

## ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Державний вищий навчальний заклад "Ужгородський національний університет"</b>
Освітня програма	<b>9940 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

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

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

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

*Використані скорочення:*

**ID** - ідентифікатор

**ВСП** - відокремлений структурний підрозділ

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

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

**ЗВО** - заклад вищої освіти

**ОП** - освітня програма

## Загальні відомості

### 1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Державний вищий навчальний заклад "Ужгородський національний університет"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	9940
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	Летуновська Наталія Євгенівна, Куц Анастасія Олександрівна, Шипуліна Юлія Сергіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	08.04.2025 р. – 10.04.2025 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/90116>

Програма візиту експертної групи <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/90424>

### 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:**

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Ужгородського національного університету в цілому відповідає всім критеріям оцінювання якості освітньої програми. ОП розроблена та реалізується відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», відповідає вимогам чинного законодавства України, а також враховує потреби ринку праці, думки стейкхолдерів, науково-методичні підходи, інституційні й регіональні особливості. Позитивними сторонами ОП є те, що ОП узгоджена з місією та стратегічними цілями УжНУ, адаптована до регіонального і міжнародного контекстів; системний моніторинг ринку праці, залучення стейкхолдерів, зокрема роботодавців, а також представника здобувачів до формування цілей і перегляду ОП. ОП має чітку логіку побудови, охоплює загальні, фахові та прикладні компоненти, що відповідають програмним результатам. Наявність трьох послідовних практик, формування soft skills, інтеграція принципів сталого розвитку, практикоорієнтованість. Університет забезпечує прозорий доступ до ОП, реалізує індивідуальні графіки, академічну мобільність, визнання неформальної освіти та формування індивідуальної освітньої траєкторії. Наявна стабільна платформа Moodle, добре розвинене інформаційне середовище, підтримка англійської підготовки, діяльність студентського наукового гуртка ISKRA, трирівнева система практик, заходи з академічної доброчесності. При навчанні та викладанні використовуються сучасні освітні технології, кейси, командні проєкти, тренінги. Освітній процес зорієнтований на студентоцентризм, критичне мислення, практичну підготовку. Добір викладачів здійснюється на конкурсній основі з урахуванням кваліфікаційних вимог. До реалізації ОП залучаються практики, діє система стимулювання наукової активності, підтримується підвищення кваліфікації НПП. Існує нормативна база щодо оцінювання. Програмні результати охоплюють декілька дисциплін, а дисципліни – декілька ПРН. Дієва система поточного й підсумкового контролю, інтегрована з Moodle. Функціонує робоча група, яка включає здобувача освіти. Проводяться регулярні перегляди ОП, використовуються результати опитувань, зустрічей і консультацій. Враховуються рекомендації НАЗЯВО і стейкхолдерів. УжНУ має впроваджену політику забезпечення якості освіти. Діє система моніторингу освітнього процесу, анкетування студентів, документального аналізу та збору зворотного зв'язку, що сприяє вдосконаленню програми.

## **Недоліки**

Невідповідність шифрів ОК в ОП та НП. Неповне відображення взаємозв'язку між окремими дисциплінами в СЛС ОП. Однаковий вибір вибіркового дисциплін усією академічною групою. Відсутність випадки реалізації академічної мобільності. Оцінка деякими здобувачами можливості комунікацій з викладачами на низькому рівні. Низький рівень залученості здобувачів до участі в міжнародній діяльності. Наявність необґрунтованих відмінностей в оцінюванні ідентичних індивідуальних робіт у різних ОК. Брак розуміння сутності ключових понять у сфері академічної доброчесності у здобувачів ОП. Відсутність у Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП чітко прописаних пунктів Ліцензійних вимог, яким мають відповідати претенденти на посади; публікації НПП у деяких випадках потребують поглиблення зв'язку з конкретними темами дисциплін; оприлюднення на сайті ЗВО лише ТОП-100 рейтингового списку НПП. Студенти не користуються наукометричними базами. Недостатньо використовуються професійні маркетингові програми. Відсутність формалізованої процедури комунікацій з випускниками ОП. Відсутність роботодавців у складі групи розробників ОП. Не виявлення СВЗЯО розбіжностей в шифрах ОК у ОП та НП. Відсутність практики опитування НПП щодо задоволеності взаємодії з різними підрозділами університету. На сайті ЗВО оприлюднені нормативні документи із застарілими датами. Відсутній у вільному доступі звіт ректора за 2024 рік, у деяких рецензіях на ОП не вказано дати написання, а також відсутні оновлені протоколи засідань робочих груп.

## **Рекомендації**

При перегляді ОП розглянути можливість розширення ПРН ОП відповідно до Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринків збуту (Маркетолог)». Узгодити порядок подання та шифри дисциплін в ОП та НП. В СЛС відобразити взаємозв'язок між конкретними ОК. Забезпечити реальну індивідуалізацію освітньої траєкторії. Посилити реалізацію програм академічної мобільності. Надати можливість відкритої відповіді для запитань при проведенні опитувань. Інтенсивніше залучати здобувачів до участі в міжнародних академічних проєктах. Переглянути РП до ОК на предмет забезпечення справедливості призначення кількості балів за однакові за структурою, обсягом та складністю індивідуальні роботи. Забезпечити системне інформування студентів про норми та правила академічної доброчесності. Внести зміни до Порядку проведення конкурсного відбору та визначити пункти Ліц.вимог, яким має відповідати претендент. Посилити публікаційну активність викладачів за тематикою конкретних ОК. Оприлюднювати на сайті ЗВО повний рейтинг НПП. Посилити інформаційну роботу серед здобувачів щодо можливостей і переваг користування наукометричними базами. Інтегрувати у навчальний процес роботу з професійними маркетинговими інструментами. Запровадити формалізовану процедуру зв'язку з випускниками, додати представника роботодавців до складу групи розробників ОП. Переглянути ОП та НП на предмет відповідності шифрів дисциплін та усунути розбіжності. Запровадити процедуру опитування НПП щодо його задоволеності взаємодії з різними підрозділами університету. Провести перегляд нормативних документів та оновити положення, оприлюднити звіт ректора за 2024 рік на офіційному сайті, забезпечити документальну прозорість: додати дати до всіх рецензій, своєчасно публікувати актуальні протоколи засідань робочих груп із розробки та перегляду 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**

Програмні результати навчання, визначені в освітній програмі «Маркетинг» 2024 р. Ужгородського національного університету, повністю відповідають результатам навчання, закріпленим у Стандарті вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» (наказ МОН України №1343 від 05.12.2018 року із змінами). Під час розроблення ОП усі результати навчання Стандарту були системно трансформовані у програмні результати навчання, що охоплюють знання, уміння, навички та здатності, необхідні для здійснення професійної маркетингової діяльності в умовах сучасної економіки. Програмні результати навчання забезпечують розвиток аналітичного, стратегічного, критичного мислення, формують навички проведення маркетингових досліджень, розробки маркетингових стратегій і кампаній, управління маркетинговою діяльністю та використання цифрових технологій. ОП також сприяє розвитку комунікаційних навичок, командної роботи, креативності, здатності працювати в умовах змін та формує етичні й соціально відповідальні навички. Досягнення усіх результатів навчання Стандарту забезпечується через обов'язкові освітні компоненти програми, на які відведено 180 кредитів ЄКТС (75% загального обсягу ОП). Структура ОП побудована таким чином, що формування знань і компетентностей відбувається послідовно - від загальноосвітніх і фундаментальних дисциплін («Історія економіки та економічної думки», «Основи економіки та підприємництва», «Інформаційні та комунікаційні технології») до професійних і прикладних («Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Інтернет-маркетинг», «Маркетинг у соціальних мережах», «Маркетинговий аналіз та аудит»). Важливою складовою досягнення ПРН є практична підготовка, яка реалізується через три етапи практик (навчальну "Вступ до фаху", організаційно-економічну (виробничу), переддипломну), що дозволяє здобувачам адаптувати знання до реального професійного середовища та формувати професійні компетентності на практиці. Зміст робочих програм, си́лабусів та практик підтверджує, що кожен ПРН співвіднесений із відповідними освітніми компонентами, а кожен результат навчання, передбачений Стандартом, має кілька механізмів реалізації у програмі. Це забезпечує повноцінне досягнення цілей програми та розвиток усіх необхідних компетентностей у здобувачів. Освітня програма «Маркетинг» не є міждисциплінарною.

**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**

Освітня програма «Маркетинг» не передбачає присвоєння професійної кваліфікації.

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

Мета освітньої програми «Маркетинг» відповідає місії УжНУ, що було підтверджено проректором з науково-педагогічної роботи під час он-лайн зустрічі з адміністративним персоналом Університету. Окрім цього, мета ОП корелюється із стратегічними напрямками УжНУ, що викладені в Концепції інноваційного розвитку ДВНЗ УжНУ» на 2015-2025 рр. (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/8662>) та акцентує увагу на формуванні конкурентоспроможних, креативних, стратегічно мислячих фахівців, розвитку аналітичного мислення та професійної свідомості, готовності до викликів сучасного бізнес-середовища, що повністю узгоджується з цілями УжНУ щодо підготовки елітних кадрів, стимулювання підприємницької активності та забезпечення лідерства на вітчизняному й міжнародному освітньо-науковому ринку. Особливості освітньої програми «Маркетинг» УжНУ полягають у її практикоорієнтованості та адаптації до вимог сучасного ринку праці. Зокрема, програма передбачає вивчення ОК, що охоплюють інтернет-маркетинг, соціальні мережі, маркетингову аналітику, комп'ютеризацію економічних розрахунків, а також тренінги з розвитку soft skills, роботу з реальними кейсами та проєктами. Крім того, особливістю програми є наявність широкого вибору варіативних компонентів, що дозволяє здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію. До реалізації ОП залучені викладачі з бізнесу, практики маркетингу,

що забезпечує зв'язок теорії з практикою. Програма також враховує регіональний контекст та специфіку Закарпаття, інтегруючи особливості місцевого ринку в навчальний процес, що було неодноразово підкреслено на зустрічах із Гарантом ОП, науково-педагогічними працівниками та стейкхолдерами. Усі ці особливості безпосередньо корелюють з метою програми, а саме підготовкою висококваліфікованих, професійно свідомих, стратегічно мислячих фахівців, здатних ефективно діяти в умовах динамічного ринкового середовища на національному та міжнародному рівнях. Вони спрямовані на формування необхідних компетентностей, що забезпечують відповідність випускників вимогам сучасного бізнесу та економіки.

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

При перегляді освітньої програми ЗВО враховує потреби різних груп стейкхлдерів. Щороку проводиться опитування здобувачів вищої освіти щодо змісту та якості освітньої програми (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/72117>), узагальнені результати якого оприлюднюються на сайті ЗВО. Окрім цього, до опитування запрошуються роботодавці та випускники освітньої програми. Анкети для стейкхлдерів розміщено на сайті ЗВО у відкритому доступі (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/72117>). Під час фокус-груп з випускниками та стейкхлдерами, а також Відкритої зустрічі ЕГ було з'ясовано, що ЗВО розсилає посилання на анкети для вивчення думки зацікавлених сторін, проте роботодавці зазначили, що більше беруть участь в формуванні освітньої програми під час різних зустрічей та заходів, засідань кафедри, особистих спілкувань із Гарантом та викладачами кафедри тощо. Окрім цього, на кафедрі бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту працюють науково-педагогічні працівники, які поєднують викладацьку діяльність із практикою і залучені до навчального процесу за ОП «Маркетинг». Зокрема, Бондаренко В.М., Федурця В.П. та Курей О.А. є штатними працівниками кафедри, а Мушка Д.В. та Кайнер Л.Ю. - сумісниками. Протягом навчального року вони, за потреби, надають Гаранту та робочій групі рекомендації щодо удосконалення освітньої програми. За пропозицією випускниці ОП до складу робочої групи у 2024 було включено здобувача вищої освіти. За пропозицією роботодавців до переліку ОК внесено «Основи психології», було збільшено обсяг ОК, що спрямовані на вивчення ключових аспектів комплексу маркетингу: «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингові комунікації». До перегляду ОП також залучається академічна спільнота, представники якої були присутні під час фокус-групи зі стейкхлдерами, а також Відкритої зустрічі. ЕГ було з'ясовано, що за рекомендаціями представників академічної спільноти в профілі ОП 2024 року було додано Розділ 10 «Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти», уточнено особливості ОП з урахуванням управління маркетинговою діяльністю. Протоколи засідань робочої групи з результатами прийнятих рішень щодо змін в освітній програмі, оприлюднено на сайті ЗВО (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/88600>). Пропозиції та зауваження щодо Проєкту освітньої програми, починаючи з 2025 року, планується розміщувати на сайті Інфо-центру (Навчальна частина) (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/88514>). За ОП «Маркетинг» зведена інформація щодо отриманих пропозицій та результатів їх розгляду на момент проходження акредитаційної експертизи відсутня.

