української державності та національної культури», ОК2 «Захист прав і свобод людини», ОК3 «Іноземна мова за професійним спрямуванням», ОК4 «Українська мова за професійним спрямуванням», ОК5 «Філософія» забезпечують формування загальнокультурних та громадянських компетентностей здобувачів ОП пов'язаних зі здатністю аналізувати суспільні процеси, усвідомлювати соціальну відповідальність та діяти відповідно до етичних норм. Таким чином, ЕГ констатує, що включені до ОП освітні компоненти дозволяють повністю досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання, а суттєвих недоліків за даним підкритерієм не виявлено.

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

Аналіз змісту ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО свідчить про відповідність предметній області, визначеній Стандартом спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО (Наказ МОН № 1343 від 05.12.2018 р.). На основі вивчення робочих програм та змісту обов'язкових ОК (отримавши доступ до системи Moodle від гаранта ОП через систему НА 01.04.2026 р.) ЕГ встановила, що вони деталізують предметну область спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО. Об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання відповідають тим, що визначені Стандартом. Теоретичний зміст предметної області відповідно до Стандарту передбачає чотири напрями. Суть маркетингу, як сучасної концепції управління бізнесом, реалізується через ОК: «Інформаційно-комунікаційні технології», «Основи веб-аналітики», «Основи веб-дизайну», «Цифровий маркетинг», «Тренінг «Розробка цифрового продукту». Понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови реалізується через ОК: «Вступ до фаху», «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова комунікація», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингові дослідження». Специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків реалізується через ОК: «Основи підприємництва», «Господарське право», «Поведінка споживачів», «Регіональна економіка», «Маркетинг соціальних мереж». Зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу реалізується через ОК: «Основи менеджменту», «Логістика», «Брендинг», «Електронна комерція», «Стратегічний маркетинг, «Ризик-менеджмент», «Зв'язки з громадськістю». За результатами зустрічей ЕГ із НПП, авторами ВСО, здобувачами визначено, що під час реалізації ОП використовуються сучасні методи навчання, серед яких: розгляд кейсів вітчизняних та зарубіжних компаній, круглі столи, дослідницькі проекти в межах вивчення ОК, гостьові та бінарні-лекції із практиками, використання сучасних цифрових маркетингових інструментів та платформ, зокрема: Google-аналітика, GoogleForms, Kahoot, Padlet та інші.

За ОП передбачено атестацію у формі Атестаційного екзамену. Під час опанування навчальних дисциплін, проходження навчальної, виробничої (організаційно-економічної) та виробничої практик, проходження Тренінга «Розробка цифрового продукту», підготовки курсової роботи здобувачі мають можливість оволодіти методами, методиками і технологіями та навчитися використовувати обладнання та інструменти, необхідні для професійної діяльності. Таким чином, ЕГ пересвідчилася в тому, що тематичне і змістовне наповнення ОК, Атестаційного екзамену, теми курсових робіт відповідають об'єкту вивчення та теоретичному змісту предметної області спеціальності 075 «Маркетинг».

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії (ІОТ) здобувачів у ЗВО регламентується: пп. 10.4 «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/QRQze4>) та «Положенням щодо вільного вибору здобувачами ВО навчальних дисциплін» (<https://is.gd/k8oqjQ>), яке визначає процедуру вибору вибіркових ОК у ЗВО. Формування ІОТ здобувачів ОП реалізується через вибір: вибіркових ОК у обсязі, що становить 25,0% від загальної кількості кредитів ЄКТС передбачених ОП; напрямів наукових досліджень; баз проходження практик; тем курсових робіт, тем самостійних завдань з ОК, що підтвердили здобувачі на зустрічі 5. На ОП реалізується змішана форма вибору ОК, що передбачає: 1) вибір здобувачами на 1-му курсі одного з 3-х вибіркових блоків ОК, вивчення якого, поглиблює та посилює додаткові компетентності здобувачів, результати вибору включаються до індивідуального навчального плану здобувача і становлять 36 кредитів ЄКТС; 2) щорічний вибір здобувачами вибіркових ОК із загальноуніверситетського переліку, які будуть вивчатися у наступному навчальному році, у загальному обсязі 24 кредити ЄКТС. Алгоритм вибору вибіркових ОК включає: ознайомлення із порядком, термінами і особливостями запису для вивчення вибіркових ОК; ознайомлення з анотаціями вибіркових ОК за блоками, РВО та семестрами вивчення у системі електронного навчання ЗВО; опрацювання результатів вибору здобувачів та формування деканатом службової записки щодо створення груп для вивчення вибіркових ОК на підставі даних електронної вибірки; остаточне опрацювання результатів вибору здобувачами ОК із скоригованого переліку, які не скористались правом вільного вибору, формування груп та потоків. Згідно робочих початкових планів та індивідуальних навчальних планів здобувачів завантажених до системи НА гарантом ОП 01.04.2026 р., здобувачі ОП мають можливість вивчати по 4 ВК на 2 курсі, 6 ВК на 3 курсі і 7 ВК на 4 курсі. За результатами опитування (<https://is.gd/PcBirr>) здобувачі ОП підтвердили реалізацію вільного вибору ОК на ОП, а на зустрічі 5 пояснили, що алгоритм здійснення вибору вибіркових ОК є зрозумілим та відкритим. Перегляд ОК, що пропонується на вибір здобувачів, здійснюється щорічно випусковою кафедрою. Разом з тим ЕГ відмічає, що анотації дисциплін за блоками обираються здобувачами на початку навчання, а тому доцільним є формування більш розширених анотацій із зазначенням тем усіх ОК, що входять в блоки, годин, що відводяться на аудиторне та самостійне вивчення ОК, семестрів, в яких вони будуть вивчатися. Також, ЕГ звертає увагу, що відповідно до пп. 1.1, 2.1 «Положення щодо вільного вибору здобувачами ВО навчальних дисциплін» здобувачі мають право вибирати ОК, що пропонуються для інших ОП та РВО, разом з тим не зрозуміла процедура вибору ОК, що пропонуються для інших РВО за допомогою Google Форми, так як вибір загальноуніверситетських вибіркових ОК у Google Формі передбачено окремо за РВО бакалавр і за РВО магістр.

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

ОП «Маркетинг» та НП передбачають практичну підготовку здобувачів ВО загальним обсягом 18 кредитів ЄКТС в рамках ОК20 «Навчальна практика» (3 кредити ЄКТС) у 4 семестрі, ОК29 «Виробнича (організаційно-економічна) практика» (6 кредитів ЄКТС) у 6 семестрі, ОК36 «Виробнича практика» (9 кредитів ЄКТС) у 8 семестрі, що відповідає дотриманню принципів логічності та послідовності місця кожного виду практики в навчальному плані та дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності здобувачів. Організація та проведення практичної підготовки здобувачів у ЗВО регламентується «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/1QxRe>), «Положенням про проведення практики здобувачами вищої освіти» (<https://is.gd/Ytgd3J>). ЗВО забезпечує здобувачів базами практик (<https://is.gd/NbPMbK>), а також здобувачі мають можливість самостійного вибору місця проходження практик за погодженням із керівництвом ЗВО, що було підтверджено здобувачами на зустрічі 5. Ознайомлення із робочими програмами навчальної, виробничої (організаційно-економічної) та виробничої практик показало, що зміст практик відповідає цілям ОП; навчальна практика забезпечує формування загальних компетентностей (ЗК 4, 6,11) та забезпечує досягнення ПРН 1, 16; виробнича (організаційно-економічна) та виробнича практики забезпечують формування загальних (ЗК 4-7) та спеціальних (СК 3, 6-7, 11, 14) компетентностей і забезпечують досягнення ПРН 2-6, 9, 11, 16, 17. ЕГ розглянула звіти з практики, завантажені гарантом до системи НА на запит ЕГ, (бази практики: ТОВ «Шепетівський ремонтний завод», ПП «ДСП ПЛЮС», КП «Рівненська обласна дитяча лікарня» РОР, торговельні заклади м. Рівне) і дійшла висновку, що обрані бази практики забезпечують досягнення мети і виконання завдань практики. Під час зустрічей 3, 4, 5, 6 та відкритої зустрічі ЕГ з'ясувала, що до навчальних занять залучаються практики та представники роботодавців, а також проводяться бінарні лекції із практиками (<https://is.gd/UINDzl>), зокрема: директор ТзОВ «ОПЕН СТОР» В. Підгрушний, директор ПП «ТАІР-РІВНЕ» Т. Семенюк, директор ТзОВ «ІН-БЕГ» О. Гордійчук, директор з маркетингу ТзОВ «ЮНІТ КРАФТ» О. Соколовська зазначили, що вони долучаються до проведення гостьових лекцій, знають рівень підготовки здобувачів ОП та готові брати їх на практику та роботу; співзасновник

HANDMADE-HUB UA М. Серветник зазначив, що залучений до проведення практичних занять за ОК «Маркетингові комунікації» на умовах погодинної оплати праці; співзасновник компанії «Agricom Group» П. Мельник, зазначив, що двоє здобувачів ОП проходили практику у відділі маркетингу, а 1 з них вже має часткове працевлаштування. За результатами вивчення ВСО, робочих програм практик, нормативного забезпечення організації і проведення практики здобувачами ВО у ЗВО, звітів з практик, зустрічей 3, 4, 5, 6 ЕГ констатує, що правила і процедури проведення практик здобувачів на ОП дотримуються та забезпечують досягнення результатів навчання.

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

ЕГ при вивченні ВСО та під час фокус зустрічей 3, 4, 5, 8, 9 з'ясувала, що здобувачі під час навчання набувають соціальних навичок, які відповідають меті ОП «Маркетинг» за рахунок опанування як обов'язковими ОК (ОК3 «Іноземна мова за професійним спрямуванням», ОК4 «Українська мова за професійним спрямуванням», ОК6 «Інформаційно-комунікаційні технології», ОК11 «Психологія», ОК12 «Маркетинг», ОК14 «Основи веб-аналітики», ОК17 «Основи менеджменту», ОК18 «Поведінка споживачів», ОК22 «Маркетингові комунікації», ОК25 «Цифровий маркетинг», ОК30 «Брендинг», ОК32 «Маркетингові дослідження», ОК34 «Маркетинг», ОК34 «Маркетинг соціальних мереж», ОК35 «Тренінг «Розробка цифрового продукту», ОК38 «Зв'язки з громадськістю») так і вибіркового ОК, що формують у здобувачів комунікативні та лідерські навички, компетентності щодо вміння працювати з інформацією в офлайн і цифровому середовищах, вміння презентувати результати своєї роботи із застосуванням сучасних цифрових маркетингових інструментів (Canva, Figma, платформи AI), навички роботи в команді, здатність брати на себе відповідальність, логічно і критично мислити, самостійно приймати обґрунтовані рішення тощо. НПП та здобувачі ВО під час зустрічей 4, 5 підтвердили наведену у ВСО інформацію стосовно формування соціальних навичок здобувачів під час навчання за ОП «Маркетинг» за рахунок залучення здобувачів до різноманітних заходів: круглих столів, дебатів, брейн-рингів, участі у студентських конференціях, конкурсах наукових робіт, зокрема: Міжнародному конкурсі з української мови імені Петра Яцика, Міжнародному конкурсі «Реклама-Фест 2025», Конкурсі наукових робіт імені академіка Степана Дем'янчука на тему «Проблеми війни та миру: український вимір», під час проходження навчальної, виробничої (організаційно-економічної) та виробничої практик, участі здобувачів у «Школі лідера» (<https://is.gd/4uEa4r>), студентському науковому товаристві «Джерело» (<https://is.gd/zYDEEk>), «Центрі фахових студій» (<https://is.gd/vGtN7S>) та інших заходах, що сприяють вмінню працювати в команді, креативності, стресостійкості, здатності до вирішення комплексних проблем та аналітичного мислення. На зустрічі 9 ЕГ дізналася, що органи студентського самоврядування проводять заходи із залучення здобувачів до громадських та волонтерських ініціатив, зокрема допомоги ЗСУ, заходів, що розвивають креативність, вміння працювати в команді тощо. Під час зустрічі ЕГ із стейкхолдерами роботодавці наголосили на важливості соціальних навичок маркетологів в контексті вимог ринку праці: зокрема вміння швидко адаптуватися до вимог ринку, бути комунікабельним, знати і вміти застосовувати сучасні цифрові маркетингові інструменти.