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

Мета ОП «Маркетинг» УжНУ та ПРН формуються на основі аналізу тенденцій розвитку науки, ринку праці та спеціальності. ЕГ було проаналізовано ОП 2019 р. із змінами, 2022 р. та 2024 р. із змінами (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/16769>) та зроблено висновки, що мета ОП при кожному перегляді ОП змінюється. Так, у 2019 р. акцент було зроблено на системності підготовки через засвоєння загальнонаукових і спеціальних методів; у 2022 р. - мета орієнтована на конкурентоспроможності здобувачів на ринку праці; а у 2024 р. - акцент зроблено на гнучкості, аналітичному та стратегічному мисленні випускників, що потрібно для реальної роботи на національних і міжнародних ринках. У межах діяльності робочої групи з проєктування та оновлення ОП систематично аналізуються наступні джерела інформації: дані ринку праці, результати опитувань роботодавців, аналітичні звіти з розвитку економіки Закарпатської області, рекомендації академічної спільноти, а також міжнародний досвід. Зокрема, у 2024 році було відзначено високий попит на фахівців з інтернет-маркетингу, digital-комунікацій, web-розробки, що стало підставою для включення в ОП таких обов'язкових ОК як «Інтернет-маркетинг», «Маркетинг у соціальних мережах», «Інформаційний маркетинг». ПРН, заявлені в ОП відповідають актуальним вимогам ринку праці та змінам у сфері маркетингової діяльності. ОП «Маркетинг» також враховує галузевий контекст через залучення представників бізнесу до проєктування програми, інтеграцію кейсів, тематичних прикладів та залучення здобувачів до виконання завдань, пов'язаних із конкретними галузями економіки. Тематика дисциплін «Маркетинг промислового підприємства», «Маркетинг послуг», «Маркетинг у галузях та сферах діяльності» та вибір баз практик також формуються з урахуванням галузевих особливостей. Гарантом та розробниками ВСО було підкреслено, що регіональний контекст відіграє важливу роль у формуванні ОП, оскільки Закарпатська область є прикордонним регіоном із розвинутою сферою малого та середнього бізнесу, туризму, торгівлі, що має свої специфічні потреби, які було враховано при формуванні змісту ОК ОП, зокрема «Регіональна економіка», «Міжнародна економіка», «Іноземна мова професійного спрямування», «Міжнародний маркетинг». Аналіз потреб регіону здійснювався на основі моніторингу економічних програм області, участі викладачів у заходах із залученням місцевих підприємців, консультацій із роботодавцями. Під час формування мети та ПРН було враховано досвід вітчизняних ЗВО: Хмельницького кооперативного інституту, Луцького НТУ, НУ «Львівська політехніка», Нац. академії управління щодо структури програми, формулювання цілей, профілю ОП,

а також внутрішньої системи забезпечення якості. Також враховано міжнародний досвід аналогічних освітніх програм з Польщі, Угорщини, Чехії, Литви, Італії, Франції. Робоча група адаптувала кращі практики: кейс-метод, методологію design thinking, підходи до навчання підприємництву, розвитку аналітичних навичок, орієнтацію на міжнародний ринок.

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

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

Освітня програма «Маркетинг» Ужгородського національного університету узгоджена зі Стандартом першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг». Мета програми гармонізується з місією та стратегією розвитку УжНУ, а ПРН орієнтовані на формування сучасних фахових, аналітичних, стратегічних і цифрових компетентностей, що відповідають вимогам ринку праці. Залучення викладачів-практиків до перегляду ОП забезпечує тісний зв'язок з бізнес-середовищем. Програма адаптована до регіонального контексту Закарпаття, враховує його економічні особливості через зміст освітніх компонентів та тематику практик. Системно проводиться аналіз ринку праці, думки стейкхолдерів, аналітичних звітів і міжнародного досвіду. Удосконалення програми здійснюється на основі зворотного зв'язку, зокрема щорічних опитувань, відкритих зустрічей, фокус-груп тощо. До складу робочої групи включено здобувача вищої освіти, що демонструє відкритість до студентських ініціатив. ОП адаптована до міжнародного контексту: враховано досвід освітніх програм з країн ЄС. Таким чином, враховуючи позитивні практики та відсутність суттєвих недоліків, ОП «Маркетинг» повністю відповідає Критерію 1.

### **Недоліки**

Суттєвих недоліків за Критерієм 1 не виявлено.

### **Рекомендації**

При перегляді ОП у 2026 р. розглянути можливість розширення програмних результатів навчання освітньої програми відповідно до Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринків збуту (Маркетолог)».

## **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)**

Загальний обсяг освітньої програми «Маркетинг» складає 240 кредитів ЄКТС, з яких на дисципліни обов'язкової підготовки відведено 75 % (180 кредитів), на вибіркові - 25 % (60 кредитів ЄКТС), що повною мірою відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» та Стандарту першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. Всі освітні компоненти обов'язкової підготовки поділяються на дисципліни циклу загальної підготовки (53,5 кредитів ЄКТС), циклу професійної підготовки (110 кредитів), практики (15 кредитів), атестацію у вигляді кваліфікаційної роботи (1,5 кредити). Формування всіх компетентностей, що визначені в стандарті першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг відбувається за рахунок дисциплін обов'язкової підготовки, що складає (75 %) від загального обсягу освітньої програми. Загальний обсяг кредитів навчальних дисциплін та обсяг окремих ОК в навчальному плані як денної, так і заочної форм навчання відповідає ОП. Разом з тим в НП відсутні коди дисциплін, які зазначено в ОП та суттєво змінено порядок подання дисциплін, що ускладнює процес сприйняття інформації. Наприклад, ОК1 в НП позначена як 1.1.13, ОК2 - 1.1.9 тощо. Крім цього ОК 44 «Виконання та захист кваліфікаційної роботи» обсягом 7,5 кредитів ЄКТС в навчальному плані розділена на дві частини: «Виконання кваліфікаційної роботи бакалавра» (1.2.27) обсягом 6 кредитів ЄКТС та «Захист кваліфікаційної роботи бакалавра» (1.2.31) обсягом 1,5 кредити ЄКТС.

**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**

Освітні компоненти освітньої програми «Маркетинг» повністю забезпечують досягнення всіх заявлених програмних результатів навчання. Це підтверджується матрицею відповідності програмних результатів освітнім компонентам, що наведена у структурі програми, а також робочими програмами та силабусами дисциплін. Кожен програмний результат навчання співвіднесений з конкретними дисциплінами, які реалізують відповідні компетентності. Наприклад, результат Р1 досягається завдяки таким компонентам як ОК 6, 14,15,17, 25, 27, 28, 31, 35, 36, 37, 38, 44. Логічна послідовність опанування освітніх компонентів в освітній програмі забезпечена на належному рівні. Це простежується як у структурно-логічній схемі ОП, так і в змісті НП. Проте, в логічно-структурній схемі не повною мірою відображено взаємозв'язок між окремими дисциплінами. Формування знань і компетентностей відбувається послідовно - від базових і загальноосвітніх дисциплін до фахових, прикладних і аналітичних. Зокрема, перші семестри присвячені вивченню фундаментальних дисциплін («Історія економіки та економічної думки», «Основи економіки та підприємництва», «Вища математика для економістів», «Інформаційні та комунікаційні технології»), які закладають основу для подальшого фахового зростання. У наступних семестрах здобувачі поступово опановують професійно орієнтовані дисципліни («Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Маркетингове ціноутворення», «Інтернет-маркетинг» тощо), а в кінці програми проходять Переддипломну практику та виконують кваліфікаційну роботу бакалавра. Окрім переддипломної практики, в структурі ОП передбачено проходження Навчальної практики «Вступ до фаху» у 2 семестрі та Організаційно-економічної (виробничої) у 6 семестрі. ЕГ було проаналізовано робочі програми всіх зазначених видів практики, звіти здобувачів, які було отримано за додатковим запитом, а також Методичні рекомендації, що викладено в системі Moodle і з'ясовано, що ОП забезпечує набуття необхідних попередніх результатів для проходження здобувачами практичної підготовки. Жодна дисципліна не потребує знань, яких не передбачено попереднім навчанням у межах ОП. Зміст ОП забезпечує формування як загальнокультурних, так і громадянських компетентностей здобувачів, які визначено як Стандартом ВО, так і ОП (ЗК1-15). Набуття компетентностей відбувається протягом опанування таких дисциплін як: «Історія та культура України», «Філософія», «Академічна доброчесність та основи наукових досліджень», «Антикорупція та доброчесність» тощо, а також через підходи до організації освітнього процесу - академічну доброчесність, самостійність, соціальну орієнтованість. Програмні результати навчання Р15 та Р18 прямо орієнтовані на формування відповідального фахівця, що діє на засадах етики, поваги до культурного розмаїття і прав людини. Досягнення Р15 відбувається завдяки опануванню 17 ОК, Р18 - 12. Таким чином, освітня програма створює належне середовище для формування компетентного, свідомого, етично вмотивованого фахівця.

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

Зміст освітньої програми «Маркетинг» повністю відповідає заявленому об'єкту вивчення - маркетинговій діяльності як формі взаємодії суб'єктів ринку. ОК програми охоплюють усі ключові аспекти професійної діяльності маркетолога: від вивчення поведінки споживача та аналізу ринку (ОК 31, 40), до розробки стратегій (ОК 27, 28, 38), цифрових комунікацій (ОК 29, 32) і прикладного інструментарію (ОК 26). Програма дозволяє здобувачам досягнути функціонування маркетингових процесів у різних галузях, включно з промисловими підприємствами, сферою послуг та міжнародними ринками (ОК 30, 33, 35). Зміст освітніх компонентів програми є повністю релевантним до теоретичного підґрунтя предметної області «Маркетинг». У програмі охоплено всі ключові категорії, принципи та концепції сучасного маркетингу, в тому числі класичні підходи («Вступ до спеціальності «Маркетинг»», «Маркетинг»), концептуальні положення («Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова політика розподілу»), прогнозування та аналітика («Маркетинговий аналіз та аудит», «Маркетингові дослідження», «Маркетингове планування»). Також у структурі програми присутні дисципліни, які формують здатність застосовувати теоретичні знання для пояснення економічних явищ та прогнозування ринкових результатів («Економікс», «Регіональна економіка»). Це забезпечує не лише знання концепцій, але й здатність до їх практичного застосування. Зміст ОП «Маркетинг» відповідає сучасним методам і технологіям, необхідним для ефективного виконання професійної діяльності в галузі маркетингу. Програма включає освітні компоненти, які формують навички використання загальнонаукових, спеціальних та прикладних методів дослідження, аналізу та управління в маркетинговому середовищі. Зокрема, дисципліна «Маркетингові дослідження» передбачає вивчення технологій збору первинної та вторинної інформації, аналізу даних, проведення опитувань, фокус-груп, формування вибірки та інтерпретації результатів, що є необхідним для прийняття обґрунтованих рішень. ОК «Маркетинговий аналіз та аудит», «Управління маркетинговою діяльністю», «Маркетингове планування» забезпечують оволодіння методами стратегічного аналізу, аналізу ефективності маркетингових заходів, побудови бізнес-моделей, розробки маркетингових стратегій і кампаній. Особлива увага приділяється цифровим технологіям у таких дисциплінах, як «Інтернет-маркетинг» і «Маркетинг у соціальних мережах». Аналіз Розпоряджень щодо затвердження тем кваліфікаційних робіт за 2022-2024 рр., а також текстів робіт, представлених на сайті УжНУ (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/58776>) показав, що тематика, об'єкт, предмет та завдання усіх кваліфікаційних робіт здобувачів повністю відповідають предметній області спеціальності 075 «Маркетинг». Темі кваліфікаційних робіт узгоджуються з профілем ОП. Об'єкти досліджень охоплюють підприємства, установи, організації та ринкові ситуації, що відповідають професійній діяльності маркетолога.

#### **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 здобувачів вищої освіти регулюється рядом локальних актів Ужгородського національного університету, зокрема: Положенням про організацію освітнього процесу в УжНУ (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357>), Положенням про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін у ДВНЗ «УжНУ» (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22963>), Положенням про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти у ДВНЗ «УжНУ» (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357>). Формування індивідуальної освітньої траєкторії відображається також в індивідуальних навчальних планах здобувачів, які було представлено ЕГ у відповідь на запит. У структурі освітньої програми «Маркетинг» 25% (60 кредитів ЄКТС) становлять вибіркові дисципліни, які здобувачі обирають самостійно, в тому числі 4 дисципліни по одній у 3-6 семестрах із загальноуніверситетського каталогу (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/85545>) та 12 дисциплін по 2 кожного семестру (3-8) із кафедрального каталогу (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/61480>). Згідно Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін у ДВНЗ «УжНУ» (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22963>) обрання дисциплін здійснюється у навчальному році, що передує тому, в якому вони будуть вивчатися. Перелік і опис навчальних дисциплін (робочі програми або розширені анотації) викладаються на сайті Університету для ознайомлення здобувачами. Здобувачі мають право обрати дисципліни як з переліку, що пропонується для їх освітньої програми, так із каталогів інших ОП. Перелік дисциплін, що пропонуються здобувачам для обрання, переглядається щорічно. Протягом січня-лютого деканати ознайомлюють здобувачів з переліком ОК, що пропонуються для обрання (п.4.2), до 15 березня відбувається запис для вивчення вибіркового навчальних дисциплін (п.4.4). На підставі листів реєстрації деканат здійснює формування груп для вивчення дисциплін. Якщо вибір не може бути задоволений, деканат інформує про це здобувача та пропонує обрати іншу дисципліну (п.4.7). Обрані ОК вносяться до індивідуальних планів здобувачів та є обов'язковими для вивчення. Здобувачі ОП «Маркетинг» ознайомлені з даною процедурою, про що повідомили під час он-лайн зустрічі. Разом з тим, під час зустрічі із здобувачами, а також за результатами аналізу індивідуальних планів здобувачів, було з'ясовано, що вся група обирає для вивчення однакові дисципліни. Як пояснили здобувачі, вони домовляються заздалегідь і свідомо роблять такий вибір.

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

ОП «Маркетинг» передбачає три види практики, що реалізуються поетапно у логічній послідовності: ОК41 Навчальна практика (4 семестр), ОК42 Організаційно-економічна (виробнича) практика (6 семестр), ОК43 Переддипломна практика (8 семестр). ОК 41 спрямована на формування ЗК 3,4,5,7,8, 15, СК1,2. ОК 42 та ОК 43 - ЗК 3, 5, 8, 9,11,12,14,15, СК 6, 8-12. Кафедра тісно співпрацює із стейкхолдерами, в тому числі роботодавцями, які долучаються до складання програм практики, підписання договорів про співпрацю, керівництва практикою. Практична підготовка здобувачів проходить на реальних підприємствах, що дозволяє забезпечити формування професійних компетентностей у реальному бізнес-середовищі, застосовувати набуті теоретичні знання на практиці, ознайомитися зі специфікою маркетингової діяльності конкретних організацій, а також адаптуватися до умов сучасного ринку праці. Такий підхід сприяє розвитку практичних навичок аналізу ринкової ситуації, планування маркетингових заходів, роботи з документацією, цифровими інструментами, комунікації з партнерами та клієнтами, що є важливою умовою готовності випускника до професійної діяльності. Випускники ОП «Маркетинг» під час он-лайн зустрічі висловили задоволеність практичною підготовкою під час навчання та повідомили, що завдяки саме базам практики, які надав Університет, отримали своє перше місце роботи. Всі бази практики, з якими укладено договори (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/50736>), відповідають завданням конкретних видів практики. ЕГ проаналізувала надані згідно запиту Накази за 2022-2023 н.р. та 2023-2024 н.р, а також звіти і щоденники з практики здобувачів і дійшла висновків про те, що всі бази практики дозволяють повністю реалізувати заплановані результати навчання: від базового розуміння функцій маркетингу до повноцінного виконання аналітичної та дослідницької роботи. Здобувачі також мають змогу проходити практику в організаціях, де вони вже працюють за спеціальністю, що підвищує релевантність набутих навичок

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

ОП «Маркетинг» створює всі умови для формування широкого спектра соціальних навичок (soft skills), які є невід'ємною складовою сучасної професійної компетентності маркетолога. Зміст ОП спрямований на розвиток таких навичок як: комунікація, ведення переговорів, емоційний інтелект, креативність, критичне мислення, адаптивність, командна робота, презентаційні вміння, етика, академічна доброчесність, тайм-менеджмент та лідерство. Формування зазначених навичок забезпечується як загальними, так і професійними освітніми компонентами. Зокрема, ОК6 «Академічна доброчесність та основи наукових досліджень», ОК7 «Основи психології», ОК8 «Історія та культура України», ОК9 «Українська мова за професійним спрямуванням» та ОК22 «Філософія» сприяють формуванню етичної поведінки, академічної доброчесності, критичного мислення та навичок професійного самовираження. Професійні дисципліни, такі як ОК25 «Маркетингові комунікації», ОК31 «Маркетингові дослідження», ОК32 «Маркетинг у соціальних мережах», ОК38 «Управління маркетинговою діяльністю» та ОК40 «Поведінка споживача» безпосередньо спрямовані на розвиток навичок командної роботи, презентацій, креативності, соціальної відповідальності, уміння аналізувати ринкову ситуацію та працювати з

клієнтами. Практична підготовка, що включає ОК41 «Навчальна практика «Вступ до фаху»», ОК42 «Організаційно-економічна практика (виробнича)» та ОК43 «Переддипломна практика», формує навички адаптації до реального робочого середовища, відповідальності, самоорганізації, комунікації в колективі та ведення ділової документації. Здобувачі виконують індивідуальні завдання, проходять практики на підприємствах, презентують результати досліджень, що сприяє всебічному розвитку соціальних навичок. Акцент на розвиток саме цих навичок обґрунтований потребами ринку праці, де сучасний маркетолог повинен не лише володіти професійними знаннями, а й бути ефективним комунікатором, гнучким аналітиком і відповідальним учасником командної роботи. Це також відповідає заявленим програмним результатам навчання (наприклад, Р10, Р15, Р18), у яких підкреслюється важливість комунікації, етики, соціальної взаємодії та лідерських якостей. Для розвитку soft skills застосовуються такі методи, як тренінги, проєктна робота, кейс-аналіз, групові дискусії, рольові ігри, публічні презентації, участь у наукових конференціях та гуртках, майстер-класи, екскурсії на підприємства, а також залучення студентів до професійних заходів (наприклад, Дні кар'єри, тренінги з цифрової грамотності, культурно-пізнавальні події, зустрічі з експертами). Такі форми активного навчання створюють умови для практичного закріплення соціальних навичок, що відповідають запитам роботодавців і сучасному ринку праці.

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

Загальний обсяг програми становить 240 кредитів, які розподіляються між обов'язковими та вибірковими компонентами. Обсяг окремих ОК становить від 3 до 6 кредитів ЄКТС, що відповідає законодавчим нормам. Освітня програма включає 60 кредитів ЄКТС (25 %) вибіркових дисциплін, обсяг яких відповідає законодавчо встановленому мінімуму. Це дозволяє здобувачам адаптувати навчальну траєкторію відповідно до їхніх професійних інтересів. Навчальне навантаження здобувачів освітньої програми протягом одного навчального року становить 60 кредитів ЄКТС, що відповідає нормам законодавства України. Аудиторне навантаження за освітньою програмою становить 3120 год. (43 % від загального обсягу освітньої програми) та складається з лекційних занять, практичних та індивідуальної роботи під керівництвом викладача. Обсяг аудиторних годин для ОК становить не менше ніж 10 год. на 1 кредит ЄКТС, що відповідає Закону України «Про вищу освіту» (ст. 1, п. 14) від 23.04.2024 р. Щотижневе навантаження здобувачів денної форми навчання становить 24-26 годин. ЕГ було встановлено, що здобувачі вважають обсяг аудиторних занять достатнім. Кожен програмний результат навчання забезпечується вивченням кількох дисциплін, в свою чергу, кожна дисципліна спрямована на набуття кількох результатів навчання.

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

Структура освітньої програми «Маркетинг» забезпечує її практикоорієнтованість шляхом цілісного поєднання теоретичної підготовки з прикладними компонентами. У програмі передбачено три види практики: навчальна (ОК41), організаційно-економічна (виробнича) (ОК42) та переддипломна (ОК43), які реалізуються у логічній послідовності. Їх проходження на підприємствах дозволяє здобувачам застосовувати знання в реальних умовах, адаптуватися до професійного середовища та формувати ключові компетентності. Крім того, практикоорієнтованість підтримується завдяки включенню до структури ОП ОК з чітким прикладним спрямуванням, таких як: «Маркетингові дослідження» (ОК31), «Маркетингові комунікації» (ОК25), «Маркетинговий аналіз та аудит» (ОК28), «Інтернет-маркетинг» (ОК29), «Маркетинг у соціальних мережах» (ОК32) тощо. Ці ОК передбачають виконання проєктів, кейсів, групову роботу, аналіз практичних ситуацій тощо. В УжНУ розроблено Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/68309>). Гарант ОП повідомив про те, що до початку повномасштабного вторгнення РФ було розпочато перемовини з роботодавцями щодо дуальної освіти, однак на поточний момент реалізації цього проєкту призупинена. Підготовка за дуальною формою освіти наразі не реалізується, однак на рівні кафедр ведеться робота щодо її впровадження: викладачі беруть участь у тренінгах, форумах і консультаціях, налагоджується комунікація з роботодавцями. Перспективи запровадження дуальної освіти обговорюються під час зустрічей зі стейкхолдерами як актуальний напрямок розвитку програми.

#### **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» УжНУ забезпечує формування у здобувачів вищої освіти компетентностей, що відповідають глобальним цілям сталого розвитку до 2030 року, визначеним ООН та Указом Президента України №722/2019. Зокрема, ЦСР 4 «Якісна освіта» реалізується через забезпечення рівного доступу до навчання: соціальні стипендії, індивідуальні графіки, академічна мобільність, визнання неформальної освіти; ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання» підтримується через розвиток підприємницьких та управлінських компетентностей (ЗК6, ЗК7, СК4, СК6, СК8), вивчення сучасних моделей бізнесу, цифрового маркетингу, що формує готовність до самозайнятості й роботи

в умовах змін; ЦСР 9 «Інновації та інфраструктура» втілюється завдяки опануванню інструментів інтернет-маркетингу, веб-аналітики, використанню ІКТ в освітньому процесі; ЦСР 12 «Відповідальне споживання і виробництво» інтегрується через дисципліни «Маркетингова товарна політика», «Поведінка споживача», етичний та екологічний контекст досліджень, а також тематику курсових і кваліфікаційних робіт, орієнтованих на відповідальне споживання, еко-маркетинг, сталий бізнес.