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

ЕГ ознайомила з ВСО, «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/1QxRef>), ОП, НП, робочими навчальними планами (завантаженими на запит ЕГ гарантом ОП в систему НА від 01.04.2026 р.) і з'ясувала, що обсяг ОП становить 240 кредитів ЄКТС (7200 год.), з них обсяг аудиторних занять (лекції та практичні заняття) для денної форми навчання становить 2656 год., самостійна робота - 4544 год. Обсяг кредитів, що відводиться ОП та навчальним планом, на вивчення вибіркового ОК становить 60 кредитів ЄКТС (1800 год.) або 25,0% від загальної кількості кредитів ЄКТС передбачених ОП. Графіком навчального процесу та навчальним планом передбачено рівномірне навчальне навантаження за семестрами по 30 кредитів ЄКТС (900 год.). Навчальний план та графік освітнього процесу на 2025-2026 н.р. для ОП (<https://is.gd/MEMdXs>) передбачають проведення навчальних занять та практичної підготовки обсягом 34 тижні на 1-3 курсах та 32 тижні на 4 курсі, що відповідає п.2, ст 49 ЗУ «Про вищу освіту». Під час зустрічі 7 начальник навчального відділу повідомила, що при розподілі навчального навантаження здобувачів першого (бакалаврського) РВО тижневе аудиторне навантаження становить не більше 24 год., розподіл навчального навантаження між аудиторними годинами і самостійною роботою здобувача, регламентується робочим навчальним планом і знаходиться, в межах від 1/3 до 2/3 загального обсягу навчального часу здобувача відведеного для вивчення ОК. На обов'язкові ОК аудиторне навантаження може становити 50%, на вибіркові не менше ніж 33% від загального обсягу годин на ОК, решта часу відводиться на самостійну роботу. ЕГ зазначає, що тижневе аудиторне навчальне навантаження здобувачів за НП не перевищує 24 год. та становить: у 1 семестрі - 22,7 год., у 2 семестрі - 22,4 год., у 3 семестрі - 22,0 год., у 4 семестрі - 20,6 год., у 5 семестрі - 20,0 год., у 6 семестрі - 18,0 год., у 7 семестрі - 21,3 год., у 8 семестрі - 17,3 год. Аналіз змісту ОК ОП показав достатність обсягу аудиторної та самостійної роботи для досягнення ПРН. За результатами зустрічей 2, 4, 5, 7 ЕГ з'ясувала, що моніторинг фактичного навчального навантаження здобувачів здійснюється за результатами опитування здобувачів (<https://is.gd/jBhigY>, <https://surl.li/nuzybr>), результати відповідей засвідчують, що 94% здобувачів ОП вважають тижневе навантаження (кількість пар у тиждень) оптимальним; 96% - задовольняє співвідношення обсягу аудиторного навантаження та самостійної роботи за ОК ОП. Під час зустрічі 5 здобувачі ОП стверджували, що не відчувають перенавантаження під час навчального процесу. Обсяг кожної ОК, як правило, складає від 3 до 8 кредитів ЄКТС, обсяг ОК «Економічна теорія» та ОК «Виробнича практика» складає по 9 кредитів ЄКТС, ОК «Виробнича (організаційно-економічна) практика» - 6 кредитів ЄКТС, ОК «Навчальна практика» - 3 кредити ЄКТС, «Атестаційний екзамен» - 1 кредит ЄКТС. ЕГ констатує, що обсяг ОК відповідає законодавству, фактичному навантаженню здобувачів та є достатнім для досягнення ПРН.

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

Підготовка за дуальною формою освіти за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО не здійснюється. У ОП та НП та включено ОК 20 «Навчальна практика» обсягом 3 кредитів ЄКТС, ОК29 «Виробнича (організаційно-економічна) практика» - 6 кредитів ЄКТС, ОК36 «Виробнича практика» обсягом 9 кредитів ЄКТС, а також ОК35 «Тренінг «Розробка цифрового продукту» - 3 кредити ЄКТС. Практикоорієнтованість ОП також забезпечується проведення майстер-класів, бінарних лекцій, семінарів і практичних занять представниками бізнес-структур, державних органів, громадських організацій, іноземних ЗВО та професійних спільнот, зокрема ТОВ «МВКОМ» (<https://is.gd/hPH84i>), SMOKOKO LTD (<https://is.gd/t6Wh7v>), НБУ (<https://is.gd/IxmrYj>), ТОВ «Ю-КОНТРОЛ» (<https://is.gd/OyGJTv>), маркетингової агенції SEOTM Digital Agency (<https://is.gd/UINDzl>), ПП «Домова служба» (<https://is.gd/tFuiAA>), Незалежної медіа профспілки України (<https://is.gd/9Xl4Hy>), Громадянської мережі «Опора» (<https://is.gd/8oW2Q2>), обласного центру зайнятості (<https://is.gd/xeniIc>), ПП «Модена» (<https://is.gd/czqNWB>), ТОВ «СМАРТ ППЛ ГРУП» (<https://is.gd/uQdbx8>) та ін. Інформація про проведені заходи висвітлюється на сторінці новин факультету (<https://is.gd/qCwDi8>), Центру фахових студій (<https://is.gd/vGtN7S>). На зустрічі 4 НПП також поінформували ЕГ, що на практичних заняттях розглядаються кейси реальних вітчизняних та міжнародних підприємств, активно використовуються аналітичні платформи провідних консалтингових компаній: McKinsey, PwC, Deloitte, що забезпечує перехід від описової аналітики до управління на основі реальних даних. На зустрічах 3, 4, 5, 6 ЕГ отримала інформацію та підтвердження, що до проведення занять залучаються представники бізнесу та практики, зокрема в межах викладання ОК «Зв'язки із громадськістю» на університетську телевізійну студію була запрошена кореспондентку ТСН Анну Махно, яка провела для здобувачів (<https://is.gd/pXGBRc>) серію майстер-класів із створення рекламних роликів, які потім було розміщено на YouTube-каналі ЗВО. На відкритій зустрічі та на зустрічі із стейкхолдерами представники бізнесу підтвердили, що залучаються до проведення гостьових лекцій, зокрема, голова спеціалізованого виробничого сільськогосподарського кооперативу «Селянський ліс» В. Москвич зазначив, розповів, що має досвід роботи в маркетингу 15 років в різних сферах, і долучається до проведення практичних занять із ОК «Маркетингові дослідження»; співзасновник HANDMADE-HUB UA М. Серветник розповів, що залучений до проведення практичних занять за ОК «Маркетингові комунікації» на умовах погодинної оплати праці. На зустрічі 5 здобувачі підтвердили, що практики долучаються до проведення занять і зазначили, такий формат навчання є для них цікавим та корисним для формування професійних скілів.

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

ОП «Маркетинг» спрямована на досягнення цілей сталого розвитку (ЦСР) відповідно до програми ООН (<https://is.gd/UEKqeH>), що реалізується через зміст та викладання відповідних ОК. Зокрема, ОК1, ОК2, ОК5 сприяють формуванню розуміння демократичних цінностей, прав людини та принципів сталого розвитку суспільства; ОК12, ОК18, ОК28, ОК30 закладають принципи соціально-етичного маркетингу та відповідального споживання; ОК14, ОК25, ОК31 забезпечують розвиток цифрових і інноваційних компетентностей для сталого управління; ОК7, ОК10, ОК26, ОК32 формують аналітичне мислення для дослідження суспільно-економічних процесів. Аналіз робочих програм та інформація отримана на зустрічах 3 і 4 від авторів ВСО та НПП додатково підтверджує, що в межах викладання ОК10 «Економічна теорія» розглядається тема економічного зростання через призму сталого розвитку, в тому числі екологічну та соціальну стійкість; в межах ОК12 «Маркетинг» вивчається тема соціально-етичного маркетингу, де розкриваються питання принципів сталого розвитку та їх впливу на маркетинг, стратегії екологічного маркетингу; в межах ОК28 «Логістика» розглядається питання впливу виробничої логістики на навколишнє середовище та зворотньої логістики; також гарант повідомила, що в межах вивчення вибіркового ОК «Основи товарознавства» і ОК «Експертиза товарів і послуг» розглядаються питання принципів сталого розвитку щодо поводження із відходами та їх захоронення. Гарант ОП приймала участь у міжнародному проєкті Jean Monnet «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація», що підтверджено сертифікатом № BSA 462/2024, і імплементує результати проєкту під час викладання ОК.

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

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

Обсяг ОП та окремих ОК ОП Маркетинг відповідають законодавству та стандарту вищої освіти для першого(бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Зміст ОП має чітку структуру, освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання, зміст ОП забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів. Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг». Структура і зміст ОП передбачають

можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі 60 кредитів ЄКТС (25,0% від загального обсягу ОП), що повністю відповідає ЗУ «Про вищу освіту». Освітня програма та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності. ОП передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок. Обсяг окремих освітніх компонентів відповідає законодавству, фактичному навантаженню здобувачів та програмним результатам навчання. Структура ОП, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість ОП. ОП забезпечує набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722.

## **Недоліки**

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. Анотації блоків вибіркового ОК містить детальний опис мети та результатів навчання, а також перелік дисциплін із зазначенням кредитів і форми контролю, однак відсутня конкретизація змісту кожної вибіркової ОК, що входить до блоку: переліку тем, зазначення годин (чи співвідношення годин), що передбачені на аудиторне та самостійне вивчення ОК і семестру їх вивчення. 2. Не зрозуміло яким чином здобувачі можуть здійснити вибір вибіркового ОК, які пропонуються для інших РВО при здійсненні вибору через Google Форму.

## **Рекомендації**

1. З огляду на те, що здобувачі ОП під час вибору блоків вибіркового ОК фактично обирають основний напрям посилення власних компетентностей, а також з метою підвищення прозорості й обґрунтованості такого вибору, гаранту ОП, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу, навчально-методичному відділу ЗВО під час оновлення переліку вибіркового ОК у 2026/2027 н. р. рекомендовано доповнити анотації блоків вибіркового ОК переліком тем кожної вибіркової ОК, інформацією про кількість годин або співвідношення годин, відведених на аудиторну та самостійну роботу, а також зазначенням семестру вивчення кожної ОК. 2. Керівництву ЗВО, начальнику навчального відділу, а також відповідальному за функціонування системи дистанційного навчання рекомендовано детально описати та запровадити процедуру вибору здобувачами вибіркового ОК, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, у разі здійснення такого вибору через Google Форму.

## **Рівень відповідності Критерію 2.**

Рівень В

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

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

Правила прийому на навчання до ЗВО є чіткими, зрозумілими, недискримінаційними та оприлюдненими на офіційному вебсайті закладу (<https://is.gd/26D3Oj>). ЕГ встановила, що вступники мають відкритий доступ до інформації про умови вступу, етапи конкурсного відбору, вимоги до вступу на різних освітніх рівнях і основах вступу, а також до інших відомостей, необхідних для прийняття поінформованого рішення щодо вступу на ОП. У правилах прийому також відображено умови вступу для різних категорій вступників, зокрема для осіб, які вступають на основі НРК5 та НРК6, а також інформацію щодо можливостей навчання за кошти державного чи регіонального замовлення. На офіційному сайті ЗВО оприлюднено і положення щодо підтримки окремих категорій вступників, зокрема обдарованої молоді, що додатково свідчить про належний рівень інформаційної відкритості вступної кампанії (<https://is.gd/95Ynzi>). Під час аналізу матеріалів акредитаційної справи ЕГ не виявила положень, які б містили ознаки дискримінації чи необґрунтованого обмеження доступу до ОП. Щорічне оновлення правил прийому здійснюється відповідно до чинного Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти та нормативних документів МОН України. Отже, правила прийому на навчання за ОП є доступними, зрозумілими, недискримінаційними та такими, що загалом відповідають вимогам законодавства.

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

ЕГ встановила, що правила прийому на навчання за ОП формуються та щорічно оновлюються відповідно до чинного законодавства України, з урахуванням вимог вступної кампанії поточного року. Затвердження правил прийому відбувається на рівні Вченої ради ЗВО, що забезпечує їх офіційний і колегіальний характер. Під час аналізу матеріалів акредитаційної справи ЕГ дійшла висновку, що правила прийому загалом враховують особливості ОП у тій мірі, у якій це передбачено загальнодержавними умовами вступу. Перелік предметів НМТ для вступу відповідає вимогам МОН України для спеціальності, а для вступників на базі НРК5 програма фахового випробування щорічно розглядається та затверджується на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу. Крім того, правила прийому передбачають встановлення мінімальної кількості балів за кожним конкурсним предметом і відповідних вагових коефіцієнтів. Водночас специфіка ОП у правилах прийому виявляється переважно через загальні вимоги до вступу на відповідний рівень вищої освіти, а не через окремі унікальні механізми добору, що не суперечить чинному нормативному регулюванню. Таким чином, правила прийому на навчання за ОП загалом враховують її особливості в межах чинного порядку вступу та забезпечують прозорі умови конкурсного відбору. Отже, ЕГ дійшла висновку, що правила прийому на навчання за ОП є такими, що загалом враховують її особливості та відповідають встановленим вимогам.

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

У ЗВО нормативно визначено порядок визнання результатів попереднього навчання, що створює передумови для реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів. ЕГ встановила, що правила і процедури визнання результатів навчання, здобутих на інших освітніх програмах, є загалом чіткими, доступними та зрозумілими для учасників освітнього процесу. Питання визнання результатів навчання регулюються, зокрема, Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу (<https://is.gd/Y2DRfo>), Положенням про організацію освітнього процесу (<https://is.gd/IfC61A>) та Положенням про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення осіб, які навчаються у МЕНУ ім. акад. С. Дем'янука, а також надання їм академічної відпустки (<https://is.gd/Cchlmj>). Зокрема, під час вступу осіб на основі НРК5 передбачено можливість перезарахування раніше здобутих результатів навчання на підставі академічної довідки або інших документів, що підтверджують обсяг і зміст опанованих освітніх компонентів. У ВСО конкретизовано, що обсяг можливого перезарахування кредитів ЄКТС визначається залежно від попереднього рівня та спеціальності здобувача, а академічна різниця встановлюється профільною кафедрою на підставі затвердженої ОП і навчального плану. На ОП наявні приклади перезарахування кредитів здобувачам, поновленим або зарахованим на навчання на підставі документів, виданих іншими ЗВО чи за іншими ОП, зокрема із перезарахуванням 49, 44 і 48 кредитів ЄКТС відповідно. Водночас під час проведення експертизи ЕГ не було виявлено прикладів реалізації академічної мобільності здобувачів за цією ОП, що не дає змоги повною мірою оцінити практичну результативність процедур визнання результатів навчання, здобутих на інших ОП, саме в межах програм академічної мобільності. Отже, у ЗВО наявні нормативно визначені та частково апробовані процедури визнання результатів навчання, здобутих на інших ОП, однак практична реалізація цього механізму в частині академічної мобільності за ОП наразі не має достатнього підтвердження.

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

У ЗВО нормативно врегульовано процедуру визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. Відповідний порядок визначено у Положенні про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті (<https://is.gd/5SCuH1>). Процедура передбачає можливість часткового або повного перезарахування окремих тем чи ОК за умови підтвердження здобувачем відповідних результатів навчання документально, зокрема сертифікатами про проходження курсів на відповідних платформах. Визнання таких результатів допускається як для обов'язкових, так і для вибіркового ОК, а обсяг визнаних результатів не може перевищувати 10% загального обсягу кредитів, передбачених ОП, і не більше 6 кредитів у межах навчального року на бакалаврському рівні. Під час зустрічей зі здобувачами та НПП ЕГ встановила, що учасники освітнього процесу загалом обізнані з можливістю такого перезарахування. Це додатково підтверджено на зустрічі зі здобувачами (зустріч 5), де наведено конкретний приклад: здобувачу ОП було зараховано два змістових модулі з ОК «Цифровий маркетинг» за результатами успішного проходження онлайн-курсів Google на платформі Coursera. Водночас ЕГ відзначає, що кількість випадків практичного визнання результатів навчання, здобутих у межах неформальної та/або інформальної освіти, за ОП залишається незначною. Це свідчить про наявність відповідного механізму, але водночас вказує на потребу в подальшій активізації практики його використання. Отже, у ЗВО наявні чіткі та доступні правила визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та/або інформальній освіті, а сама процедура застосовується на практиці, хоча масштаби її реалізації за ОП наразі є обмеженими.

## Загальний аналіз щодо Критерію 3:

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

ЕГ дійшла висновку, що ОП загалом відповідає вимогам Критерію 3. Правила прийому є чіткими, зрозумілими, недискримінаційними, враховують особливості ОП та оприлюднені на офіційному вебсайті ЗВО. Позитивною практикою є належний рівень інформаційної відкритості щодо умов вступу, а також наявність механізмів підтримки окремих категорій вступників.

### Недоліки

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. Практика визнання результатів навчання, здобутих у межах неформальної та/або інформальної освіти, на ОП є наявною, однак кількість таких випадків залишається незначною. 2. На ОП відсутні приклади реалізації академічної мобільності здобувачів, що не дає змоги повною мірою оцінити практичну результативність процедур визнання результатів навчання, здобутих на інших ОП, зокрема в межах програм академічної мобільності. 3. Практична реалізація процедур визнання результатів навчання як інструменту розширення індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів потребує подальшого розвитку.

### Рекомендації

1. Гаранту ОП, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу, НПП упродовж 2026/2027 н. р. рекомендовано посилити інформування здобувачів щодо можливостей визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та/або інформальній освіті, зокрема через систематичне роз'яснення процедур, умов і прикладів успішного перезарахування. 2. Гаранту ОП, декану економічного факультету та відповідним структурним підрозділам упродовж 2026/2027 н. р. рекомендовано активізувати роботу щодо розвитку академічної мобільності здобувачів, зокрема шляхом налагодження партнерств із вітчизняними та закордонними ЗВО, а також популяризації таких можливостей серед здобувачів. 3. Гаранту ОП, робочій групі та відповідним структурним підрозділам упродовж 2026/2027 н. р. рекомендовано узагальнювати й поширювати практику визнання результатів попереднього, неформального та інформального навчання як інструменту реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів.

### Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

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

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

ЕГ встановила, що освітній процес за ОП відповідає вимогам чинного законодавства України, зокрема ЗУ «Про освіту» (<https://is.gd/v1Y9K6>), ЗУ «Про вищу освіту» (<https://is.gd/gj75dA>). Відповідно до ст. 48, п.1 ЗУ «Про вищу освіту» та ЗУ «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (<https://is.gd/KneHWZ>) освітній процес у ЗВО здійснюється українською мовою, п.2.9. «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/IfC61A>). На ОП «Маркетинг», форми й методи навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу, принципам академічної свободи та сприяють досягненню заявлених в ОП меті, цілям та ПРН, що було підтверджено під час зустрічей 1, 3, 4, 5, 7, аналізу РП, результатів анкетувань здобувачів та гостьового доступу до системи Moodle. Форми навчання та форми організації освітнього процесу регламентуються розділами 4-5 «Положення про організацію освітнього процесу». Аналіз ОП, навчальних планів, робочих навчальних планів та розділів 4-5 «Положення про організацію освітнього процесу» дозволив встановити, що основними формами навчання за ОП є денна і заочна; основними формами організації освітнього процесу є: навчальні заняття (лекції, практичні та семінарські), самостійна робота (в тому числі виконання курсової роботи), практична підготовка (навчальна, виробнича (організаційно-економічна) і виробнича практики), контрольні заходи. Для досягнення мети та ПРН ОП НПП в освітньому процесі використовує традиційні та сучасні інноваційні методи навчання: презентації, розгляд кейсів вітчизняних та зарубіжних компаній і агенцій, дослідницькі методи, круглі столи, дискусії, гостьові лекції, бінарні заняття, підготовка доповідей, презентацій, есе та інші методи, які зазначені в робочих програмах ОК. Засобами навчання є літературні та інтернет-джерела, технічні засоби (комп'ютери, ноутбуки), сучасні аналітичні інструменти і програмне забезпечення, такі як Google-аналітика, GoogleForms, Kahoot, Padlet та інші. На ОП здобувачі можуть скористатися навчальними курсами розміщеними у електронному середовищі забезпечення дистанційного навчання на платформі MOODLE (<https://is.gd/qDtXBf>). Форми та методи навчання обираються в залежності від особливостей ОК з метою забезпеченню досягнення ПРН та

заохочення активної участі здобувачів в освітньому процесі. Студентоцентричний підхід реалізується через формування індивідуальної траєкторії здобувача (вивчення вибіркового дисциплін, вибору теми курсової роботи, місця проходження практики, вибору теми самостійних завдань з ОК, вибору напрямів та форм наукових досліджень тощо), що було підтверджено здобувачами на зустрічі 5. Результати опитувань здобувачів ОП (<https://is.gd/7tT2jB>), щодо якості ОП «Маркетинг», якості практичної підготовки, якості викладання навчальних дисциплін та інших опитувань, в цілому позитивно оцінюють застосування методів навчання і викладання та підтверджують реалізацію вільного вибору дисциплін на ОП.

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

ЕГ встановила, що усі учасники освітнього процесу мають змогу вчасно отримати інформацію щодо цілей, змісту, програмних результатів навчання, критеріїв оцінювання в межах ОК. У відкритому доступі на сайті кафедри Менеджменту та маркетингу (<https://is.gd/TOpIKb>) розміщено: ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО редакцій 2022, 2024, 2025 років, а також навчальні плани до них (<https://is.gd/C1FDCV>), силабуси навчальних дисциплін (<https://is.gd/BatL91>), робочі програми обов'язкових ОК, в тому числі практик та методичні вказівки до написання курсової роботи, а також програма атестаційного екзамену (<https://is.gd/DqVLFo>). На сайті економічного факультету (<https://is.gd/qdNnuj>) розміщено графік освітнього процесу (<https://is.gd/MEMdXs>) та інша корисна інформація. Розклад занять розміщується на інформаційних стендах біля деканату факультету та є на платформі Moodle. На сайті ЗВО у вкладці Для студентів розміщена інформація щодо процедури здійснення вибору вибіркового ОК та посилання на каталоги дисциплін за рівнями ВО (<https://is.gd/sPelE5>), з яким здобувачі можуть ознайомитися та здійснити вибір за індивідуальним логіном та паролем (<https://is.gd/kFWxsZ>). Критерії оцінювання, як і мета ОК ПРН, описані в силабусах, робочих програмах ОК, які також розміщені на платформі Moodle (<https://is.gd/uGJNus>), в чому ЕГ переконалася, отримавши тимчасовий доступ до системи. Доступ до системи Moodle здобувачі мають за індивідуальним логіном і паролем, які вони отримують на початку першого курсу і який підтримується протягом всього терміну навчання. На зустрічі 4 із НПП ЕГ отримала інформацію, що на першому занятті викладачі роз'яснюють здобувачам особливості порядку та критеріїв оцінювання в межах кожної ОК. На зустрічі 5 зі здобувачами ОП ЕГ отримала підтвердження, що вони на першому занятті вони отримують всю необхідну інформацію щодо цілей, змісту та результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання різних видів робіт за кожною ОК безпосередньо від викладача та можуть отримати таку інформацію із силабусів та робочих програм. Для комунікації між викладачами і здобувачами створюються чати в месенджерах, зокрема у Viber. На ОП проводиться опитування здобувачів щодо рівня задоволеності освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою (<https://is.gd/SCveEC>), за результатами якого здобувачі зазначили, що їх задовольняє рівень освітньої підтримки з боку деканату, гаранта, куратора, викладачів; здобувачам зручно отримувати інформацію про діяльність університету із сайту ЗВО, месенджерів, інформаційних стендів, спілкування із куратором, працівниками ЗВО, студентською радою; а також здобувачів влаштовує рівень консультативної підтримки з боку деканату, викладачів кафедри, куратора, студентської ради.

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

ЕГ встановлено, що реалізація ОП передбачає поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП шляхом: проходження навчальної, виробничої (організаційно-економічної) та виробничої практик; проходження тренінгу «Розробка цифрового продукту»; написання та захисту курсової роботи; виконання індивідуальних завдань за ОК, що передбачають проведення дослідження та підготовка доповіді та презентації для її представлення. На зустрічах 4 із НПП та 5 із здобувачами ЕГ отримала підтвердження, що в межах вивчення ОК здобувачі заохочуються до проведення наукових досліджень, підготовки та публікації тез, наукових статей, виступів на конференціях, прийнятті участі у конкурсах наукових робіт. На зустрічі 5 здобувачі надали інформацію, що вони приймають участь у різноманітних наукових заходах, зокрема: Ярмолка О. приймала участь у Міжнародному конкурсі з української мови імені Петра Яцика, де зайняла 3 місце; здобувачки ОП: Герба О. та Ярмолка С. прийняли участь та зайняли 2 місце у VII-му Міжнародному конкурсі «Реклама-Фест 2025», організованому ОНЕУ (<https://is.gd/WXBOuH>), здобувачі Ярмолка О. та Ярмолка С. взяли участь у конкурсі постерів у рамках тижня української культури у Великій Британії за програмою Twinning, реалізований у співпраці з Університетом Бат Спа (Велика Британія) (<https://is.gd/RgzTu3>). Здобувачі ОП постійно долучаються до різноманітних конференцій як тих, що проводяться у ЗВО так і в інших закладах, приймають участь у студентському науковому товаристві «Джерело» (<https://is.gd/zYDEEk>). НПП на зустрічі 5 повідомили, що здобувачі в межах вивчення ОК проводять різноманітні наукові дослідження і представляють результати своїх досліджень на наукових конференціях та конкурсах: щорічній Всеукраїнській НПК молодих науковців «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки, управління та адміністрування в Україні», що проходить на базі економічного факультету (<https://is.gd/zYDEEk>), МНПК конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку регіонів», що проводиться у ЗВО у співпраці з Університетом Бат Спа (Велика Британія) (<https://is.gd/1wQBUs>, <https://is.gd/rsv9PC>); МНПК «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами», що проводиться на базі Луцького НТУ (<https://is.gd/oPbPte>) та інших наукових конференціях та конкурсах. У ЗВО видається «Збірник наукових праць здобувачів вищої освіти та молодих учених ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», в якому здобувачі ОП мають можливість публікувати результати своїх наукових досліджень безкоштовно. ЕГ на зустрічі 6 із стейкхолдерами встановила, що вони залучаються до проведення круглих столів, конференцій, що

проодяться на кафедрі менеджменту та маркетингу та економічному факультеті. На зустрічах ЕГ з гарантом, НПП та здобувачами ЕГ відмітила зацікавленість НПП та здобувачів до поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП у ЗВО.

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

Порядок затвердження, перегляду, оцінювання та оновлення змісту ОК на ОП відбувається відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/IfC61A>) і «Методичних рекомендацій до складання РПНД» (<https://is.gd/QmtDCQ>). На зустрічі з авторами ВСО повідомили ЕГ, що РПНД розробляється на термін дії навчального плану, але щорічно оновлюється з врахуванням результатів рекомендацій здобувачів (за результатами анкетувань, інформації отриманої під час занять); рекомендацій роботодавців (в яких ЕГ переконалася під час зустрічі 6 із стейкхолдерами), сучасних практик, результатів наукових досліджень НПП та підвищення кваліфікації. Поточні зміни до РПНД вносяться щорічно до початку нового навчального року при зміні або уточненні: списку викладачів, які працюватимуть за даною програмою; програми навчальної дисципліни; завдань для самостійної роботи; системи контролю та оцінювання знань; рекомендованих джерел інформації тощо. Зміни обговорюються та затверджуються на засіданні кафедри, погоджуються з гарантом освітньої програми і затверджуються в оновленій РПНД. Викладачі кафедри (<https://is.gd/LnMR1X>) регулярно проходять підвищення кваліфікації (стажування), беруть участь у проведенні наукових досліджень, міжнародних та всеукраїнських НПК; вебінарах, тренінгах, майстер-класах, курсах, результати яких обговорюються на методичних семінарах і кращі підходи, методики, інструменти імплементуються під час оновлення РПНД за тими ОК, в яких доцільно їх застосовувати. На зустрічі 4 НПП повідомили інформацію, що викладачі проводять систематичні наукові дослідження актуальних питань відповідно до ОК, які вони викладають і запроваджують результати цих досліджень під час викладання ОК, зокрема, Ліщук Н.В. провела наукове дослідження, результати якого були відображені в монографії «Адаптація системи управління еколого-економічними відносинами до умов інноваційної економіки» та були використанні при оновленні ОК «Регіональна економіка»; Демидюк С.М. за результатами проходження курсу «Основи цифрового маркетингу та електронної комерції» на платформі Coorsera запровадив кращі практики при викладанні ОК «Цифровий маркетинг»; Шимко О.В. за результатами участі в міжнародному проєкті Jean Monnet «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація» та круглому столі «Європейські цінності та найкращі практики розвитку міст і територій в напрямку сталого розвитку» (<https://is.gd/LnMR1X>, <https://is.gd/VnFnlr>) впровадила в ОК «Маркетинг» при формуванні теми 12 кейси реальних бізнес-моделей сталого розвитку у контексті розвитку концепції соціально-етичного маркетингу та маркетингу відповідальності. За результатами аналізу РПНД, змістовного наповнення ОК в системі Moodle, зустрічей із гарантом, НПП, здобувачами ЕГ пересвідчилась, що ОК ОП доповнюються відповідно до сучасних тенденцій у сфері цифровізації, врахуванні регіональних аспектів і сучасних практик у відповідній галузі, наукових досліджень НПП та досвіду отриманого під час міжнародного стажування.