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

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

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти повністю відповідає вимогам Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та чинному законодавству. Структура програми забезпечує логічну послідовність вивчення освітніх компонентів, їхній зміст є релевантним заявленим компетентностям та програмним результатам навчання. Формування професійних, загальнокультурних, громадянських і соціальних компетентностей відбувається комплексно: через зміст навчальних дисциплін, практичну підготовку, вибірккові компоненти, участь у проєктній, дослідницькій, науковій діяльності. Зміст ОП узгоджено з об'єктом вивчення (маркетинговою діяльністю), теоретичними і методичними засадами предметної області, сучасними технологіями, інструментами та тенденціями розвитку сфери. Програма практикоорієнтована, дозволяє сформувати soft skills, а також компетентності, пов'язані з досягненням цілей сталого розвитку. Позитивними сторонами ОП є наявність трьох послідовних видів практики, що забезпечують зв'язок з ринком праці, спрямованість змісту ОП на досягнення цілей сталого розвитку до 2030 року, співпраця з роботодавцями у забезпеченні практик та навчання. Враховуючи позитивні сторони ОП та те, що виявлені недоліки суттєво не впливають на якість підготовки здобувачів за ОП, ЕГ вважає, що освітня програма відповідає вимогам Критерію 2.

### **Недоліки**

Невідповідність порядку подання та шифрів дисциплін в освітній програмі та навчальному плані. Неповне відображення взаємозв'язку між окремими дисциплінами в структурно-логічній схемі освітньої програми. Однаковий вибір вибірккових дисциплін усією академічною групою.

### **Рекомендації**

ЕГ рекомендує при наступному перегляді освітньої програми узгодити порядок подання та шифри дисциплін в освітній програмі та навчальному плані. В структурно-логічній схемі відобразити взаємозв'язок між конкретними дисциплінами. В наступному навчальному році забезпечити реальну індивідуалізацію освітньої траєкторії, роз'яснюючи здобувачам переваги диференційованого вибору дисциплін.

## **Рівень відповідності Критерію 2.**

Рівень B

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

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

Правила прийому до ДВНЗ «УжНУ» затверджені вченою радою 18.03.2025р. (<https://cutt.ly/DrfoTPwe>). Документ та додатки до нього розміщені у вільному доступі в розділі «Вступникам»-«Приймальна комісія». Даний розділ містить усю необхідну інформацію щодо процедури вступу, зокрема строки вступної кампанії, програми вступних випробувань, нормативно-правові документи тощо. Під час зустрічі 5 зі здобувачами, ЕГ з'ясувала, що правила прийому на навчання є чіткими. Здобувачі підтвердили, що процедура вступу для них була зрозумілою, їм була доступна консультативна підтримка від приймальною комісії, яку вони могли отримати за телефоном або особисто (<https://cutt.ly/8rfc6fhj>). Відділ допомагає абітурієнтам створювати електронні кабінети вступника та подавати електронні заяви на вступні іспити.

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

Відповідно до п.2 Правил прийому (<https://cutt.ly/DrfoTPwe>) вступ для здобуття ступеня бакалавра здійснюється на конкурсній основі, на основі ПЗСО або НРК5. Згідно п.7 вступ на навчання для здобуття ОС бакалавр відбувається за результатами НМТ, творчого конкурсу, співбесіди, вступного іспиту для іноземців, матурального іспиту для громадян Республіки Польща та розгляду мотиваційних листів. В п. 7.8 подана інформація щодо розрахунку конкурсного балу, мінімальна кількість балів становить 100 балів. Вступ здійснюється за широким конкурсом на бюджетну та контрактну форму навчання, обсяги прийому та обсяги державного замовлення подані у п. 4.

**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**

ДВНЗ «УжНУ» має визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності. Вони регламентуються внутрішніми нормативними документами, розміщеними у вільному доступі, зокрема такими як: «Положенням про академічну мобільність студентів» (<https://cutt.ly/trfv8lOH>), «Положенням про порядок перезарахування результатів навчання та визначення академічної різниці» (<https://cutt.ly/Grfv89eP>), «Положенням про академічні відпустки, повторне переведення, поновлення та відрахування студентів» (<https://cutt.ly/Rrfv4ftp>), «Положенням про порядок визнання (перезарахування) кредитів ЄКТС для учасників програм академічної мобільності» (<https://cutt.ly/zrfv4WAJ>). Під час зустрічей зі здобувачами освіти та НПП, ЕГ отримала інформацію про те, що здобувачі ознайомлені з інформацією про можливість реалізації свого права на академічну мобільність. Університетом, факультетом та кафедрою ведеться робота в напрямку посилення міжнародного співробітництва. На зустрічах було підтверджено, що студентів постійно ознайомлюють з можливостями міжнародної мобільності. Випадки міжнародної академічної мобільності на даній ОП відсутні, проте представником міжнародного відділу було зазначено, що одна зі студенток з ОП Маркетинг вже подалася на участь в проєкті Erasmus+.

**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**

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюються «Положенням про порядок визнання в ДВНЗ «УжНУ» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті» (<https://cutt.ly/6rfbME5C>). В п.3 роз'яснено порядок перезарахування результатів отриманих у неформальній освіті. На зустрічах з гарантом та академічним персоналом, ЕГ з'ясувала, що студентів постійно інформують про їхні можливості неформальної освіти. Здобувачі також наголосили на своїй активній участі до такого формату навчання та підтвердили випадки перезарахування окремих тем у межах вивчення дисциплін та отримання додаткових балів. Викладачі кафедри залучають студентів до участі в наукових конференціях, ворк-шопах, вебінарах, онлайн-стажувань та мотивують здобувачів до участі в неформальній освіті.

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

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

ДВНЗ «УжНУ» демонструє чітке дотримання вимог щодо правил прийому, які є прозорими, зрозумілими та доступними для всіх абітурієнтів. Визнання результатів неформальної освіти належним чином врегульовано і впроваджується на практиці: здобувачам зараховуються окремі теми та нараховуються додаткові бали, що свідчить про підтримку розвитку індивідуальної освітньої траєкторії. Враховуючи позитивні сторони ОП та те, що виявлені недоліки суттєво не впливають на якість підготовки здобувачів за ОП, ЕГ вважає, що освітня програма відповідає Критерію 3.

#### **Недоліки**

ЕГ виявила, що у межах ОП відсутні випадки реалізації академічної мобільності, що свідчить про недостатню практичну реалізацію цього напрямку, попри наявність нормативної бази.

## Рекомендації

ЕГ рекомендує посилити реалізацію програм академічної мобільності, зокрема через активізацію співпраці з вітчизняними та іноземними партнерами, мотивацію здобувачів до участі в таких програмах та надання їм супровідної підтримки до кінця наступного навчального семестру.

### 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**

Вибір методів, засобів та технологій викладання регламентується в УжНУ Положенням про організацію освітнього процесу: <https://cutt.ly/9rd1vZmj>. У навчальному процесі поєднуються стандартні методи навчання (лекції, семінарські заняття, індивід.завд., самост.робота, дискусії, тести) і інтерактивні методи навчання (case-study, ігрові методи залучення до студентів до виконання завдань із використанням технологій платформ Kahoot, Quizlet), мікронавчання (перегляд відео-кейсів), брейн-ринги), що підтверджено під час зустрічі 4. Навчання на ОП здійснюється за денною та заочною формами. На ОП передбачено три види практичної підготовки здобувачів (навч., виробнича та переддипломна), які в сукупності дають можливість закріпити теоретичні знання та здобути необхідні практичні навички. Результати аналізу матриці відповідності (табл. з ВСО) свідчать про доцільність обраних форм і методів навчання та викладання, які ефективно забезпечують досягнення цілей ОП та ПРН. На ОП навчання проходить за змішаною формою навчання. Студенти заочного відділення навчаються дистанційно, четвертий курс денного відділення також. Інші курси денного відділення навчаються переважно в очному форматі за винятком днів, коли у них за розкладом лише одна пара. Тоді їх навчання здійснюється дистанційно, як повідомили студенти ОП під час зустрічі 5. Засобом асинхронної комунікації зі здобувачами є платформа Moodle, синхронної - Google Meet та Zoom, що підтверджено під час зустрічей з НПП (зустр. 4) та здобувачами (зустр. 5). Виконання курсових і кваліфікаційних робіт є важливою складовою індивідуалізації освітнього процесу. Така діяльність дозволяє здобувачам окреслити індивідуальну освітню траєкторію відповідно до особистісних інтересів і професійних орієнтирів. Здобувачами під час зустрічі 5 було підтверджено, що вони мають можливість самостійно обирати бази проходження практик, але кафедра також сприяє знаходженню місця практики для студентів. На ОП забезпечення вибірковими компонентами освітнього процесу здійснюється відповідно до Положення про порядок реалізації студентами права на вільний вибір дисциплін: <https://cutt.ly/irdoXKMN>. Обсяг вибіркових навчальних дисциплін становить не менше 25% загальної кількості кредитів ЄКТС. Здобувачу може бути відмовлено у реалізації його вибору дисципліни і запропоновано здійснити повторний вибір у випадках: якщо кількість здобувачів, які обрали навчальну дисципліну перевищує нормативну кількість здобувачів, встановлену в Університеті при формуванні груп для вивчення таких дисциплін, а також якщо кількість здобувачів, які обрали навчальну дисципліну є меншою за встановлену в Університеті нормативну кількість здобувачів. За словами здобувачів (зустр. 5), про випадки відмови у призначенні вибраної дисципліни вони не знають, бо, як правило, здійснюють обговорення в своїй групі щодо того, яку дисципліну обрати й ухвалюють взаємне рішення. НПП не беруть участь в обговоренні та не впливають на ухвалення рішення здобувачами щодо вибіркових дисциплін.

**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)**

Згідно Положення про організацію освітнього процесу в УжНУ для кожної ОК ОП розробляється РП з цілями, змістом та очікуваними результатами навчання, порядком та критеріями оцінювання. РП розміщені на вебсторінці Інфо-центру: <https://cutt.ly/yr2lO73>. У Відомостях про самооцінювання зазначено, що ця інформація оновлюється перед початком навчального року. Перевірка наявності РП за ОП показала відсутність РП для вибіркового ОК «Психологія маркетингу» РП (наявний лише короткий опис ОК з ключовими результатами навчання). Під час інтерв'ювання НПП з'ясовано, що інформація щодо порядку та критеріїв оцінювання різних видів робіт у межах ОК надають викладачі студентам на першому занятті. Також, як було зазначено здобувачами на зустрічі 5, вони мають доступ до платформи Moodle, де також є інформація по ОК, надається доступ до навчально-методичних матеріалів. Обрана система інформавання щодо порядку та критеріїв оцінювання зручна для здобувачів, що було підтверджено під час зустрічі 5. Кожен здобувач має право отримати консультацію від викладачів електронною поштою (у кожного здобувача є корпоративний акаунт, що підтверджено під час зустрічі 8) чи безпосередньо на кафедрі. За словами здобувачів (зустр.5) викладачі дуже відкриті, ясно та чітко пояснюють усю необхідну інформацію, яку запитують у них здобувачі. Разом із тим, результати опитування щодо змісту та якості підготовки за ОПП «Маркетинг» здобувачів у 2024 році (<https://cutt.ly/ord25vy6>) показали, що із 125 опитаних здобувачів при відповіді на запитання «Оцініть свої можливості комунікувати з викладачами» 19 оцінили ці можливості на низькому рівні; у

2023 році (<https://cutt.ly/Ord9p9n1>) - із 94 осіб 9 оцінили на низькому рівні. Під час вивчення ОК «Організація освітнього процесу» здобувачам висвітлюються питання, пов'язані з організацією освітнього процесу. На зустрічах із НПП (зустр.4) та здобувачами (зустр.5) було підтверджено, що за активну участь у наукових заходах їм можуть бути зараховані додаткові бали з дисциплін. Разом із тим, при відповіді на запитання анкети щодо змісту та якості підготовки на ОПП 10% «Чи задоволені ви інформуванням стосовно навчання» 10% здобувачів відповіли, що не задоволені, 22% - частково (у 2023 році - 16% та 22% відповідно). Результати цього ж опитування показали, що 9% здобувачів не вважають оцінювання знань прозорим та чесним (у 2023 році - 13%).