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

У ЗВО сформована Стратегія інтернаціоналізації на 2023-2028 роки (<https://is.gd/1xl8sy>), укладені договори про співпрацю з іноземними ЗВО та партнерами (<https://is.gd/Rmclxj>). ЕГ, за результатами аналізу ВСО, сайту ЗВО, зустрічей із фокус групами, підтверджує, що інтернаціоналізація освітньої діяльності за ОП Маркетинг реалізується через залучення до реалізації ОП НПП, що проходили підвищення кваліфікації та стажування у співпраці з українськими і закордонними партнерами, зокрема у міжнародних програмах і стажуваннях у WASE (Польща) та Bath Spa University (Велика Британія) (<https://is.gd/JhxxRS>), а також у міжнародній грантовій програмі імені Лейна Кіркланда на базі Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, що підтверджується поданими сертифікатами (<https://is.gd/VtXrmk>); участі викладачів у роботі міжнародних конференцій (<https://is.gd/oPbPte>, <https://is.gd/zFotW1>, <https://is.gd/3h1AEq>; <https://is.gd/W4WDci>); проведенні семінарів та воркшопів від Школи Бізнесу Університету Бат Спа (Велика Британія) (<https://is.gd/UE1kdz>, <https://is.gd/EHDJJj>, <https://is.gd/qMiSJ4>). ЕГ відзначає залучення здобувачів ОП до програм міжнародних онлайн заходів, зокрема участі здобувачів ОП: Ярмолки О. та Ярмолки С. у конкурсі постерів у рамках тижня української культури у Великій Британії за програмою Twinning, реалізований у співпраці з Університетом Бат Спа (Велика Британія) (<https://is.gd/RgzTy3>); участі здобувачів ОП у МНПК конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку регіонів», що проводиться у ЗВО у співпраці з Університетом Бат Спа (Велика Британія) (<https://is.gd/1wQBUs>, <https://is.gd/rsv9PC>). Поряд із позитивними сторонами, ЕГ відзначає, низьку залученість здобувачів ОП у програмах семестрової міжнародної мобільності, що пов'язано поряд із іншими чинниками, із обмеженнями щодо перетину кордону чоловіками в умовах воєнного стану. Здобувачі ОП мають безкоштовний доступ до міжнародних інформаційних ресурсів та баз даних: Scopus, WoS, ScienceDirect; Google Scholar; Library of Congress; Cambridge University Press, ResearchGate, Oxford Academic. Викладання ОК іноземною мовою на ОП не здійснюється.

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

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

ЕГ встановила відповідність критерію 4. ОП та освітня діяльність за ОП відповідають вимогам підкритеріїв: форми, засоби та технології навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу, принципам академічної свободи та сприяють досягненню заявленій в освітній програмі меті та програмним результатам навчання. Усі учасники освітнього процесу мають змогу вчасно отримати інформацію щодо цілей, змісту і програмних результатів навчання, освітньо-професійна програма розміщена на сайті ЗВО у відкритому доступі, критерії оцінювання, як і мета дисципліни, ПРН чітко описані в робочих програмах і силабусах. Заклад вищої освіти забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньої програми відповідно до першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». НПП оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі вчасно та в повному обсязі. Навчання, викладання та наукові дослідження повною мірою пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності закладу вищої освіти. Визначена слабка сторона не є суттєвою і не впливає на реалізацію ОП. Застосування цілісного підходу в оцінюванні виявлених фактів та їх загального контексту дозволило встановити, що освітня діяльність за ОП «Маркетинг» загалом відповідає Критерію 4.

## **Недоліки**

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. Низька залученість здобувачів у міжнародних програмах мобільності.

## **Рекомендації**

1. Гаранту ОП, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу упродовж 2026/2027 н. р. та з подальшим продовженням такої практики рекомендовано посилити роботу із залучення здобувачів ОП до участі в наявних програмах міжнародної мобільності відповідно до графіка їх реалізації та укладених угод із закордонними ЗВО, зокрема через системне інформування здобувачів про доступні програми, умови участі, організаційні процедури та можливості перерахування результатів навчання, а також через розширення консультативного супроводу та мотиваційної підтримки здобувачів щодо участі в міжнародних освітніх і академічних обмінах.

## **Рівень відповідності Критерію 4.**

Рівень В

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

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

Форми контрольних заходів, порядок їх проведення та критерії оцінювання здобувачів ОП регламентуються нормативними документами ЗВО: Положенням про організацію освітнього процесу (<https://is.gd/IfC61A>), Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання (<https://is.gd/WSJHwJ>), Положенням щодо організації атестації здобувачів вищої освіти (<https://is.gd/U5PrGa>), робочими програмами і силабусами ОК, які розміщено в системі Moodle та на інтернет-сторінці кафедри менеджменту та маркетингу (<https://is.gd/DqVLFo>, <https://is.gd/BatL91>). Система оцінювання передбачає оцінювання виконаних практичних завдань, самостійних завдань та тестів, після чого здобувач набирає за ОК максимальний бал 60, і під час сесії складає іспит, який включає в себе тестування із ряду питань по темах, що були вивчені під час вивчення ОК, перелік питань передбачено більший, ніж буде висвітлено здобувачу, що гарантує різні питання під час проходження тестування у різних здобувачів, це показує надійність у доброчесності проходження іспиту. За іспит здобувач має право отримати максимально 40 балів, що дозволяє отримати максимальний бал за складений тест та пройдені завдання у розмірі 100 балів. Окрім цього здобувач для підвищення кількості балів має змогу долучитися до написання наукової роботи або тез. Саме ця процедура дає змогу об'єктивно оцінити знання здобувача за ОК. Здобувачів на початку навчання за ОК викладачі курсу ознайомлюють з критеріями оцінювання для подальшого розуміння здобувачем виставлених балів. Зокрема викладач пояснює критерії оцінювання завдань всіх видів, таких як практичне завдання, індивідуальне науково-дослідне завдання, форм оцінювання та проведення підсумкового контролю. Чіткість розуміння форм контролю та оцінювання здобувачів відбувається через проведення планових щосеместрових опитувань здобувачів (<https://is.gd/bllnqi>). У ЗВО відсутній електронний журнал як окремий простір перегляду поточних оцінок та підсумкового балу за всіма ОК, але потрібно зазначити, що здобувач може самостійно переглядати підсумковий бал та бал отриманий за будь-який вид роботи передбачений системою дистанційного навчання на платформі Moodle. Також під час зустрічі зі здобувачами ЕГ було повідомлено, що здобувачі можуть вільно звернутися до викладача з питанням поточних балів та балів за майбутні завдання та тестування.

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

Згідно стандарту ВО України галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО, затвердженого і введеного в дію наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343 (<https://is.gd/UhtsSs>) формами атестації здобувачів може бути атестаційний екзамен або кваліфікаційна робота. ЕГ встановлено, що формою атестації здобувачів першого (бакалаврського) РВО ОП «Маркетинг» у ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» є Атестаційний екзамен (1 кредит ЄКТС), що відповідає Стандарту. Атестація здобувачів ВО ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО регулюється «Положенням щодо організації атестації здобувачів вищої освіти» (зі змінами та доповненнями) затвердженим Вченою радою, протокол №4 від 28.11.2024 р. (<https://is.gd/U5PrGa>), згідно з якими атестація здійснюється після повного виконання здобувачами ОП з метою встановлення відповідності набутих здобувачами ЗК та СК і засвоєних ПРН вимогам, передбаченим нормативним змістом ОП. 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. Атестація здобувачів, що здобувають ступінь ВО «Бакалавр» здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої включені представники стейкхолдерів. Порядок формування і діяльності екзаменаційної комісії визначається розділами II і III «Положення щодо організації атестації здобувачів вищої освіти» (<https://is.gd/UhtsSs>). На зустрічі з авторами ВСО повідомили ЕГ, що програма атестаційного 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 першого (бакалаврського РВО) за даною спеціальністю. Терміни проведення атестації здобувачів визначаються навчальним планом та встановлюється графіком освітнього процесу. Процедура проведення Атестаційного екзамену реалізується шляхом проведення очного тестування здобувачів безпосередньо у спеціалізованих комп'ютерних класах ЗВО. Для ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО єдиний державний кваліфікаційний іспит згідно Стандарту не передбачено.

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

У ЗВО проведення контрольних заходів регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу (<https://is.gd/IfC61A>), Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання (<https://is.gd/WSJHwJ>), Положенням щодо організації атестації здобувачів вищої освіти (<https://is.gd/U5PrGa>), де визначено чіткі та зрозумілі правила та процедури проведення контрольних заходів, процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження. Семестровий контроль знань проводять у формах екзаменів і заліків з ОК у терміни, встановлені графіками освітнього процесу затвердженими деканатом. Об'єктивність екзаменаторів при проведенні контрольних заходів забезпечується проведенням підсумкових контрольних заходів у формі письмових екзаменів та тестових процедур у середовищі Moodle, де оцінювання відбувається автоматично без участі викладача. Залік виставляється за умови виконання здобувачем всіх видів навчальної роботи, передбачених робочою програмою дисципліни, та отримання мінімально необхідної кількості балів 60. Максимальна кількість балів, що може бути нарахована за поточний контроль, становить до 60 балів, за результатами екзамену – до 40 балів. Результати семестрового контролю вносяться екзаменатором до відомості обліку успішності і залікової книжки, а працівниками деканату – до навчальної картки здобувача. У випадку отримання незадовільних оцінок можливе повторне складання іспиту чи заліку. у період ліквідації академічної заборгованості, яку організовує та контролює деканат факультету згідно із графіком, затвердженим деканом факультету та оприлюдненим 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. Апеляції щодо виставленої оцінки приймаються та розглядаються в день оголошення результатів екзамену: заява подається особисто здобувачем декану факультету, на якому навчається здобувач, розглядається проректором з навчально-методичної роботи; апеляційна заява розглядається на засіданні апеляційної комісії, яка створюється за наказом ректора, не пізніше наступного робочого дня після її подання, здобувач ВО має право бути присутнім на засіданні апеляційної комісії. На зустрічах зі НПП, здобувачами освіти (4, 5) ЕГ отримала інформацію про те, що з метою упередження конфліктів та їх врегулювання практикується завчасне інформування здобувачів щодо змісту, кількості та якості виконання завдань, тривалості контрольних заходів, прозорого механізму оцінювання, вільного доступу до інформації про критерії оцінювання, терміни проведення контрольних заходів. Гарант, НПП та здобувачі надали ЕГ інформацію, що протягом періоду здійснення освітньої діяльності на ОП випадків конфліктних ситуацій із оцінюванням не виникало.

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

У ЗВО політика дотримання академічної доброчесності дотримується та реалізується у повному обсязі. Аналіз ВСО, матеріалів, розміщених на сайті ЗВО, інформації, отриманої на зустрічах 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9 дозволили ЕГ встановити, що інституційно політика академічної доброчесності у ЗВО забезпечується: «Положенням про організацію освітнього процесу» (п.10.7.; п.11.6 <https://is.gd/IfC61A>), «Положенням про протидію плагіату в університеті» (<https://is.gd/f4uwMs>), «Кодексом академічної доброчесності» (<https://is.gd/IOByPU>), «Політикою використання штучного інтелекту в освітньому процесі та науковій діяльності» (<https://is.gd/BRyF2x>). Відповідно до «Кодексу академічної доброчесності» (<https://is.gd/IOByPU>) у ЗВО повністю урегульовано процес інформування, дотримання та протидії академічної недоброчесності. Результат перевірки на наявність текстових збігів генерується засобами програмного комплексу StrikePlagiarism.com, з компанією якого у ЗВО є підписаний договір. ЕГ на зустрічах 3, 7 було повідомлено, що на перевірку унікальності направляються наступні види робіт (наукові статті, курсові роботи, кваліфікаційні роботи, монографії, підручники, дисертаційні роботи). На ОП передбачено перевірку курсових робіт на відсутність академічного плагіату, але результати такої перевірки поки що відсутні, так як їх написання і перевірка передбачено у 8-му семестрі. У ЗВО формується та кожний рік оновлюється репозитарій, до якого входять кваліфікаційні роботи, наукові публікації НПП та здобувачів. Під час початку навчання та викладання ОК викладачі пояснюють здобувачам принципи академічної доброчесності. Як для здобувачів так і для науково-педагогічних працівників за недотримання академічної доброчесності передбачено притягнення до академічної відповідальності. Зокрема, у ЗВО відбуваються заходи на тематики академічної доброчесності (<https://is.gd/rJZRon>) та опитування щодо розуміння здобувачами цієї теми (<https://is.gd/7tT2jB>). Наявних практик порушення академічної доброчесності не відбувалося.

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

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

ЕГ встановила відповідність критерію 5. ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО повністю відповідають вимогам: форми контрольних заходів, засоби, інструменти та критерії оцінювання дозволяють встановити рівень досягнення здобувачами результатів навчання для окремих ОК та ОП загалом, критерії оцінювання загалом є чіткими та зрозумілими для учасників освітнього процесу, здобувачі повідомляються про них на початку навчання. Форма атестації здобувачів відповідає вимогам Стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО, затвердженого і введеного в дію наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343. У ЗВО визначено порядок і процедури проведення контрольних заходів, виставлення оцінок, оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, яких дотримуються під час оцінювання на ОП, що сприяє запобіганню та врегулюванню конфліктів. У ЗВО визначена зрозуміла політика і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються учасниками освітнього процесу в ході реалізації ОП.

##### **Недоліки**

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. У ЗВО відсутній електронний журнал, що ускладнює для здобувачів можливість оперативно відстежувати свої поточні та підсумкові результати навчання та вчасно на них реагувати.

##### **Рекомендації**

1. Керівництву ЗВО, навчальному відділу та відповідним структурним підрозділам до початку 2026/2027 н. р. рекомендовано впровадити модуль автоматизованої системи управління університетом для забезпечення функціонування електронного журналу з метою оперативного інформування здобувачів про результати поточного та підсумкового оцінювання.