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

Поєднання навчання та досліджень на ОП реалізується за рахунок залучення студентів до науково-дослідних робіт випускової кафедри, зокрема на кафедрі БАММ з 2022 року проводиться наукова робота за комплексною науковою темою «Економіко-управлінські аспекти трансформації бізнесу та інноваційного розвитку України в період російсько-української війни та післявоєнного відновлення» (березень 2022 – грудень 2026 року, № державної реєстрації 0122U200756). До наукових досліджень залучені здобувачі в рамках діяльності студентського наукового гуртка "ISKRA". Наук. керівн. Зарічною О.В. зазначено, що до наукового гуртка можуть долучатися студенти, незалежно від курсу (зустр.4). Результатами досліджень студентів є публікації тез доповідей під керівництвом викладачів кафедри. Наявність опублікованих тез доповідей підтверджується надісланим переліком публікацій зі здобувачами з посиланнями на них на запит ЕГ. Під час зустрічі зі здобувачами здобувачем було зазначено, що готується до публікації наукова стаття (зустр.5). У Відомостях самооцінювання вказано, що інформацію про конкурси науково-дослідних робіт, гранти, конференції та наукові семінари та інші можливості поєднання дослідницької діяльності з навчанням для здобувачів розміщена на сайті ЗВО за посиланням: <https://cutt.ly/grfgQnc4>. Проте інформація про такі важливі компоненти, як конкурси та гранти, конференції та семінари за цим посиланням застаріла (2019 рік і раніше). За цим же посиланням розміщена інформація та Положення про Стартап центр УжНУ (конкурс інноваційних ідей), який функціонує в ЗВО з 2016 року. На зустрічі з керівництвом та менеджментом ЗВО проректором з наук.-пед. роботи було зазначено, що цей конкурс проводиться щорічно спільно зі спонсорами та роботодавцями. Кожен переможець отримує суттєву винагороду, яка мотивує виконавця продовжувати наукову діяльність (зустр.3). Щорічно 15-20 робіт висувається на конкурс стартапів. Це спільні роботи студентів і викладачів. Проте в цьому конкурсі ще не брали участь студенти ОП «Маркетинг», що виявлено в ході перевірки звітів про конкурс минулих років. Завідувачкою кафедри на зустрічі з зазначено, що студенти ОП «Маркетинг» поінформовані про цей конкурс і в рамках ОК «Маркетинг стартап-проектів» вони розробляють інноваційні проекти та мають на меті брати участь у конкурсі у наступні роки (зустр.3).

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

Перегляд та оновлення змісту ОК відбувається згідно Положення про порядок розроблення, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм: <https://cutt.ly/qrfhsgry>, Методичних рекомендацій з розроблення робочих програм навчальних дисциплін: <https://cutt.ly/Arfhfx12>. ОП переглядають на предмет її відповідності досягненням науки в галузі управління та адміністрування, регіональним потребам, тенденціям розвитку економіки та суспільства, урахуванням змін у потребах здобувачів та стейкхолдерів. ОК також оновлюються відповідними НПП кафедри до початку навчального року. РП пролонгують кожного навчального року та оновлюють повністю або частково не рідше одного разу на три роки. ОК оновлюється виходячи із нових здобутих знань викладачів (такі викладачі пройшли курси підвищення кваліфікації та мають відповідні сертифікати та підтвердження: Дюгованець О.М. «Графічний дизайн» (2024 р.), <https://cutt.ly/zrflJZMp>; Бондаренко В.М. сертифікат «Instagram-маркетолога» від 18.03.2020 р.; Зеліч В.В. сертифікат агенції PRO MARKETING про проходження курсу «Реклама для власників бізнесу - професійне налаштування таргетованої реклами в соцмережах» (2021 р.)). Перегляд ОК відбувається на основі практичних досягнень у рамках співпраці з органами державної влади, неурядовими організаціями, підприємствами. Зокрема, гарант ОП Жуков С.А. є Головою Закарпатського регіонального представництва Індустріального гендерного комітету з реклами і оновлює лекційний матеріал ОК у темах про рекламу (дисципліни «Маркетинг», «Маркетинг промислового підприємства» та ін.). Викладачі ОП Жуков С.А. та Дюгованець О.М. є активними членами Української асоціації маркетингу (підтверджено під час відкритої зустрічі). За результатами реалізації наукових досліджень за держбюджетною темою 0118U004532 «Формування конкурентних позицій бізнесу та територій в умовах глобалізаційного поглинання» оновлено зміст таких компонентів, як «Основи економіки та підприємництва», «Менеджмент», «Маркетинг», «Міжнародна економіка», «Економіка підприємства», «Маркетингові комунікації».

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

Навчання, викладання та проведення наукових досліджень у ЗВО пов'язані з визначеною Стратегією інтернаціоналізації ДВНЗ «УжНУ» (<https://cutt.ly/VrfzaUNw>) та розд. 4 Концепції інноваційного розвитку ДВНЗ «УжНУ» на 2015-2025 рр. (<https://cutt.ly/urfzshxF>). Інформацію про можливості міжнародної діяльності розміщено

на сайті ЗВО у вкладці Інфо-центру «Міжнародне співр-цтво» (<https://cutt.ly/vrfzxfhg>). Інформація застаріла, потребує регулярного оновлення. На резерв. зустрічі 1 начальником відділу міжнародних зв'язків та грантової роботи зазначено, що інформацію про можливості міжн.акаде. мобіл. можна знайти на сайті у розділі «Міжнародна співпраця» (<https://cutt.ly/mrfzn8Xw>), а також у рубриці «Анонси подій» сторінки Відділу міжн. зв'язків (<https://cutt.ly/wrfzSq8v>). Значна кількість сторінок може заплутувати здобувачів та НПП у пошуку інформації. Інформування про міжнародні можливості НПП та здобувачів відбувається при безпосередньому спілкуванні з НПП та особистих комунікаціях між учасниками освітнього процесу. Під час вивчення ОК «Вступ до фаху» надається інформація щодо можливостей пошуку інформації про міжнародні можливості, акцентується увага на необхідності вивчення англійської мови як мови міжнародного спілкування. Начальник відділу міжн.зв'язків та грант.роботи зазначила, що проводить зустрічі зі студентами під час Днів кар'єри, Днів Європи, де надає інформацію про міжнародну діяльність університету та можливості для здобувачів. Діє практика інформування, коли здобувачі після повернення з програм мобільності розповідають іншим студентам про свою програму та отриманий досвід на спеціально організованих зустрічах. Незважаючи на ці заходи, здобувачі ОП «Маркетинг» не активно беруть участь у міжн.акаде.мобільності, на що вказала завідувач кафедри (зустр. 4). Під час зустрічі зі здобувачами (зустр. 5) вони зазначили, що поінформовані про можливості міжн.акаде.мобільності і в подальшому на старших курсах розглядають можливість брати в них участь. Університет мотивує фінансово до міжнародної академічної мобільності НПП, оплачуючи витрати участі в програмах. Забезпечується вивчення англійської мови для бажаючих НПП та здобувачів (співпраця з установами Великобританії, Маріупольським державним університетом). Вона зазначила, що це мотивує учасників освітнього процесу поїхати за програмами академічної мобільності в інші країни, прочитати лекції, запросити іноземних колег до УжНУ. Короткострокові курси англійської мови в Кіпрі пройшла здобувач ОП «Маркетинг» Мороз Іванна влітку 2024 року. Відділ міжн.зв'язків допомагає в техн.питаннях написання заявок на участь у конкурсах. Викладачі ОП беруть участь у міжнародних конф-ціях у рамках співпраці із закордонними ЗВО. В УжНУ діє Центр наукометрії, надається відкритий доступ до баз даних Scopus та Web of Science для НПП і здобувачів (у локальній мережі та віддалено). Періодично відкривається тестовий доступ і до інших міжнародних інформаційних ресурсів, як зазначила директор Наукової бібліотеки (зустр.8).

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

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

Освітній процес з ЗВО відповідає вимогам законодавства. Методи, засоби та технології викладання та навчання студентів повною мірою сприяють досягненню програмних результатів. В університеті дотримуються принципів студентоцентричного підходу. У рамках ОП забезпечено дотримання поєднання навчання та наукових досліджень. У ЗВО використовують платформу Moodle з метою систематизації інформації по ОК. Запроваджено три види навчальних практик (навч., виробничої та переддипломної), що покращує практичну підготовку здобувачів. На кафедрі діє науковий студентський гурток «ISKRA», що розширює можливості для здобувачів поєднувати навчання із дослідженнями. Надається допомога на рівні університету з вивченням англійської мови для НПП та здобувачів, що стимулює їх до участі в міжнародних проектах. Враховуючи позитивні сторони та виявлені недоліки, що суттєво не знижують якість освітньої програми, ЕГ вважає, що ОП "Маркетинг" відповідає вимогам Критерію 4.

#### **Недоліки**

Певна кількість здобувачів під час опитування щодо задоволеності якістю освітнього процесу оцінила можливості комунікацій з викладачами та надання інформації щодо освітнього процесу на низькому рівні. Низький рівень залученості здобувачів до участі в міжнародній академічній мобільності.

#### **Рекомендації**

При наступному проведенні опитувань здобувачів стосовно їх задоволеності щодо змісту та якості підготовки за ОП «Маркетинг» було б доречно надати можливість відкритої відповіді для запитань про задоволеність рівнем комунікації з викладачами, рівнем інформування про освітній процес для можливості здобувачами надати пояснення в разі, якщо вони оцінили ці критерії на низькому рівні, що уможливить більш ефективне реагування на запити здобувачів. У анкетуванні має зберігатися принцип анонімності збору відповідей, тому запитання про електронну пошту потрібно зробити не обов'язковим або зовсім не збирати електронні адреси респондентів. Усі інші запитання краще зробити обов'язковими для унеможливлення отримувати анкети з неповним переліком відповідей на всі передбачені запитання. Для забезпечення зв'язку навчання з інтернаціоналізацією рекомендується з наступного семестру інтенсивніше залучати здобувачів до участі в міжнародних академічних проектах, з наступного навчального року впроваджувати у практику захисту кваліфікаційних робіт бакалавра іноземною мовою.

#### **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, збалансованість балів за кожен із них визначаються Положенням про організацію освітн.процесу (<https://cutt.ly/OrfcspdT>), Положенням про порядок та методику проведення семестр.(курсів) екзаменів і заліків (<https://cutt.ly/HrfcvFHe>). На ОП використовуються такі види контролю результатів навчання, як вхідний, поточний, модульний, семестровий, атестація. Вхідний контроль проводиться перед вивченням нового курсу з метою визначення рівня підготовки здобувачів освіти, на яких базується цей курс. Використання цього виду контролю підтверджено під зустрічі з НПП кафедри (зустр.4). Упродовж семестру з усіх навчальних дисциплін, передбачених навчальним планом, проводяться модульні контролі, обов'язкові для всіх здобувачів освіти. Кількість модульних контролів залежить від обсягу навчальної дисципліни: 3 кредити – принаймні один модульний контроль, понад 3 кредити – не менше двох модульних контролів (відповідно до РП навчальної дисципліни). Підсумкова модульна оцінка з навчальних дисциплін визначається як середнє арифметичне результатів усіх модульних контролів та виставляється за 100-бальною шкалою. У кожному РП ОК та методичних рекомендаціях з вивч. ОК викладено зміст та технології оцінювання рівня досягнення результатів навчання. Здобувачів ознайомлюють із критеріями оцінювання, правилами і процедурами у межах кожної ОК на першому занятті з навчальної дисципліни, що підтверджено під час зустрічі зі здобувачами (зустр.5). Також здобувачі заповнили, що впродовж навчання мають можливість переглядати інформацію про критерії оцінювання з кожної дисципліни на платформі Moodle (зустр.5). Результати анкетування здобувачів щодо задоволення наданням освітніх послуг в університеті 2023-2024 н.р. (<https://cutt.ly/5rfYCK5F>), у яких зокрема взяло участь 147 представників ФІМВ показали, що для 98,2% студентів критерії оцінювання під час проведення поточного та підсумкового контролю є зрозумілими або частково зрозумілими. Процедура проведення поточного, модульного та підсумкового контролю знань є чіткою, зрозумілою та прозорою для 83,9% респондентів. Попри розуміння принципів оцінювання знань студентами, існують недостатньо обґрунтовані відмінності в оцінюванні певних видів робіт в РП за різними ОК у рамках однакового змісту та наповнення роботи. Для прикладу, для ОК «Маркетингова логістика» та «Маркетинг послуг» передбачені однакові за структурою, обсягом, складністю індивідуальні завдання з різною кількістю балів за них (14 і 20 балів відповідно).

**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**

Формою атестації здобувачів ВО є захист кваліфікаційної роботи бакалавра, що відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня ВО. Порядок захисту кваліфікаційної роботи бакалавра (у ОП 2022 р., 2023 р., 2024 р. (зі змінами)) регламентується Положенням про атестацію здобувачів ВО та екзаменаційну комісію (<https://cutt.ly/zrfc2c55>). Аналіз випускних робіт, завантажених на сторінці Інфо-центру УжНУ (<https://cutt.ly/orfc9lki>), показав, що всі вони мають практичну спрямованість, виконані на основі аналізу діяльності підприємства з наданням рекомендацій щодо вдосконалення певних аспектів ведення бізнесу з використанням маркетингового інструментарію. Підготовка роботи регламентується Положенням про кваліфікаційну роботу здобувача ВО: <https://cutt.ly/arfYhJml>. Усі кваліфікаційні роботи перевіряються на наявність академічного плагіату через сервіс перевірки StrikePlagiarism. На кафедрі є відповідальний викладач за перевірку всіх робіт (Задорожна І.В.), що було зазначено під час зустрічі з НПП (зустр.4). ЄДКІ за спеціальністю 075 «Маркетинг» не запроваджений.

**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**

Процедура проходж. контр.заходів регламент. Положенням про організацію освітн.процесу (<https://cutt.ly/orfYQOA9>), Положенням про систему внутр.забезп. якості освіти (<https://cutt.ly/brfYWPMP>), Положенням про порядок і методику провед. семестр. (курсів) екзаменів і заліків (<https://cutt.ly/7rfYEbsn>), Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та екзамен. комісію (<https://cutt.ly/vrfYRrx6>). Умови щодо змісту, методики провед. та оцінюв. ОК визначаються НПП, затвердж. кафедрою та відображаються у РП ОК, програмах курс.робіт і практик. Екзамен, залік (диф.залік) є формами підсумк.(семестр.) контролю знань студентів з дисциплін в обсязі матеріалу, визначеного навч.програмою. Екзамени та заліки складають студенти, яких не влаштовує підсумк. позитив.оцінка за результатами модул.контролів, а також ті, хто отримав оцінку «незадовільно». До підсумкового (семестр.) контролю з конкр. дисципліни у виді заліку чи екзамену студент денн.форми навч.

допускається тоді, коли за результатами модул.контролів він набрав не менше 35% балів. Студенти заоч. відділення допускаються до участі в екзамен.сесії, якщо вони не мають заборгов. за попередн.курс. Екзамени проводяться в період екзамен.сесії в передбачені навч.планом терміни згідно з розкладом, який складається з урахуванням пропозицій студ.груп. Розклад доводиться до відома студентів та викладачів не пізніше ніж за місяць до початку сесії. Екзамени проводяться за білетами, які затвердж. перед екзамен.сесією не пізніше ніж за місяць до її початку. Екзамен приймає викладач, який читає лекц.курс, залік - лектор або викладач, що проводив практичні заняття. Ректор, проректори з наук.-пед.роботи, декани факультетів та їх заступники, зав.кафедри мають право відвідувати екзамени і заліки та задавати студентам запитання, не втручаючись у виставлення оцінок. Контроль за ходом екзаменів (заліків) здійснюють працівники навч.відділу. За незгоди з оцінкою за атес.екзамен або захист кваліф.роботи здобувач має право не пізніше наступного робочого дня, що слідує за днем оголошення результатів атестації, подати апеляцію на ім'я ректора (Порядок оскарж. результатів (апеляція) оцінюв. (<https://cutt.ly/NrfY3jTA>)). У разі надходження заяви про апеляцію розпорядж. ректора створюють апеляц.комісію. До складу комісії залучаються провідні фахівці у відповідній галузі знань та з процедурних питань проведення атестації. Апеляційна комісія розглядає заяву здобувача з приводу порушення процедури проведення атест. екзамену або захисту кваліф.роботи, некоректно сформульованих тест.завдань або інші причини, що могли негативно вплинути на результати оцінювання екзамен.комісії та ухвалює відповідне рішення. Апеляційна комісія розглядає апеляцію не пізніше наступного робочого дня після створення комісії. З процедурою оскарження результатів проведення контрольних заходів ознайомлені 97% здобувачів ЗВО (за результатами щорічного опитування студентів (<https://cutt.ly/5rfYCK5F>)). При проведенні контр.заходів на даній ОП конфлікт.ситуацій 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**

Політика, принц., правила та процедур. дотримання академ.доброчесності викладено в Положенні про академ.доброчесн. (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223>), Положенні про систему внутр.забезпеч. якості освіти (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/19667>), Етич. кодексі ДВНЗ «УжНУ» (<https://www.uzhnu.edu.ua/en/infocentre/get/22896>), Положенні про організацію освіт.процесу (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357>). В Ун-ті створено Комісію з питань академ.доброчесності та етики. Як інструмент для виявлення плагіату в навч.роботах використовують програм. забезпечення StrikePlagiarism, що підтверджено під час зустр. 4, 8. Усі кваліф.роботи перевіряють на плагіат у порядку, який прописаний у Метод.рекомендаціях до виконання кваліф.робіт (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/88623>). Кваліф.роботи проходять перевірку на акад. плагіат на етапі допуску до захисту. У випадку виявлення у роботі заповичень без належного оформлення посилає чи виявленні перевищення допустимого відсотку текстових збігів, робота повертається здобувачу на доопрацювання з можливістю повторного подання на перевірку. Після усунення студентами вказаних недоліків здійснюється повторна перевірка, результати якої уможливають ухвалення рішення про допуск цих робіт до захисту. У рамках ОК «Акад.доброчесність та основи наук.досліджень» студентам надається інформація щодо правил дотримання акад.доброчесності та етичних норм у навч. та наук. діяльності. Здобувачі ознайомлені з ключовою термінологією в сфері академічної доброчесності як зазначено на зустрічі 3. Проте під час зустрічі зі здобувачами (зустр.5) вони не змогли пояснити важливу термінологію зі сфери академічної доброчесності (самоцитуння), що викликає в ЕГ певне занепокоєння. Репозитарій кваліф.робіт розміщений на сайті УжНУ (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/58776>). На рівні факультетів є відповідальні особи за наповнення розділу з кваліф.роботами студентів факультету, як зазначено на зустрічах 4,8. За порушення правил академ.доброчесності до НПП і здобувачів застосовуються заходи юрид.відповідальності згідно з вимогами законодавства України, Статуту ДВНЗ «УжНУ», правил внутрішнього розпорядку та ін. нормативних актів унів-ту. Порушення норм наук.діяльності, правил акад.доброчесності та проф.етики може розглядатися Комісією з питань акад.доброчесності та етики як вчинення аморального проступку, що за своїм характером несумісний із продовженням роботи (навчання) в ДВНЗ «УжНУ». Поодинокі випадки перевищення допустимого відсотку текстових збігів у письмових роботах здобувачів мали місце, однак були усунуті до складання підсум.контролів (диф.заліків та атестації). ЗВО співпрац. з Проектом «Сприяння академ.доброчесності в Україні». Є учасником проекту «Ініціатива доброч. та якості освіти», який впров.орг-я «Амер.Ради з міжн.освіти». Серед здобувачів та НПП регулярно провод.опитування, за результатами яких запроваджуються нові методи та інструменти із забезпечення якості ВО, що підтвердж. на зустр. 8.

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

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

Наявність ґрунтовної нормативної бази щодо системного підходу до визначення форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання здобувачів. Упродовж навчального року регулярно реалізуються заходи, спрямовані на формування та підтримку культури академічної доброчесності серед усіх учасників освітнього процесу. Враховуючи позитивні сторони ОП та те, що виявлені недоліки суттєво не впливають на якість підготовки здобувачів за ОП, ЕГ вважає, що освітня програма відповідає вимогам Критерію 5.

## Недоліки

1. Наявність необґрунтованих відмінностей в оцінюванні ідентичних за структурою, обсягом, складністю індивідуальних робіт у різних ОК. 2. Брак розуміння сутності ключових понять у сфері академічної доброчесності у здобувачів ОП.

## Рекомендації

1. Гаранту ОП до початку нового навчального року переглянути усі РП до ОК на предмет забезпечення справедливості призначення кількості балів за однакові за структурою, обсягом та складністю індивідуальні роботи. 2. Завідувачу кафедри наступного навчального року забезпечити системне інформування студентів про норми та правила академічної доброчесності в контексті системи забезпечення якості вищої освіти, зокрема з акцентом на пояснення базової термінології для покращення розуміння здобувачами основних проявів недоброчесної поведінки у навчальному процесі.

## 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**

Відбір науково-педагогічних працівників для викладання окремих освітніх компонентів ОП «Маркетинг» УжНУ був умотивований фаховою кваліфікацією викладачів, їх науковими досягненнями, досвідом практичної роботи та участю в проєктах, пов'язаних із тематикою дисципліни. До викладання за освітньою програмою залучено 43 НПП, в т.ч. 3 докторів наук, професорів, 17 кандидатів наук, 14 доцентів/с.н.с. До викладання були залучені фахівці, які поєднують академічну роботу з бізнес-практикою: наприклад, Мушка Д.В. (SMM-спеціаліст UzhNU today), яка викладає дисципліни «Інтернет-маркетинг» та «Маркетинг у соціальних мережах», Кайнер О.Ю. (керівниця Центру підтримки підприємців «Дія.Бізнес»), що викладає вибіркові дисципліни «Психологія маркетингу та реклами» та «Рекламна діяльність». Таке поєднання теорії та практики забезпечує актуальність навчального контенту та тісний зв'язок із сучасним ринком праці. Відповідність п.38 Ліцензійних вимог перевіряється при підписанні контракту з НПП, про що зазначила заст.начальника відділу кадрів під час зустрічі з адміністративним персоналом і структурними підрозділами. Також вона зазначила, що відповідальність за дотримання відповідності НПП п.37 покладена на гарантів освітніх програм та завідувачів кафедри. ЕГ детально було проаналізовано інформацію щодо викладачів, задіяних на ОП, наведену в табл.2, а також додатково у відкритих джерелах інформації Сфера досліджень у наукових публікаціях НПП відповідає змісту освітніх компонентів, проте з певною варіативністю, що свідчить про необхідність подальшого наближення тематики публікацій до змісту конкретних освітніх компонентів, які викладає відповідний НПП, зокрема за ОК 05, 20, 21, 26, 27. Це дозволить підвищити цілісність науково-освітнього процесу, а також забезпечити ще тісніший зв'язок між результатами досліджень і навчальними дисциплінами, сприяти поглибленому опануванню теоретичних засад через призму практичних наукових досягнень. За результатами проведеного аналізу ЕГ дійшла висновку, що вцілому НПП, залучені до викладання на ОП «Маркетинг» за кваліфікаційними вимогами та/або професійним досвідом спроможні забезпечити освітні компоненти, які вони викладають.

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

Порядок проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП УжНУ (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/46615>) регламентує умови проведення конкурсу, основні кваліфікаційні вимоги до претендентів на конкретні посади, порядок проведення оцінки професійного рівня претендентів тощо. Зокрема у п. 3.1 (стор. 4) зазначається, що претенденти на заміщення вакантних посад НПП повинні відповідати вимогам, що зазначені у Ліцензійних умовах провадження освітньої діяльності, проте не зазначено яким саме пунктам Ліц. вимог має відповідати претендент. У п. 3.3 визначено додаткові вимоги до претендентів залежно від посади (інформація про науковий ступінь та вчене звання, стаж науково-педагогічної роботи, наявність наукових публікацій монографій та навчальних посібників/підручників). У п.2.3 (стор.2) зазначено вимоги щодо оголошення

про проведення конкурсу на заміщення вакантних посад. Оголошення розміщуються на сайті ЗВО ([https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/s\\_subdivisions-dep\\_personal/vacancies](https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/s_subdivisions-dep_personal/vacancies)). Оголошення містять інформацію про вакантні посади, а також загальні вимоги до претендентів, які вказано в Порядку проведення конкурсного відбору (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/46615>), однак інформації про відповідність претендентів Ліц. вимогам не зазначено. Незважаючи на це, під час зустрічі з НПП, а також з представниками структурних підрозділів (заст. начальника відділу кадрів), ЕГ було отримано інформацію про те, що при проходженні конкурсного відбору претенденти обов'язково надають інформацію щодо відповідності п. 38 Ліц. вимог, яка вказується в інформаційній довідці, що є обов'язковим документом для участі у конкурсі. Під час конкурсного відбору проблем у ЗВО не виникало. ЕГ констатує, що процедури конкурсного відбору є прозорими та не містять дискримінаційних положень.