#### **Рівень відповідності Критерію 5.**

Рівень В

#### **Критерій 6. Людські ресурси:**

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

У ЗВО наявне внутрішнє нормативне забезпечення формування й розвитку кадрового потенціалу, зокрема «Порядок прийому та переведення на вакантні посади НПП» (<https://is.gd/moyWxs>), «Положення про порядок проведення конкурсного відбору на заміщення вакантних посад» (<https://is.gd/JJxL4e>) які визначають вимоги до претендентів на посади НПП, та «Положення про підвищення кваліфікації НПП» (<https://is.gd/agqq01>), що регламентує планування, організацію та визнання результатів підвищення кваліфікації і стажування. Це створює належні інституційні умови для добору, професійного розвитку та залучення НПП до реалізації ОП. На підставі аналізу ВСО, додатково наданих на запит ЕГ матеріалів, а також спілкування з гарантом ОП і НПП ЕГ встановила, що кадрове забезпечення ОП загалом є достатнім і в цілому відповідає вимогам пп. 36-38 Ліцензійних умов. Аналіз Таблиці 2 ВСО засвідчив, що до реалізації ОП залучено 24 НПП. Із них 9 мають стаж науково-педагогічної діяльності понад 20 років, 10 - від 11 до 20 років, 4 - від 5 до 10 років, ще 1 НПП має 4 роки стажу. Кадровий склад ОП характеризується належним рівнем академічної кваліфікації: 4 НПП мають науковий ступінь доктора наук, 19 - кандидата наук, 1 - ступінь доктора філософії. За посадами в реалізації ОП беруть участь 4 професори, 18 доцентів і 2 старші викладачі. Це підтверджує належний рівень наукової та професійної підготовленості НПП. ЕГ відзначає, що кадровий склад загалом корелює зі змістом ОП, зокрема з такими фаховими ОК, як маркетинг, веб-аналітика, поведінка споживачів, маркетингові комунікації, цифровий маркетинг, електронна комерція, маркетингові дослідження, стратегічний маркетинг, брендинг і маркетинг соціальних мереж. Позитивним є системне підвищення кваліфікації НПП. Надані матеріали на запит ЕГ підтверджують проходження НПП кафедри менеджменту та маркетингу міжнародних стажувань і програм професійного розвитку. Зокрема, гарант ОП Шимко О.В. у 2025 р. пройшла підвищення кваліфікації за спеціальністю 075 «Маркетинг» обсягом 180 год./6 кредитів ЄКТС; Гончаров Ю.В., Артюшок В.С., Трофімчук М.О. проходили міжнародні стажування та програми професійного розвитку. ЕГ також врахувала наукову активність окремих НПП. У ВСО наведено публікації викладачів із проблематики цифровізації, управління ризиками, економічної безпеки, стратегічного партнерства та трансформації підприємницької діяльності в умовах цифрової економіки, що загалом корелює з окремими ОК ОП. Водночас ЕГ рекомендує ЗВО посилювати роботу над підвищенням відповідності НПП ОК, насамперед цифрового маркетингового блоку, через більш цілеспрямоване узгодження ОК, які вони забезпечують, із тематикою наукових публікацій, програмами підвищення кваліфікації, стажуваннями та практичним досвідом. ЕГ також зазначає, що не всі НПП, залучені до реалізації ОП, мають публікації у виданнях, що індексуються в наукометричних базах Scopus та WoS, тому доцільним є подальше посилення наукової активності та міжнародної публікаційної діяльності НПП.

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

Аналіз ВСО, поданих документів та інформації, отриманої під час зустрічей ЕГ з адміністрацією ЗВО, гарантом ОП, НПП і начальником відділу кадрів Чепуркою О.Г. (зустрічі 1-4,7), засвідчив, що у МЕНУ створено нормативно врегульовану, прозору та послідовну систему конкурсного відбору НПП. Порядок конкурсного добору, обрання осіб на вакантні посади та заміщення вакантних посад НПП визначається законодавством України, «Статутом університету» (<https://is.gd/sYnXmQ>), «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/IfC61A>), «Положенням про порядок проведення конкурсного відбору на заміщення вакантних посад» (<https://is.gd/JJxL4e>) та «Порядком прийому та переведення на вакантні посади науково-педагогічних працівників університету» (<https://is.gd/moyWxs>). Добір НПП для забезпечення ОП здійснюється на конкурсній основі відповідно до пп. 1.1-1.4 «Положення про порядок проведення конкурсного відбору», яке визначає конкурс як спеціальну форму відбору осіб, що відповідають вимогам законодавства та умовам оголошеного конкурсу. «Порядок прийому та переведення на вакантні посади НПП» конкретизує механізм заміщення посад професорів, доцентів, старших викладачів, викладачів та асистентів і встановлює кваліфікаційні вимоги до претендентів. Процедури є прозорими, оскільки конкурс оголошується наказом ректора, а інформація про його проведення, строки та умови оприлюднюється на офіційному вебсайті університету у розділі «Вакантні посади» (<https://is.gd/Y32PON>). Оголошення містить назву посади, умови праці, вимоги до претендентів, строк подання документів і назву структурного підрозділу, який їх приймає. Немотивована відмова в участі у конкурсі не допускається, що підтверджує відкритість і недискримінаційний характер процедур. Рівень професіоналізму претендентів визначається з урахуванням наявності наукового ступеня, вченого звання, стажу науково-педагогічної роботи, наукових і навчально-методичних праць, а для окремих посад - не менше чотирьох професійних досягнень за останні п'ять років відповідно до п. 38 Ліцензійних умов. Документи подаються до відповідного структурного підрозділу, їх відповідність умовам конкурсу встановлює конкурсна комісія, а кадрові рішення ухвалюються колегіально та вводяться в дію наказом ректора. Додатково «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти» (<https://is.gd/rH59kj>) та «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/IfC61A>) передбачають оприлюднені критерії й процедури оцінювання діяльності НПП, регулярне оцінювання та забезпечення їх підвищення кваліфікації, що свідчить про послідовне застосування кадрових процедур і після конкурсного відбору. Отже, ЕГ підтверджує, що процедури конкурсного відбору у ЗВО є чіткими, відкритими, загалом недискримінаційними та такими, що дають можливість забезпечити належний рівень професіоналізму НПП, залучених до реалізації ОП.

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

Аналіз поданих матеріалів та інформації, отриманої під час зустрічей ЕГ з гарантом ОП, НПП, адміністрацією ЗВО, стейкхолдерами та здобувачами (зустрічі 1–3, 5, 6), засвідчив, що МЕГУ загалом залучає роботодавців, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу за ОП «Маркетинг». Це було підтверджено під час зустрічі 6 зі стейкхолдерами, у якій взяли участь представники бізнесу та професійного середовища, зокрема директор ТзОВ «ОПЕН СТОР» В. Підгрушний, директор ПП «ТАІР-РІВНЕ» Т. Семенюк, директор ТзОВ «ІН-БЕГ» О. Гордійчук, директор з маркетингу ТзОВ «ЮНІТ КРАФТ» О. Соколовська, співзасновник HANDMADE-HUB UA М. Серветник та інші роботодавці. Підтверджено, що ЗВО залучає роботодавців до реалізації освітнього процесу шляхом укладання угод про співпрацю, проведення гостьових лекцій, майстер-класів, бінарних лекцій, семінарів і практичних занять. До таких заходів залучаються представники бізнес-структур, державних органів, громадських організацій, іноземних ЗВО та професійних спільнот, зокрема ТОВ «МВКОМ» (<https://is.gd/hPH84i>), SMOKOKO LTD (<https://is.gd/t6Wh7v>), НБУ (<https://is.gd/IxmrYj>), ТОВ «Ю-КОНТРОЛ» (<https://is.gd/OyGJTv>), маркетингова агенція SEOTM Digital Agency (<https://is.gd/UINDzl>), ПП «Домова служба» (<https://is.gd/tFuiAA>), Незалежна медіапрофспілка України (<https://is.gd/9Xl4Hy>), Громадянська мережа «Опора» (<https://is.gd/8oW2Q2>), обласний центр зайнятості (<https://is.gd/xeniIc>), ПП «Модена» (<https://is.gd/czqNWB>), ТОВ «СМАРТ ППІЛ ГРУП» (<https://is.gd/uQdbx8>) та ін. Інформація про проведені заходи висвітлюється на сторінці новин факультету (<https://is.gd/qCwDi8>) та Центру фахових студій (<https://is.gd/vGtN7S>). Залучення роботодавців простежується і на етапах започаткування та перегляду ОП: це відбувалося під час розроблення програми у 2022 році, а також у межах її подальших переглядів у 2024 і 2025 роках, зафіксованих у протоколі № 8 від 23.03.2022 р., протоколі № 7 від 11.03.2024 р. та протоколі № 8 від 10.04.2025 р. Подані матеріали підтверджують, що пропозиції роботодавців були враховані при посиленні практичної та цифрової складової ОП, зокрема щодо маркетингового забезпечення бізнесу, інтернет-комунікацій, електронної комерції та вебресурсів. Конкретним прикладом безпосереднього залучення професіонала-практика до реалізації освітнього процесу є участь співзасновника HANDMADE-HUB UA М. Серветника у проведенні практичних занять за ОК «Маркетингові комунікації». Крім того, ЗВО уклав договори про співробітництво з потенційними роботодавцями, на базі яких здобувачі проходять практичну підготовку, що посилює прикладну спрямованість ОП (<https://is.gd/NbPMbK>). Отже, ЕГ дійшла висновку, що ЗВО загалом залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу за ОП «Маркетинг» через участь у практикоорієнтованих заходах, проведення окремих занять, надання баз практики та участь в оновленні змісту ОП.

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

Аналіз поданих матеріалів та інформації, отриманої під час зустрічей ЕГ з адміністрацією ЗВО, гарантом ОП, НПП, керівником відділу з наукової діяльності та аспірантури та начальником відділу кадрів (зустрічі 1–4, 7, 8), засвідчив, що у МЕГУ створено належні нормативні та організаційні умови для професійного розвитку НПП. Ця діяльність регламентується Положенням про підвищення кваліфікації НПП (<https://is.gd/agqq01>), яке визначає форми, види, періодичність, порядок планування, організації та визнання результатів підвищення кваліфікації і стажування науково-педагогічних працівників. Професійний розвиток НПП у МЕГУ має системний характер і забезпечується як через внутрішні інституційні формати, так і у співпраці з іншими організаціями. На офіційному сайті ЗВО висвітлено проведення відкритих занять, навчально-методичних тренінгів, воркшопів, круглих столів і діяльність Школи педагогічної майстерності (<https://is.gd/hWqiij>, <https://is.gd/fsrPL4>), яка є одним із ключових інституційних механізмів розвитку викладацької майстерності. Матеріали сайту підтверджують, що її програма включає практичні заняття, круглі столи, семінари, семінари-практикуми та обговорення проблемних питань викладацької діяльності. Зокрема, у 2024 році заняття були присвячені цифровому простору педагога, використанню сучасних цифрових сервісів, а за підсумками річної програми учасники отримували сертифікати про підвищення кваліфікації. Крім того, у 2025–2026 рр. проведено семінари «Робочі програми без помилок: від вимог до практики» (<https://is.gd/GNwuyV>), «Формування якісної освітньої програми» (<https://is.gd/VUdbbU>), а також заходи з розвитку цифрової компетентності НПП щодо використання інтерактивного та мультимедійного контенту в освітньому процесі. ЕГ, підтверджено, що НПП, залучені до реалізації ОП, проходять підвищення кваліфікації та стажування у співпраці з українськими і закордонними партнерами. Зокрема, НПП брали участь у міжнародних програмах і стажуваннях у WASE (Польща) та Bath Spa University (Велика Британія) (<https://is.gd/JhxxRS>), а також у міжнародній грантовій програмі імені Лейна Кіркланда на базі Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, що підтверджується поданими сертифікатами (<https://is.gd/VtXrmk>) та матеріалами, наданими на запит ЕГ. ЕГ також встановила, що ЗВО заохочує розвиток викладацької майстерності через визнання результатів підвищення кваліфікації, їх врахування під час атестації, підтримку міжнародної мобільності, участі у наукових і методичних заходах, а також сприяння публікаційній активності, виконанню дисертаційних досліджень і підготовці монографій (<https://is.gd/SmGHJa>). Додатковим підтвердженням цього є участь НПП у фахових комунікаційних майданчиках та інших професійних заходах (<https://is.gd/egDRLb>). Отже, ЕГ дійшла висновку, що ЗВО загалом сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми та у співпраці з іншими організаціями, а також створює належні умови для розвитку їхньої викладацької майстерності.

#### **Загальний аналіз щодо Критерію 6:**

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

У ЗВО сформовано належне нормативне та організаційне підґрунтя для забезпечення кадрового потенціалу, конкурсного добору НПП, їх професійного розвитку та залучення до реалізації ОП. Кадрове забезпечення ОП

загалом є достатнім і в цілому відповідає вимогам законодавства: до реалізації ОП залучено НПП із належною академічною та професійною кваліфікацією, значним стажем науково-педагогічної діяльності, досвідом підвищення кваліфікації та професійними досягненнями. Процедури конкурсного відбору НПП є нормативно врегульованими, прозорими, відкритими та загалом недискримінаційними. ЗВО залучає роботодавців, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу через участь у практикоорієнтованих заходах, оновленні змісту ОП і забезпеченні баз практики. Позитивною практикою є системний характер професійного розвитку НПП, який реалізується як через внутрішні формати, зокрема Школу педагогічної майстерності, семінари, тренінги, воркшопи, так і через співпрацю із закордонними партнерами та участь НПП у міжнародних стажуваннях і програмах академічної мобільності.

## **Недоліки**

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. Не в усіх НПП, залучених до реалізації ОП, достатньо чітко простежується відповідність між ОК, які вони забезпечують, тематикою наукових публікацій, результатами підвищення кваліфікації, стажуваннями та практичним досвідом, насамперед у межах ОК цифрового маркетингового блоку. 2. Потребує посилення публікаційної активності частини НПП у виданнях, що індексуються в наукометричних базах Scopus і Web of Science. 3. Залучення роботодавців, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу є наявним, однак потребує подальшого розширення безпосередньо у викладанні окремих ОК, насамперед маркетингового спрямування.