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

До реалізації освітнього процесу в межах ОП «Маркетинг» активно долучаються представники бізнесу, галузеві експерти та професіонали-практики. Вони беруть участь у засіданнях робочих груп з оновлення освітньої програми, обговореннях змісту дисциплін, формуванні тем практик і кваліфікаційних робіт. Також вони є партнерами університету у проведенні кар'єрних заходів, ділових зустрічей, семінарів та круглих столів. З роботодавцями укладено договори, що передбачають взаємодію в межах ОП, включаючи можливість проходження здобувачами практичної підготовки (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/50736>). Під час фокус-групи із стейкхолдерами керівник ТОВ «Ідея Груп Україна», директорка маркетингової агенції «GrowUp Agency», директорка компанії «PRO Marketing» підтвердили факт співпраці із ЗВО та повідомили, що здобувачі даної ОП дійсно проходять практичну підготовку на їхніх підприємствах. Директорка маркетингової агенції «GrowUp Agency» також зазначила, що одна випускниця зараз працює в даній компанії. Деякі випускники ОП «Маркетинг» під час он-лайн зустрічі також зазначали, що своє перше місце роботи вони отримали саме завдяки Університету під час проходження практики. Окрім цього, професіонали-практики залучаються до аудиторних занять, наприклад, Кайнер Л.Ю. (керівниця «Дія.Бізнес» в Ужгороді) викладає такі освітні компоненти як «Психологія маркетингу та реклами», «Рекламна діяльність», а Мушка Д.М. (SMM-фахівець) викладає «Інтернет-маркетинг» і «Маркетинг у соціальних мережах». Також практики проводять гостьові лекції (<https://cutt.ly/rgaodvW>, <https://cutt.ly/Erga2ucl>). Під час зустрічі зі стейкхолдерами, а також Відкритої зустрічі ЕГ було з'ясовано, що практикуючих маркетологів кафедра залучає до участі в атестації здобувачів, зокрема президент ТОВ «ЕНО меблі ЛТД» підкреслив, що протягом декількох років він був Головою атестаційної комісії і відмітив високий рівень знань здобувачів даної освітньої програми. Пропозиції та рекомендації від роботодавців і фахівців галузі надходять під час обговорень програм на засіданнях кафедри, під час фокус-груп, індивідуальних консультацій із Гарантом, а також опитувань. В результаті таких обговорень були внесені зміни в ОПП: додано нові дисципліни (наприклад, «Основи психології»), змінено обсяг окремих курсів, уточнено профіль програми, впроваджено тематику, орієнтовану на потреби ринку. Всі рішення фіксуються протоколами і оприлюднюються на офіційному сайті УжНУ. Вивчення думки здобувачів щодо участі роботодавців в освітньому процесі здійснюється через регулярне анкетування, обговорення на зустрічах зі студентами, збір зворотного зв'язку під час фокус-груп. Результати анкетування публікуються на сайті ЗВО, зокрема в розділі про якість освіти. Здобувачі висловлюють високу задоволеність участю практикуючих маркетологів в навчальному процесі, що підвищує практичну орієнтованість навчання та конкурентоспроможність випускників.

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

Система заохочення викладачів в Ужгородському національному університеті є комплексною та спрямованою на підтримку професійного розвитку, педагогічної і наукової активності. Вона включає як матеріальні, так і нематеріальні стимули. Серед матеріального заохочення слід відмітити щорічне рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників (починаючи з 2015 р. <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/7792>, <https://zaholovok.com.ua/uzhnu-vpershe-oprilyudniv-reiting-naukovo-pedagogichnikh-pratsivnikiv>). Рейтингування працівників здійснюється відповідно до діючого Положення про визначення рейтингів науково-педагогічних працівників (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/29355>), згідно якого (п.1.3) у рейтингуванні беруть участь всі НПП Університету. В Положенні визначено напрями діяльності НПП, за якими здійснюється оцінка та процедура визначення рейтингу і його оприлюднення. Згідно Положення (п. 3.10) рейтингові списки НПП (до 25 % верхньої частини списку - ТОП-100) оприлюднюються на сайті. НПП, що потрапили до рейтингу ТОП-100 (у поточному році 112 осіб), встановлюється доплата в розмірі 20% від посадового окладу, про що повідомили ЕГ представники керівництва університету та адміністративного персоналу. Науково-педагогічні працівники також підтвердили цю інформацію. Результати рейтингу ТОП-100 оприлюднюються у вигляді Наказу ректора щодо встановлення преміювання за результатами рейтингування на сайті ЗВО (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/40660>). Відповідальним підрозділом за проведення рейтингування є Відділ моніторингу якості освіти, методичного та інформаційного забезпечення освітнього процесу. Окремою формою стимулювання, згідно Розпорядження ректора УжНУ № 38-Р від 18.02.2021 р. (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/33679>), є премії за публікації у виданнях, індексованих у Scopus та Web of Science, які можуть сягати від 4000 до 20000 грн залежно від імпаکت-фактору журналу. Під час фокус-групи з представниками НПП було підтверджено факт отримання премій представниками випускової кафедри, а також з'ясовано, що також університет надає організаційну та інформаційну підтримку викладачам, які беруть участь у підготовці та реалізації грантових проектів згідно Положення про організацію та ведення грантової роботи в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» від 06.03.2015 р. До нематеріального заохочення належать також

вручення грамот, подяк, присвоєння почесних звань та публічне визнання досягнень під час академічних заходів. УжНУ також створює умови для професійного зростання викладачів шляхом залучення їх до міжнародних стажувань, академічної мобільності, конференцій, публікацій у співавторстві з іноземними колегами. Положенням про підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5950>) регламентовано регулярне підвищення кваліфікації викладачів, що сприяють підвищенню кваліфікації та професіоналізму.

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

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

Добір викладачів для реалізації ОП здійснюється на конкурсній основі відповідно до затвердженого Порядку конкурсного відбору. При відборі обов'язково враховується відповідність кваліфікаційним вимогам, зазначеним у Ліцензійних умовах. До реалізації освітньої програми активно залучаються практики та роботодавці, які викладають окремі дисципліни, проводять тренінги, беруть участь у захистах кваліфікаційних робіт. Позитивними практиками є викладання дисциплін професіоналами-практиками, які активно працюють у галузі (наприклад, SMM-фахівці, керівники бізнес-структур); наявність діючої системи матеріального та нематеріального стимулювання, зокрема щорічного рейтингування, преміювання за наукові публікації, відзнаки, підтримка грантової діяльності; участь роботодавців у формуванні навчального контенту, практик; зворотний зв'язок із роботодавцями та студентами щодо задоволеності участю фахівців-практиків у навчальному процесі; забезпечення неперервного професійного розвитку викладачів відповідно до положень ЗВО. Враховуючи позитивні сторони освітньої програми, а також виявлені недоліки, які суттєво не впливають на якість освітньої програми, ЕГ констатує, що освітня програма повною мірою відповідає Критерію 6.

### **Недоліки**

Недоліком є відсутність у Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП УжНУ чітко прописаних пунктів Ліцензійних вимог, яким мають відповідати претенденти на посади НПП; публікації НПП у деяких випадках потребують подальшого поглиблення зв'язку з конкретними темами дисциплін (зокрема за ОК05, ОК20, ОК21, ОК26, ОК27) для посилення інтеграції наукових досліджень у зміст навчального процесу; оприлюднення на сайті ЗВО лише верхньої частини рейтингового списку НПП (ТОП-100).

### **Рекомендації**

ЕГ рекомендує до початку нового навчального року внести зміни до Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП УжНУ та чітко визначити пункти Ліцензійних вимог провадження освітньої діяльності, яким має відповідати претендент на конкретну посаду. Протягом 2025 року посилити публікаційну активність викладачів, що задіяні в освітньому процесі за даною освітньою програмою, за тематикою конкретних ОК та інтеграції наукових результатів у навчальний процес. Починаючи з наступного навчального року, оприлюднювати на сайті ЗВО рейтинг всіх НПП, а не лише ТОП-100.

## **Рівень відповідності Критерію 6.**

Рівень В

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

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

Під час огляду МТБ ЕГ було продемонстровано навчальні аудиторії належного стану, обладнані мультимедійними проекторами, які дозволяють повним обсягом забезпечити очний формат освітнього процесу. При вході до навчальних корпусів та гуртожитків облаштовані пандуси, кнопки для виклику асистентів, ЗВО має пропускну систему, пункт охорони. Навчально-методичне забезпечення розроблено відповідно до цілей ОП. На зустрічі 5, здобувачі підтвердили, що їм повною мірою вистачає навчальних матеріалів, до того ж викладачі надсилають конспекти лекцій, практичні завдання напряму студентам на корпоративні пошти. ЗВО має 5 читацьких залів на загальну місткість близько 250 осіб, вільний доступ до електронного репозитарію (<https://cutt.ly/arfgDFHB>), який

включає понад 70 тисяч повнотекстових документів, зокрема монографії, посібники, книги тощо. В умовах онлайн навчання викладачами та студентами використовується Microsoft Teams для проведення занять та платформа Moodle (<https://cutt.ly/Erf9D6WG>). Під час аналізу освітнього середовища було встановлено, що хоча на заняттях за даною ОП не використовується широкий спектр платформ, таких як Google Ads, Meta Ads, Google Analytics чи CRM-системи, викладачі на зустрічі 4 підтвердили, що інтегрують у навчальний процес доступні безкоштовні інструменти, зокрема Canva, сервіси Google та Microsoft, що дозволяє формувати базові практичні навички. Водночас, як здобувачі, так і представники стейкхолдерів (зустрічі 5 і 7) підтверджують, що рівень знань та умінь, сформований у процесі навчання, є достатнім для успішного працевлаштування та виконання професійних завдань. Представником центру інформаційних технологій на зустрічі 8 було зазначено, що університетом використовується ліцензійне програмне забезпечення Microsoft Office 365 A1, ЗВО підтримує понад 16 тисяч корпоративних акаунтів для всіх учасників навчального процесу, навчальні корпуси обладнані безперебійним інтернет з'єднанням.

## **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**

Під час зустрічей зі здобувачами, академічним персоналом ЕГ переконалася, що усі учасники освітнього процесу мають вільний доступ до необхідної інфраструктури та інформаційних ресурсів. На зустрічі 8 представник бібліотеки підтвердила, що здобувачам доступні наукометричні бази, зокрема Web of Science, Scopus, проте самі здобувачі на зустрічі відмітили, що не користуються ними. Також студентам доступні близько 10 послуг від онлайн-бібліотеки, зокрема підбір літератури, електронна доставка довідок, визначення УДК, перевірка на плагіат тощо. Частина з послуг є платними, вартість на них встановлюється згідно наказу ректора (<https://cutt.ly/5rf5VFW2>). У ДВНЗ «УжНУ» діє міжнародний освітній простір Svitlo, рада молодих учених, молодіжна наукова рада, яка спеціалізується на організації наукових конференцій, конкурсів, форумів та інших заходів, доступних студентам.