## **Рекомендації**

У межах удосконалення кадрового забезпечення ОП ЕГ рекомендує: 1. Гаранту ОП, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу, робочій групі ОП упродовж 2026/2027 навчального року посилювати роботу над підвищенням відповідності НПП освітнім компонентам, насамперед цифрового маркетингового блоку, через більш цілеспрямоване узгодження ОК, які вони забезпечують, із тематикою наукових публікацій, програмами підвищення кваліфікації, стажуваннями та практичним досвідом; також доцільно активізувати публікаційну діяльність НПП у виданнях, що індексуються в Scopus і Web of Science. 2. Гаранту ОП, робочій групі, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу, керівництву ЗВО на постійній основі продовжувати розвиток внутрішніх форм професійного вдосконалення НПП, зокрема Школи педагогічної майстерності, методичних тренінгів, семінарів і воркшопів, з акцентом на розвиток цифрової компетентності, практико-орієнтованого викладання та міжнародної академічної мобільності. 3. Гаранту ОП, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу, керівництву ЗВО упродовж 2026/2027 н. р. розширити практику залучення роботодавців, професіоналів-практиків та експертів галузі безпосередньо до реалізації окремих ОК, насамперед ОК маркетингового спрямування.

## **Рівень відповідності Критерію 6.**

Рівень В

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

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

ЗВО забезпечений матеріально-технічною базою в повному обсязі для організації та здійснення освітнього процесу. Наявне матеріально-технічне забезпечення ЗВО, зокрема економічного факультету, на якому реалізується ОП, загалом дає змогу досягати цілей ОП, забезпечувати опанування ОК і досягнення ПРН. Зокрема, здобувачі вищої освіти навчаються в обладнаних навчальних аудиторіях різного функціонального призначення, у тому числі комп'ютерних класах і лекційних аудиторіях. Під час огляду матеріально-технічної бази ЕГ було продемонстровано також спортивні зали, розміщені в навчальних корпусах, і спортивно-оздоровчий комплекс, які використовуються для забезпечення потреб здобувачів. Крім того, здобувачі мають доступ до студентського кафе та облаштованої зони відпочинку біля навчального корпусу. Для здобувачів функціонує бібліотека, яка забезпечує доступ до навчальних матеріалів, що використовуються як під час аудиторної роботи, так і в позааудиторному навчанні. Також діє електронний ресурс бібліотеки (<https://is.gd/AWVgAH>), де зібрано цифрові та оцифровані видання. Персональні комп'ютери працюють на ліцензійному програмному забезпеченні, зокрема Windows 11 Home та Microsoft 365 Apps, що було підтверджено ЗВО у відповідях на запит щодо додаткових документів. Крім того, у ЗВО наявні ліцензії на використання Google Workspace for Education. Зокрема, на зустрічі з науково-педагогічним персоналом викладачем було озвучено про використання ліцензованого програмного продукту для project-management "Asana" у розрізі ОК 6 Інформаційно-комунікаційні технології, що дає досягти заявлених програмних результатів за відповідним ОК.

Отже, наявна матеріально-технічна база та програмне забезпечення загалом є достатніми для забезпечення освітнього процесу за ОП і створюють належні умови для вивчення ОК.

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

У ЗВО сформовано інформаційно-освітнє середовище, яке забезпечує доступ НПП і здобувачів вищої освіти до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчальної, викладацької та наукової діяльності в межах ОП. Розвиток цифрової інфраструктури ЗВО спрямований на забезпечення потреб учасників освітнього процесу в актуальній науковій і навчально-методичній інформації. Важливим елементом інформаційного забезпечення є офіційний сайт бібліотеки ЗВО, на базі якого функціонують електронні ресурси, зокрема інституційний репозитарій, що містить навчальні матеріали, посібники, монографії та результати наукових досліджень працівників університету (<https://is.gd/AWVgAH>). Через електронні ресурси ЗВО учасники освітнього процесу мають доступ до електронних каталогів, періодичних видань, а також міжнародних наукометричних і наукових баз даних. Це створює умови для використання в навчальній і науковій роботі як вітчизняних, так і зарубіжних джерел, зокрема під час підготовки курсових робіт та інших індивідуальних завдань. Доступ до цифрової інфраструктури є постійним, що сприяє гнучкості навчання та підтримує самостійну роботу здобувачів. Важливою складовою є також консультативно-методична підтримка: на початковому етапі навчання здобувачів ознайомлюють із правилами академічної доброчесності, особливостями використання електронних ресурсів, пошуку інформації та цифрової взаємодії з викладачами. Отже, наявне інформаційно-освітнє середовище та електронні ресурси ЗВО загалом забезпечують належні умови для реалізації освітнього процесу за ОП і сприяють формуванню інформаційної культури учасників освітнього процесу.

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

Освітнє середовище ЗВО загалом створює умови для задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти, які навчаються за ОП, і є безпечним для їхнього життя, фізичного та ментального здоров'я. Під час зустрічі зі здобувачами ЕГ було підтверджено, що в ЗВО на регулярній основі проводяться опитування, а також підтримується комунікація з органами студентського самоврядування щодо умов навчання й освітнього середовища. Адміністрація ЗВО підтримує відкриту взаємодію зі здобувачами, зокрема через регулярні зустрічі з представниками студентського самоврядування для обговорення актуальних питань студентського життя та функціонування освітнього середовища. Безпека здобувачів забезпечується через інформування щодо дій у разі надзвичайних ситуацій, функціонування системи оповіщення, а також наявність укриття поблизу навчального корпусу та гуртожитку. Під час огляду матеріально-технічної бази ЕГ було продемонстровано роботу централізованої системи оповіщення. Навчальні корпуси та гуртожиток оснащені засобами протипожежної безпеки, що загалом відповідає потребам організації безпечного освітнього середовища. У ЗВО також функціонує система підтримки ментального та фізичного здоров'я здобувачів. Зокрема, діє психологічна служба, до якої здобувачі можуть звернутися за консультацією, а також проводяться заходи, спрямовані на підтримку психологічного благополуччя. Для підтримки фізичного здоров'я здобувачів доступні спортивні зали в навчальних корпусах і спортивно-оздоровчий комплекс, оснащений, зокрема, спортивною залою, басейном і медичним пунктом. На думку ЕГ, організовані в ЗВО заходи щодо підтримки як ментального, так і фізичного здоров'я є загалом ефективними та відкрито висвітлюються на офіційному сайті ЗВО (<https://is.gd/MiP4SL>, <https://is.gd/svtIVZ>, <https://is.gd/vYCpkE>, <https://is.gd/leAioN>). Під час аналізу матеріалів акредитаційної справи та проведення зустрічей ЕГ встановила, що практика опитування здобувачів і комунікації зі студентським самоврядуванням у ЗВО наявна. Водночас у звіті недостатньо виразно простежується, яким саме чином результати такого зворотного зв'язку трансформуються в конкретні управлінські рішення щодо вдосконалення освітнього середовища, матеріально-технічного забезпечення та супровідних сервісів у межах реалізації ОП. Зокрема, не в повній мірі відображено приклади рішень, змін або оновлень, ініційованих саме на підставі пропозицій здобувачів. Отже, освітнє середовище ЗВО загалом є безпечним і таким, що сприяє врахуванню потреб здобувачів, а також забезпечує належні умови для підтримки їхнього фізичного та ментального здоров'я. Водночас аналітичне відображення практики врахування студентської думки як інструменту внутрішнього забезпечення якості освіти потребує посилення.

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

ЗВО забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти, які навчаються за ОП, зокрема підтримку їхнього фізичного та ментального здоров'я. Така підтримка реалізується через діяльність відповідних структурних підрозділів, органів студентського самоврядування, кураторів академічних груп, бібліотеки, психологічної служби та інших сервісів ЗВО. На початку навчання здобувачі знайомляться з кураторами академічних груп, які інформують їх про основні правила, політики, можливості та

сервіси, що функціонують у ЗВО. Під час спілкування зі здобувачами ЕГ встановила, що комунікація з кураторами є доступною та здійснюється як у безпосередньому форматі, так і через електронні канали взаємодії, зокрема групи в соціальних мережах та месенджери (Viber). Це сприяє оперативному вирішенню питань, пов'язаних з організацією навчання та адаптацією здобувачів до освітнього середовища. Інформаційну та освітню підтримку забезпечує, зокрема, бібліотека ЗВО, через ресурси якої здобувачі мають доступ до інституційного репозитарію та низки наукових баз даних, серед яких ScienceDirect, Web of Science, Scopus, Oxford Academic, Cambridge University Press, ResearchGate, National Library of Medicine, «Наукова періодика України», Національний репозитарій академічних текстів тощо (<https://is.gd/9AyXuy>). Соціальна підтримка здобувачів реалізується також через доступ до спортивно-оздоровчого комплексу, культурно-освітніх локацій ЗВО, зокрема музеїв, а також до студентської радіостудії та студентської телевізійної служби новин. Психологічна підтримка забезпечується діяльністю психологічної служби, до якої здобувачі можуть звертатися за потреби. Це створює додаткові умови для підтримки належного психологічного клімату в освітньому середовищі. У ЗВО також функціонує відділ координації навчання студентів з елементами дистанційної форми (<https://is.gd/F77r6N>), діяльність якого здійснюється відповідно до внутрішньої нормативної бази ЗВО (<https://is.gd/CkNb6X>). Відділ забезпечує супровід та вдосконалення дистанційного навчання, а також реагує на технічні труднощі й звернення здобувачів щодо організації освітнього процесу. Отже, у ЗВО функціонує система різноаспектної підтримки здобувачів, яка загалом забезпечує належні умови для навчання, адаптації, комунікації, доступу до інформаційних ресурсів і користування освітніми сервісами в межах реалізації ОП.

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

ЗВО загалом створює належні умови для реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами, які можуть навчатися за ОП. Політика закладу у цій сфері орієнтована на забезпечення доступності освітнього середовища, створення безбар'єрних умов і надання організаційної підтримки здобувачам, які цього потребують. Під час експертизи встановлено, що в ЗВО впроваджено низку архітектурних і технічних рішень, спрямованих на забезпечення доступності освітнього середовища для осіб з особливими освітніми потребами. Зокрема, в закладі облаштовано безбар'єрну вбиральню, встановлено безпорогові двері, розширено дверні отвори для вільного пересування, а вхідні групи корпусів обладнано пандусами. Організаційна підтримка осіб з особливими освітніми потребами забезпечується також через механізми супроводу та навігації. Перед входом до ЗВО функціонує кнопка виклику персоналу, сигнал з якої надходить на пост вахтера. У разі потреби відповідальні особи координують супровід здобувача до необхідної локації із залученням працівника або іншої визначеної особи. У ЗВО проводяться відповідні заняття з лікувальної фізкультури, діє кабінет психологічної допомоги якими можуть скористатися особи з особливими освітніми потребами. На сайті ЗВО реалізовано інструмент вебдоступності, що забезпечує адаптацію інтерфейсу для користувачів з особливими потребами або На сайті ЗВО впроваджено віджет вебдоступності, який дозволяє користувачам налаштовувати параметри відображення (розмір шрифту, контраст, режим читання тощо), що сприяє підвищенню інклюзивності ресурсу. Отже, у ЗВО сформовано матеріально-технічні та організаційні передумови для забезпечення доступності освітнього середовища для осіб з особливими освітніми потребами. Водночас ЕГ враховує, що на момент проведення експертизи здобувачі з особливими освітніми потребами безпосередньо за цією ОП не навчалися.

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

Для оперативного реагування на конфліктні ситуації в університеті створено багаторівневу систему зворотного зв'язку. Здобувачі мають можливість звернутися за допомогою через декілька каналів, зокрема безпосередньо до представників адміністрації або деканату, через органи студентського самоврядування, до фахівців психологічної служби, а також скористатися фізичними «скриньками довіри», розташованими в навчальних корпусах і гуртожитках, та електронними формами звернення, розміщеними на офіційному сайті ЗВО. До вирішення проблемних питань залучене й керівництво ЗВО: зокрема, ректор проводить регулярні зустрічі з органами студентського самоврядування для обговорення актуальних запитів студентства, а звернення, що надходять у паперовому чи електронному форматі, оперативно опрацьовуються з подальшим визначенням шляхів їх врегулювання. У ЗВО функціонують також механізми виявлення можливих проблемних ситуацій. Зокрема, психологічна служба проводить опитування здобувачів щодо булінгу, дискримінації, сексуальних домагань, психологічної адаптації та інших аспектів безпеки освітнього середовища. До превентивної роботи долучені куратори академічних груп, студентська рада та інші структурні підрозділи. Нормативне регулювання окремих аспектів врегулювання конфліктних ситуацій у ЗВО здійснюється, зокрема, через наказ про затвердження порядку розгляду скарг здобувачів освіти, положення про політику попередження і боротьби із сексуальними домаганнями, а також інші внутрішні документи й загальні норми чинного законодавства України. Водночас ЕГ встановила, що на офіційному сайті ЗВО не в повному обсязі представлено унормовані антикорупційні політики як цілісну систему правил, процедур і механізмів запобігання, виявлення та протидії корупційним проявам у діяльності університету. Отже, у ЗВО загалом функціонують процедури реагування на випадки дискримінації, булінгу, сексуальних домагань та інших конфліктних ситуацій, а також забезпечено канали звернення й превентивні заходи для учасників освітнього процесу. Водночас нормативне оформлення та публічна репрезентація антикорупційної політики потребують подальшого вдосконалення.

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

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

Освітнє середовище, навчально-методичне забезпечення, матеріально-технічні ресурси, інформаційна інфраструктура, а також механізми організаційної, консультативної, соціальної та психологічної підтримки здобувачів за ОП загалом відповідають вимогам Критерію 7. ЗВО забезпечує належні умови для реалізації освітнього процесу, доступ до бібліотечних, цифрових та інформаційних ресурсів, підтримку фізичного й ментального здоров'я здобувачів, а також створює умови для навчання осіб з особливими освітніми потребами. Позитивною практикою є наявність розвиненої інфраструктури підтримки здобувачів, функціонування психологічної служби, доступ до систем дистанційного навчання, бібліотечних електронних ресурсів, а також відкритий характер взаємодії адміністрації зі здобувачами та органами студентського самоврядування.

### **Недоліки**

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. Потребує більш виразного відображення практика використання результатів опитувань здобувачів як інструменту ухвалення управлінських рішень щодо вдосконалення освітнього середовища та матеріально-технічного забезпечення. 2. На офіційному сайті ЗВО не в повному обсязі представлено унормовані антикорупційні політики як цілісну систему правил, процедур і механізмів запобігання, виявлення та протидії корупційним проявам у діяльності університету.

### **Рекомендації**

1. Гаранту ОП, завідувачу кафедри та адміністрації ЗВО упродовж 2026/2027 н. р. рекомендовано посилити використання результатів опитувань здобувачів як інструменту вдосконалення освітнього середовища, зокрема шляхом документування ухвалених рішень та інформування здобувачів про врахування їхніх пропозицій. 2. Адміністрації ЗВО упродовж 2026/2027 н. р. рекомендовано забезпечити систематизацію та публічне розміщення на офіційному сайті ЗВО унормованих антикорупційних політик і процедур як цілісного комплексу документів, що регулюють запобігання, виявлення та протидію корупційним проявам у діяльності університету. 3. Адміністрації ЗВО, органам студентського самоврядування та відповідним структурним підрозділам упродовж 2026/2027 н. р. рекомендовано продовжити практику системного інформування здобувачів щодо доступних процедур звернення і реагування на випадки булінгу, дискримінації, сексуальних домагань, корупційних та інших конфліктних ситуацій, з періодичним оновленням такої інформації на офіційних ресурсах і під час комунікаційних заходів.

## **Рівень відповідності Критерію 7.**

Рівень B

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

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

МЕГУ забезпечує чітко структурований і формалізований процес розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП. Ці процедури регулюються ЗУ «Про вищу освіту» та внутрішніми нормативними документами, зокрема: «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/IfC61A>), «Положенням про формування, затвердження та оновлення освітніх програм» (<https://is.gd/4LMsDv>), «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти» (<https://is.gd/rH59kj>). Аналіз ВСО та наданих матеріалів на запит ЕГ засвідчив, що зазначені процедури щодо ОП «Маркетинг» реалізуються послідовно та мають документальне підтвердження. ОП було розроблено у 2022 році та затверджено Вченою радою університету у квітні 2022 року, а впродовж 2022-2025 років здійснювалися її локальний моніторинг і перегляд. Зокрема, у 2024 році було затверджено нову редакцію ОП, а у 2025 році внесено подальші зміни та схвалено оновлену редакцію програми. Факт започаткування ОП підтверджується витягом із протоколу засідання кафедри менеджменту № 8 від 23 березня 2022 року, на якому розглядалося питання про започаткування ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (відповідь на запит ЕГ). До обговорення були залучені НПП, роботодавці, випускники 2016 та 2017 років, а також здобувачі ОП «Менеджмент організацій», що свідчить про колегіальний характер розроблення програми. Послідовність процедур моніторингу та оновлення ОП підтверджується також протоколом засідання кафедри № 7 від 11.03.2024 р., де гарант ОП представила проєкт змін до освітньої програми, розміщений на сайті

університету, а також результати його попереднього обговорення у фаховому середовищі. На цьому ж засіданні було презентовано результати опитування здобувачів щодо якості ОП та організації освітнього процесу, що свідчить про використання результатів внутрішнього моніторингу як підстави для перегляду програми. У 2025 році перегляд ОП мав не лише внутрішні, а й зовнішні підстави. Відповідно до протоколу засідання кафедри № 8 від 10.04.2025 р., зміни до ОП були зумовлені оновленням стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» згідно з наказом МОН № 842 від 13.06.2024 р., а також змінами у переліку галузей знань і спеціальностей. Це підтверджує здатність ЗВО своєчасно адаптувати ОП до змін нормативної бази та вимог зовнішнього середовища. Порівняння редакцій ОП 2022, 2024 і 2025 років підтверджує, що перегляд програми не є формальним, а супроводжується змінами у структурі та змісті освітніх компонентів. Отже, ЕГ дійшла висновку, що ЗВО загалом послідовно здійснює визначені ням процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП «Маркетинг». Водночас для подальшого вдосконалення цієї практики доцільним є більш системне публічне узагальнення результатів моніторингу та рішень, ухвалених за його підсумками.

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

Проаналізувавши ВСО, документи, надані на запит ЕГ, результати анкетування здобувачів, а також провівши зустрічі зі здобувачами і представниками студентського самоврядування (зустріч 5, 9), ЕГ встановила, що здобувачі за ОП «Маркетинг» залучаються до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості як безпосередньо, так і через органи студентського самоврядування. Так, під час проєктування ОП було враховано пропозицію здобувача щодо збільшення тривалості виробничої практики, унаслідок чого її обсяг визначено загальним терміном 10 тижнів. Під час перегляду ОП у 2024 році здобувачі ОП «Маркетинг» брали участь в обговоренні змін до ОП та ініціювали посилення адаптації першокурсників до навчання, що було враховано під час оновлення структури ОП. Додатковим підтвердженням партнерської ролі здобувачів є систематичне проведення опитувань за різними аспектами реалізації ОП. ЗВО здійснює опитування здобувачів щодо якості ОП, дистанційного навчання, практичної підготовки, вибіркового ОК, контрольних заходів, самостійної роботи, рівня підтримки та академічної доброчесності (<https://is.gd/7tT2jB>). Охоплення респондентів є достатнім: у 2024-2025 н. р. в опитуванні щодо дистанційного навчання взяли участь 29 із 42 здобувачів (69,0%), щодо практичної підготовки - 17 із 23 (73,9%), щодо вибіркового ОК - 47 із 71 (66,2%), щодо контрольних заходів - 47 із 71 (66,2%). Результати опитувань використовуються як джерело інформації для вдосконалення освітнього процесу. Зокрема, 95% опитаних вважають зміст ОП достатнім для успішної роботи за фахом, проте 58% сприймають навчання за ОП як більш теоретичне, а 79% вважають, що воно має бути більш практичним або збалансованим за співвідношенням теорії та практики. Крім того, 98% здобувачів підтвердили наявність переліку вибіркового ОК і відповідних інформаційних матеріалів, що свідчить про їх залучення до формування індивідуальної освітньої траєкторії. Водночас ЕГ звертає увагу, що результати опитувань переважно представлені у форматі закритих запитань із фіксованими варіантами відповідей, без чітко вираженого блоку відкритих коментарів, що обмежує можливість глибшого врахування індивідуальних пропозицій здобувачів. Також у протоколах засідань кафедри недостатньо повно відображено, які саме рішення були ухвалені за результатами конкретних опитувань. Окрім того, здобувачі не залучені безпосередньо до складу робочих груп з розроблення та перегляду ОП. Отже, ЕГ дійшла висновку, що здобувачі вищої освіти за ОП «Маркетинг» загалом залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості як партнери, а їхні пропозиції враховуються під час оновлення ОП. Водночас для подальшого вдосконалення цієї практики доцільно посилити якісну складову анкетування, більш чітко відображати рішення, ухвалені за результатами опитувань, а також розширити практику безпосереднього включення здобувачів до робочих груп з розроблення та перегляду ОП.

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

Проаналізувавши ВСО, документи, надані на запит ЕГ, результати опитування роботодавців, а також провівши зустрічі зі стейкхолдерами (зустріч 6), ЕГ встановила, кафедра залучає роботодавців до рецензування, обговорення, формування та перегляду ОП, а також до оцінювання якості практичної підготовки здобувачів. Так, під час започаткування ОП 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 введенням до ОП спеціальної компетентності СК 15. Директор ПП «ТАІР-РІВНЕ» Семенюк Т. акцентувала увагу на важливості навичок залучення клієнтів через інтернет-канали, що було враховано введенням до ОП ОК 25 та ОК 34. Пропозиція директора ТОВ «ОПЕН СТОР» Підгрушного В. щодо формування компетентностей у сфері створення та адміністрування інтернет-магазинів і базових навичок розроблення вебресурсів була врахована введенням до ОП ОК 24 та ОК 31. Під час перегляду ОП у 2024-2025 н. р. пропозиція засновника HANDMADE-HUB UA Серветника М. щодо врахування особливостей регіонального ринку праці та впливу цифровізації була врахована при уточненні особливостей ОП та введенні до неї СК 16 і ОК 35. Участь роботодавців у процедурах забезпечення якості підтверджується також іншими формами взаємодії. Роботодавці залучаються до проведення гостьових лекцій, майстер-класів і семінарів у межах роботи Центру фахових студій економічного факультету (<https://is.gd/vGtN7S>), а також до підсумкової атестації, зокрема як голова екзаменаційної комісії на атестаційному екзамені за ОП «Маркетинг» (Гордійчук О., директор ТЗОВ «ІН-БЕГ»). ЗВО має укладені договори про співпрацю з роботодавцями, на базах яких здобувачі проходять практику та вдосконалюють фахові

компетентності. Це підтверджує сталу взаємодію з роботодавцями у межах реалізації ОП. Додатковим підтвердженням партнерської взаємодії є результати опитування роботодавців (<https://is.gd/ryHDTB>). За його результатами, 67% респондентів оцінили якість підготовки випускників як достатню, 22% - як досить високу, а 11% - як високу. Водночас 67% роботодавців зазначили, що додаткове навчання випускників може бути потрібне лише для виконання специфічних завдань організації, що загалом свідчить про належний рівень підготовки здобувачів за ОП. Отже, ЕГ встановила, що роботодавці залучені до перегляду ОП «Маркетинг» та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Їхні пропозиції враховуються під час оновлення ОП, а результати опитувань і взаємодії з базами практики використовуються для вдосконалення освітнього процесу. Водночас для подальшого посилення цієї практики доцільно більш чітко документувати в протоколах та аналітичних матеріалах, які саме рекомендації роботодавців були враховані під час перегляду ОП, розширити анкети опитування роботодавців відкритими запитаннями, а також активніше залучати роботодавців до складу робочих груп з розроблення та вдосконалення ОП.

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

Проаналізувавши ВСО, документи, надані на запит ЕГ, а також результати зустрічей під час візиту, ЕГ встановила, що ОП «Маркетинг» започатковано у 2022 році, і на момент проведення акредитаційної експертизи випуску здобувачів за цією ОП ще не було. У ВСО зазначено, що збирання інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників саме цієї ОП розпочнеться після першого випуску у 2026 році. Водночас ЕГ встановила, що у ЗВО наявна загальноуніверситетська практика підтримання зв'язків із випускниками та врахування інформації щодо їхнього професійного шляху. Зокрема, в університеті функціонує Асоціація випускників (<https://is.gd/nqzvon>), підтримується комунікація з випускниками через соціальні мережі (<https://is.gd/Zzziod>) та заходи економічного факультету (<https://is.gd/wcFuvy>), а самі випускники залучаються до зустрічей зі здобувачами та до засідань кафедри під час започаткування і локального моніторингу ОП. Практика збору такої інформації також включає співпрацю гаранта ОП і кафедри з роботодавцями, органами влади та місцевого самоврядування, а також моніторинг тенденцій розвитку ринку праці, що було підтверджено під час зустрічей ЕГ з представниками фокус-груп (Зустріч 1, 3, 4, 6). Крім того, під час започаткування ОП було враховано пропозиції випускників попередньої спеціальності 6.030507 «Маркетинг» 2016 та 2017 років, що свідчить про наявність у ЗВО практики використання досвіду випускників для вдосконалення змісту ОП. Отже, практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП оцінюється з урахуванням того, що ОП «Маркетинг» проходить акредитацію вперше і випуску за нею ще не було. Водночас у ЗВО сформовано інституційні передумови для збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників, які можуть бути повноцінно реалізовані після першого випуску за ОП. Для подальшого вдосконалення цієї практики доцільно формалізувати механізм моніторингу кар'єрних траєкторій випускників саме за ОП «Маркетинг», визначивши відповідальні структурні підрозділи, інструменти збору інформації та періодичність аналізу такої інформації.

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

В МЕГУ функціонує система внутрішнього забезпечення якості освіти (СВЗЯО), яка регламентується «Положенням про СВЗЯО» (<https://is.gd/rH59kj>) та «Положенням про організацію опитування здобувачів освіти, випускників, викладачів та роботодавців щодо якості освітнього процесу» (<https://is.gd/3oLQI5>). На сайті ЗВО систематично оприлюднюються результати анкетування та моніторингу якості освіти, зокрема результати опитувань вступників, здобувачів вищої освіти, випускників, а також матеріали щорічного моніторингу внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності університету. Це свідчить про належний рівень інформаційної відкритості ЗВО та доступність узагальнених результатів моніторингових процедур для заінтересованих сторін (<https://is.gd/blnqi>). У межах реалізації ОП «Маркетинг» налагоджено систему опитувань заінтересованих сторін. На сайті ЗВО оприлюднюються результати анкетування та щорічного моніторингу якості освіти, зокрема результати опитувань стейкхолдерів, проведених кафедрою, що реалізує ОП (<https://is.gd/7tT2jB>). Під час зустрічей з фокус-групами ЕГ з'ясувала, що учасники освітнього процесу ознайомлені з основними процедурами забезпечення якості та беруть участь у їх реалізації, а стейкхолдери підтвердили належний рівень своєї залученості до цих процедур (зустрічі 5, 6, 9). Результати опитувань свідчать про наявність зворотного зв'язку, який використовується для вдосконалення освітнього процесу (<https://is.gd/7tT2jB>). Так, 95% здобувачів вважають зміст ОП достатнім для успішної роботи за фахом, водночас 58% сприймають навчання за програмою як більш теоретичне, а 79% вважають, що воно має бути більш практичним або збалансованим за співвідношенням теорії та практики. Опитування роботодавців також засвідчило загалом позитивну оцінку якості підготовки здобувачів (<https://is.gd/ryHDTB>), а їхні пропозиції були враховані під час оновлення окремих компетентностей та освітніх компонентів ОП (зустріч 6). Під час зустрічей з гарантом ОП, авторами ВСО, НПП та здобувачами було підтверджено, що результати опитувань і моніторингу обговорюються на засіданнях кафедри та враховуються під час перегляду ОП. Водночас ЕГ звертає увагу, що в наданих матеріалах не завжди достатньо чітко простежується зв'язок між конкретними результатами опитувань і рішеннями, ухваленими за їх підсумками. Подані аналітичні матеріали переважно фіксують кількісні результати анкетування, але менш повно відображають, які саме зміни були внесені до ОП або до організації освітнього процесу у відповідь на виявлені запити чи проблеми. Отже, ЕГ дійшла висновку, що СВЗЯО МЕГУ загалом забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності за цією програмою, зокрема через

опитування заінтересованих сторін. Водночас доцільним є посилення аналітичного документування результатів моніторингу та чіткіше відображення у протоколах і звітах рішень, ухвалених за результатами опитувань.

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

ОП «Маркетинг» проходить акредитацію вперше, тому рекомендації попередніх акредитацій саме цієї ОП відсутні. Водночас у ЗВО результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти враховуються на інституційному рівні та використовуються під час удосконалення освітніх програм і внутрішньої системи забезпечення якості освіти. Під час зустрічей з адміністративним персоналом і гарантом ОП (зустрічі 1, 7) ЕГ з'ясувала, що координацію відповідних процедур здійснює Центр забезпечення якості освіти, який організовує моніторингові заходи, надає методичний супровід структурним підрозділам і забезпечує врахування чинних вимог до акредитації освітніх програм (<https://is.gd/4GekxY>). Аналіз наданих матеріалів підтвердив, що під час оновлення ОП у 2025 році ЗВО врахував зміни зовнішнього нормативного середовища, зокрема зміни до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» відповідно до наказу МОН № 842 від 13.06.2024, а також зміни до переліку галузей знань і спеціальностей, що знайшло відображення в оновленні змісту та структури ОП і навчального плану. Крім того, відповідно до висновків акредитаційних експертиз інших ОП у ЗВО було враховано рекомендації інституційного характеру, спрямовані на вдосконалення освітньої діяльності: запроваджено силабуси навчальних дисциплін; у переліках рекомендованих джерел передбачено авторські праці викладачів, які забезпечують відповідні ОК; створено Школу педагогічної майстерності (<https://is.gd/7yARQc>) та Платформу інноваційних освітніх технологій (<https://is.gd/DMhR27>); переглянуто й оновлено низку нормативних документів університету, зокрема Положення про організацію освітнього процесу (<https://is.gd/IfC61A>), Положення про формування, затвердження та оновлення освітніх програм (<https://is.gd/4LMsDv>), а також інші документи з метою приведення їх у відповідність до змін законодавства. ЕГ також відзначає, що в університеті враховано рекомендації щодо вдосконалення процедур опитування заінтересованих сторін: до анкет включено питання, спрямовані на визначення рівня задоволеності здобувачів освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою, а також враховано рекомендації щодо змістового наповнення та перегляду вибіркового ОК. Отже, ЕГ дійшла висновку, що, попри відсутність попередніх акредитацій саме ОП «Маркетинг», ЗВО загалом враховує результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти, зокрема рекомендації, сформульовані за результатами акредитаційних експертиз інших ОП, під час перегляду ОП.

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

ЕГ встановила, що в МЕГУ формується культура якості освіти, яка ґрунтується на нормативному врегулюванні процедур внутрішнього забезпечення якості, залученні різних груп учасників освітнього процесу до моніторингу та перегляду ОП, а також на функціонуванні відповідних інституційних механізмів. У ЗВО діють «Положення про СВЗЯО» (<https://is.gd/tH59kj>) та «Положення про організацію опитування здобувачів освіти, випускників, викладачів та роботодавців щодо якості освітнього процесу» (<https://is.gd/3oLQI5>), а координацію цих процедур здійснює Центр забезпечення якості освіти (<https://is.gd/4GekxY>). Це створює організаційні умови для постійного моніторингу, аналізу та вдосконалення освітньої діяльності. Під час зустрічей з адміністративним персоналом, гарантом ОП, НПП, здобувачами та стейкхолдерами (зустрічі 1, 4, 5, 6, 7) ЕГ з'ясувала, що учасники освітнього процесу загалом ознайомлені з процедурами забезпечення якості та беруть участь у їх реалізації. У межах ОП «Маркетинг» налагоджено систематичне опитування здобувачів, роботодавців та інших заінтересованих сторін, результати якого використовуються під час моніторингу й оновлення програми. Учасники фокус-груп підтвердили, що результати опитувань обговорюються на засіданнях кафедри та враховуються під час перегляду ОП. Формуванню культури якості сприяє також відкритість ЗВО до зворотного зв'язку та оприлюднення результатів моніторингових процедур. На сайті університету розміщуються результати анкетування вступників, здобувачів, випускників, а також щорічні матеріали моніторингу внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності (<https://is.gd/bllnqi>), (<https://is.gd/7tT2jB>). Це свідчить про прагнення ЗВО забезпечити інформаційну відкритість і доступність узагальнених результатів оцінювання для академічної спільноти та інших заінтересованих сторін. Додатково ЕГ відзначає, що в університеті враховуються результати зовнішнього забезпечення якості та інституційні рекомендації, отримані за підсумками акредитацій інших ОП. Отже, ЕГ дійшла висновку, що в академічній спільноті МЕГУ загалом формується культура якості освіти, яка сприяє розвитку ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності за цією програмою. Водночас доцільним є подальше посилення аналітичної складової внутрішнього моніторингу та більш чітке відображення у документах і публічних матеріалах рішень, ухвалених за результатами процедур забезпечення якості.

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

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

У ЗВО функціонує нормативно врегульована система внутрішнього забезпечення якості, що охоплює процедури розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП, систематичне опитування заінтересованих сторін, врахування результатів зовнішнього забезпечення якості, а також залучення здобувачів і роботодавців до вдосконалення ОП. До позитивних практик належить наявність чіткої інституційної основи для функціонування системи якості, зокрема діяльність Центру забезпечення якості освіти, систематичне оприлюднення результатів анкетування та моніторингу, а також послідовне залучення роботодавців, здобувачів і академічної спільноти до перегляду ОП. Врахування рекомендацій зовнішніх експертів під час акредитації інших ОП та їх інтеграція під час розробки та вдосконалення ОП.

## **Недоліки**

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено. Під час експертизи ЕГ встановила такі слабкі сторони: 1. Недостатньо чітко документування зв'язку між результатами моніторингу та конкретними рішеннями щодо оновлення ОП. 2. Переважання в анкетах закритих запитань, що обмежує можливість отримання розгорнутих пропозицій від здобувачів і роботодавців. 3. Недостатньо виражена практика безпосереднього включення здобувачів і роботодавців до складу робочих груп з розроблення та перегляду ОП.

## **Рекомендації**

В межах щорічного перегляду ОП гаранту ОП, робочій групі, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу ЕГ рекомендує: 1. Посилити аналітичне документування результатів моніторингу ОП, зокрема чітко відображати у протоколах засідань кафедри, аналітичних довідках і матеріалах перегляду ОП, які саме пропозиції здобувачів, роботодавців та інших заінтересованих сторін були розглянуті, враховані або відхилені, із зазначенням відповідних рішень. 2. Удосконалити інструментарій опитування здобувачів і роботодавців шляхом включення до анкет відкритих запитань запитаннями або окремих полів для коментарів і пропозицій, що дасть змогу отримувати більш змістовні пропозиції щодо вдосконалення змісту ОП, організації освітнього процесу та практичної підготовки. 3. Розширити практику безпосереднього залучення здобувачів і роботодавців до складу робочих груп з розроблення, моніторингу та перегляду ОП, що сприятиме посиленню їхньої партнерської ролі у функціонуванні внутрішньої системи забезпечення якості освіти. 4. Після першого випуску за ОП формалізувати механізм збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрних траєкторій випускників ОП «Маркетинг», визначивши відповідальних осіб, інструменти комунікації та періодичність проведення такого моніторингу.

## **Рівень відповідності Критерію 8.**

Рівень В

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

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

У ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» чітко та зрозуміло визначені та сформовані правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Вони регламентовані такою нормативною базою: Статутом ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (<https://is.gd/sYnXmQ>); «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://is.gd/IfC61A>); «Положенням про організацію освітнього процесу з елементами дистанційних технологій навчання» (<https://is.gd/jVyxSZ>), «Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу» (<https://is.gd/Y2DRfo>); «Положенням про батьківський комітет» (<https://is.gd/WexSor>), «Положення щодо вільного вибору здобувачами ВО навчальних дисциплін» (<https://is.gd/2QtPg3>), «Положенням про проведення практики здобувачами вищої освіти» (<https://is.gd/Ytdg3J>) та іншими положеннями та нормативними документами, що розміщені у вільному доступі на сайті ЗВО у розділі Нормативні документи (<https://is.gd/WYvhOA>) та доступні до ознайомлення усіх зацікавлених осіб. Правила та процедури, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу є чіткими та зрозумілими всім учасникам освітнього процесу, що було підтверджено під час зустрічей із фокус групами (1-9).

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

Під час проведення акредитаційної експертизи було визначено, що освітня програма та її проєкт відкрито публікуються на офіційному веб-сайті ЗВО. Діюча ОП та проєкт ОП 2026 р. оприлюднено на головній сторінці ЗВО у розділі «Якість освіти» - Центр забезпечення якості освіти - Освітні програми, а також на сторінці кафедри менеджменту та маркетингу. Діюча ОП розміщена за покликаннями: <https://is.gd/pw8SKf>, <https://is.gd/C1FDCV>, проєкт ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО 2026 р. розміщено у вкладці «Обговорення освітніх програм» (<https://is.gd/3JloOg>), на сторінці поряд із проєктом ОП розміщено гугл-форму Обговорення ОП «Маркетинг» для внесення пропозицій усіх зацікавлених стейкхолдерів для удосконалення ОП. Також рекомендації від стейкхолдерів приймають в межах спільних зустрічей, круглих столів, конференцій, отримані пропозиції фіксуються та опрацьовуються робочою групою та затверджуються чи відхиляються на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу, результати фіксуються у протоколі. Гарант на зустрічі 1 повідомила, що пропозиції щодо покращення або редагування проєкту ОП обговорюються на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу. Результати врахування пропозицій стейкхолдерів при удосконаленні ОП надані у відповіді на запит ЕГ у вигляді протоколів засідання кафедри, а також підтвержені в межах зустрічей 1, 3, 4, 5, 6, 7 та на відкритій зустрічі).

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

На офіційному сайті ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (<https://megu.edu.ua/uk>) ЗВО публікує у відкритому доступі достовірну інформацію щодо діяльності та реалізації за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО, в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства. Редакції ОП «Маркетинг» 2022, 2024, 2025 років та Навчальні плани до них розміщені у відкритому доступі на сайті кафедри менеджменту та маркетингу в розділі Освітні програми (<https://is.gd/C1FDCV>), також там розміщені рецензії на ОП від зовнішніх стейкхолдерів. На сайті кафедри менеджменту та маркетингу розміщено робочі програми обов'язкових ОК ОП (<https://is.gd/DqVLFo>) та силабуси обов'язкових ОК (<https://is.gd/BatL91>) та інша важлива інформація. Інформація щодо можливості формування власної освітньої траєкторії здобувачів регламентується «Положення щодо вільного вибору здобувачами ВО навчальних дисциплін» (<https://is.gd/2QtPg3>), ознайомитися із процедурою здійснення вибору вибіркового ОК та анотаціями вибіркового ОК здобувачі можуть на сайті ЗВО у розділі Для студентів у вкладці Вільний вибір дисциплін (<https://is.gd/SE5KYB>). Під час зустрічей із фокус групами 3, 4, 5, 9 учасники повідомили, що вся необхідна інформація щодо діяльності та реалізації за ОП «Маркетинг» розміщена у вільному доступі до ознайомлення на сайті кафедри менеджменту та маркетингу та ЗВО. На зустрічі 5 зі здобувачами та на зустрічі 9 із студентським самоврядуванням ЕГ отримала підтвердження, що проблем із пошуку необхідної інформації у них не виникало.

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

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

ЕГ встановила повну відповідність ОП вимогам Критерію 9. Позитивною практикою є те, що зворотний зв'язок щодо проєктів ОП збирається не лише через Google Forms, а й під час спільних зустрічей, круглих столів і конференцій, що підтверджено результатами фокус-груп.

#### **Недоліки**

Критичних недоліків за цим критерієм не виявлено.

#### **Рекомендації**

1. Гаранту ОП, робочій групі ОП та завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу упродовж 2026/2027 н. р. і в подальшому рекомендовано продовжити практику отримання зворотного зв'язку щодо проєктів ОП від стейкхолдерів під час проведення круглих столів, конференцій і спільних зустрічей із подальшим урахуванням наданих пропозицій у процесі перегляду та оновлення ОП.

### **Рівень відповідності Критерію 9.**

Рівень В

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

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

*не застосовується*

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

*не застосовується*

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

*не застосовується*

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

*не застосовується*

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

*не застосовується*

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

*не застосовується*

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

*не застосовується*

#### **Загальний аналіз щодо Критерію 10:**

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

не застосовується

### **Недоліки**

не застосовується

### **Рекомендації**

не застосовується

### **Рівень відповідності Критерію 10.**

не застосовується

## **IV. Інші спостереження**

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

дані відсутні

## **V. Підсумки**

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

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

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

За результатами експертного оцінювання рішенням експертної групи є **акредитація**.

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	Додаток до звіту ЕГ Перелік суттєвих недоліків.xlsx	P9KF5KQq/VMXoSJUGKVUfP5+8EmFIPXONaDso HxWG+k=

\*\*\*

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

**Якимишин Лілія Ярославівна**

Члени експертної групи

**Андрушкевич Зінаїда Миколаївна**

**Данилейко Максим Олександрович**