## **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**

ДВНЗ «УжНУ» забезпечує безпеку освітнього процесу. Навчальні корпуси та гуртожитки мають обладнані укриття, в коридорах та на вулиці розміщені покажчики руху до найближчого бомбосховища. Безпека ментального здоров'я здійснюється через функціонування соціально-психологічної служби, студентського центру дозвілля «Ювентус», проведення психологічних тренінгів тощо. На зустрічах зі здобувачами, студентським самоврядуванням та гарантом, ЕГ переконалася в постійній комунікації між студентами та ЗВО та всебічній підтримці. З будь-якими зауваженнями чи пропозиціями здобувачі можуть звертатися до кураторів груп, НПП, завідувача кафедри, декану, проректорів. На перших поверхах навчальних корпусів об'єднані скриньки довіри. Здобувачі регулярно долучені до опитувань на предмет виявлення їхніх навчальних потреб та оцінці рівня задоволеності навчальним процесом (<https://cutt.ly/lrfXTuS4>). Результати опитувань (<https://cutt.ly/urfXTvux>) враховуються під час розробки ОП.

## **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**

ДВНЗ «УжНУ» в повній мірі забезпечує всебічну підтримку здобувачів: освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну. Студенти можуть звертатися за отриманням будь-якої підтримки до кураторів, представників студентського самоврядування та науково-педагогічного чи академічного персоналу. Інформаційна підтримка здійснюється через веб-сайт університету та соціальні мережі. Консультаційна підтримка різного роду надається на рівні щотижневих консультацій з викладачами, через юридичну клініку (<https://cutt.ly/Crf6mJT6>), студентську раду (<https://cutt.ly/lrf6m9tC>), соціально-психологічну службу. Звернення зі скриньок довіри розглядаються проректорами університету, результати щорічних опитувань виносяться до розгляду на засіданнях кафедри та робочої групи з розробки ОП. Під час зустрічі 5 зі здобувачами ЕГ переконалася у комплексній підтримці з боку ЗВО.

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

Під час проведення акредитаційної експертизи ЕГ впевнилася, що ДВНЗ «УжНУ» достатньою мірою створює та реалізує інклюзивне освітнє середовище. ЗВО регулює навчання осіб з особливими освітніми потребами відповідно до пункту 9.14 Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/srf6DrHN>) та забезпечує безбар'єрний простір у навчальних приміщеннях. Навчальні корпуси обладнані пандусами, табличками зі шрифтом Брайля, для здобувачів з особливими потребами заняття проводяться на перших поверхах в спеціально обладнаних лекційних

кабінетах. Особи, які потребують особливої підтримки мають право на індивідуальний графік відвідування занять та складання сесії відповідно до Наказу ректора від 07.06.2019 (<https://cutt.ly/arf6Ghl2>). На зустрічі з керівництвом закладу ЕГ отримала інформацію, що університетом проводяться спеціальні просвітницькі заходи, з метою звернути увагу на тему інклюзивності та обговорення можливих дій. За даною ОП здобувачі з особливими потребами не навчаються.

## **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**

Політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема, пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією) регламентовані та регулюються відповідно до низки нормативних документів: «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://cutt.ly/srf6DrHN>), Етичний кодекс (<https://cutt.ly/drf6Lsif>), Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/grf6LmJh>), Антикорупційна програма ДВНЗ «УжНУ» 2023-2025 рр. (<https://cutt.ly/WwJPacnm>). Під час зустрічі з керівництвом та менеджментом ЗВО було отримано інформацію, що закладом ведеться постійна просвітницька робота на випередження випадків корупції. Зокрема куратори груп, студентське самоврядування проводять інформаційні заходи для здобувачів з метою інформування їх про їхні права та обов'язки. Здобувачі мають можливість висловлювати свої пропозиції, зауваження або залишати скарги через фізичні скриньки довіри, електронну пошту довіри або записатися на особисту зустріч з ректором. В університеті діє Комісія з врегулювання конфліктних ситуацій, яка відповідальна за надання всебічної підтримки усім учасникам освітнього процесу. Під час зустрічі з 5 студентами ЕГ переконалася в їхній обізнаності щодо алгоритму дій у разі виникнення конфліктних ситуацій. Випадків виникнення будь-яких конфліктних ситуацій на даній ОП не зафіксовано.

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

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

Матеріально-технічна база, навчально-методичне забезпечення, інформаційні ресурси, технічне оснащення та програмне забезпечення університету дозволяють досягати цілей освітньої програми й програмних результатів навчання. В університеті реалізуються додаткові онлайн-послуги бібліотеки та функціонують інституції для підтримки наукової діяльності молоді. Враховуючи позитивні сторони ОП та відсутність недоліків, які суттєво впливають на якість підготовки здобувачів за ОП, ЕГ вважає, що освітня програма відповідає вимогам Критерію 7.

### **Недоліки**

ЕГ виявила, що незважаючи на наявність доступу до наукометричних баз даних, студенти не користуються ними, що може свідчити про недостатній рівень ознайомлення або мотивації до використання ресурсів наукового пошуку. На заняттях недостатньо використовуються професійні маркетингові програми.

### **Рекомендації**

ЕГ рекомендує до кінця поточного навчального семестру посилити інформаційну роботу серед здобувачів щодо можливостей і переваг користування наукометричними базами, зокрема в рамках написання наукових проєктів, курсових і дипломних робіт. До кінця наступного навчального семестру інтегрувати у навчальний процес роботу з професійними маркетинговими інструментами (Google Ads, Google Analytics, Meta Ads), зокрема під час практичних занять.

## **Рівень відповідності Критерію 7.**

Рівень В

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

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

Процедура розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП у УжНУ регламентуються Положенням про порядок розроблення, моніторинг та періодичний перегляд ОП (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22968>), Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освіти (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/19667>), Положенням про організацію освітнього процесу (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357>). Усі документи наявні на офіційному сайті ЗВО. У частині забезпечення якості освіти УжНУ дотримується принципу автономії гаранта ОП та кафедри. Створюється робоча група, яка у співпраці з іншими НПП, роботодавцями, здобувачами освіти розробляє проєкт ОП. Гарант ОП несе персональну відповідальність за забезпечення якості викладання та навчання за ОП, своєчасне надання інформації із моніторингу програми. Перша ОП розроблена в 2017 р. (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/16770>). Зміни в даній ОП відбувалися в 2019 р. на основі вимог ЗУ «Про вищу освіту» із урахуванням положень Стандарту ВО першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/61465>). У 2022 р. внесені зміни в ОП з урахування відгуків та пропозицій стейкхолдерів (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/61466>). У 2023 р. робочою групою ОП ухвалено рішення про необхідність проведення порівняльного аналізу ОК у ОП різних ЗВО для оновлення власної ОП. Внесено зміни у складові профілю ОП (мета, характеристики тощо). Змінені назви деяких ОК. Питання якості та реалізації ОП обговорюються на зустрічах з академічною спільнотою, що підтверджено під час зустрічі 7. У 2024 р. у ОП було внесено зміни (ЗК15), введено ОК18 «Антикорупція та доброчесність». ОП може щорічно оновлюватися в частині всіх компонентів, крім цілей (мети) і програмних результатів навчання. Факультетський моніторинг ОП здійснюється робочою групою. До здійснення моніторингу залучаються також роботодавці, НПП, здобувачі. Результати факультетського моніторингу обговорюються на засіданнях науково-методичної комісії та вченої ради факультету. Звіти з факультетського моніторингу подаються до відділу моніторингу якості освіти, методичного та інформаційного забезпечення освітнього процесу навчальної частини. Проєкт ОП обов'язково оприлюднюється на сайті університету, проєкт ОП 2025 р. розміщений за посиланням: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/88514>.

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

Здобувачі ВО залучені до перегляду ОП через анкетування щодо якості навчання за ОП, як члени групи розробників ОП та через представництво в органах студ.самоврядування. Моніторинг задоволеності здобувачів проводиться на рівні кафедри та деканатом. Результати опитувань свідчать про в цілому позитивну оцінку організації освітнього процесу (<https://cutt.ly/srfK8zxN>). Разом із тим, є суперечливі моменти щодо формулювань питань в анкеті (для питання 9 «Розклад занять є ефективним, зручним і доступним на вебсторінці кафедри?» - здобувачам може бути складно інтерпретувати характеристику «ефективний розклад» (з позиції чого ефективний?); для питання 12, де зазначено обмежений перелік методів навчання і не передбачено варіант відповіді «Інші види занять (вказіть які)» (це дало б більше інформації для оцінювачів щодо методів викладання, які використовують на ОП). Серед побажань здобувачів за результатами опитувань 2024 р. щодо покращення якості підготовки за ОП «Маркетинг» акцентування уваги на цифровому маркетингу та штучному інтелекті, додаткове забезпечення знання іноземних мов, що враховано робоч.групою з розроблення ОП, що підтверджується протоколами засідань (<https://cutt.ly/RrfK40zd>), а також твердженнями голови профбюро ФІМВ під час зустріч.9. Також свої пропозиції щодо змін в ОП студенти вносять у складі студентської ради ФІМВ і її представники на розгляд Вченої ради факультету виносять узагальнені пропозиції від здобувачів, як зазначено головою студентської ради ФІМВ під час зустрічі 9. Серед актуальних для здобувачів даної ОП питань є їх бажання мати більше тренінгів від фахівців-практиків у сфері маркетингу. У зв'язку з цим, як зазначила голова профбюро ФІМВ, у травні 2025 р. буде проводитися Тиждень маркетингу і менеджменту, під час якого плануються зустрічі зі спікерами-практиками: «серед студентів проводиться опитування щодо того, кого зі спікерів вони хотіли б бачити» (зустр. 9). Для виявлення потреб і інтересів ЗО, оцінки стану та якості забезпеч. освітнього процесу створена дворівнева система опитувань на рівні ЗВО (<https://cutt.ly/lrfKVB35>), ОП (<https://cutt.ly/drFKNLY3>). Для прикладу, процедура проведення опитувань здобувачів в університеті організована таким чином: спочатку наповнення анкет обговорюють у навчальній частині, складають прототип опитувальника. Далі залучають викладачів кафедри соціології та соціальної роботи, які перевіряють анкету на логічність запитань та структуру опитувальника. Кожного року в червні проходить загальноуніверситетське опитування студентів щодо задоволеності якістю освітнього процесу із закритими та відкритими запитаннями. Зведена інформація щодо опитування розміщується на сайті (<https://cutt.ly/lrfKNETC>). Робиться також вибірка для гарантів ОП, щоб вони могли ознайомитися з пропозиціями, зауваж. від студентів, що під час перегляду ОП обговорити їх і висвітлити в оновленій ОП, як зазначено керівником відділу моніторингу якості освіти, методич. та інформ.забезпечення освіт.процесу під час зустрічі 8.

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

Роботодавці залучаються до моніторингу та перегляду ОП через інтерв'ювання стосовно якості ОП та отримання від них пропозицій щодо її вдосконалення. Щорічно проводяться зустрічі з роботодавцями та ведеться обговорення щодо змін в ОП. ЗВО за ОП «Маркетинг» співпрацює з такими роботодавцями, як ФОП Басараб Т.М. (компанія

«PRO Marketing»), ТОВ «Закарпаттяенергозбут», ФОП Соколовська О.О., ТОВ «ЕНО меблі ЛТД», компанія «Турінформ Закарпаття», ТОВ «Ідея Груп Україна», маркетингова агенція «GrowUp Agency». Представники роботодавців також є рецензентами ОП 2024 р. (Фекете В. (керівник ТОВ «Ідея Груп Україна»), Коваль О. (керівник «Турінформ Закарпаття»), Розман О. (власниця маркетингової агенції «GrowUp Agency»). Відповідні рецензії завантажені в акредитаційну справу за ОП. Під час інтерв'ю з ЕГ (зустр.7) роботодавці підтвердили свою участь у формуванні та вдосконаленні ОП. Обговорення ОП відкрите, пропозиції роботодавці мають можливість надсилати на електронну скриньку kaf-mbusiness@uzhnu.edu.ua. За рекомендаціями роботодавців до ОП були внесені зміни, зокрема: введено ОК «Основи психології» (запроп. Басараб Т., яка під час зустрічі з ЕГ підтвердила, що від неї надходила ця пропозиція); уточнено розділ з профілю ОП – характеристика ОП у частині її орієнтації (Німець Н.); збільшено обсяги осн.ОК проф.підготовки: ОК20, ОК21, ОК24, ОК25 (запропоновано Соколовською О.). Загалом стейкхолдери відзначили свій тісний зв'язок з випусковою кафедрою та її готовність враховувати рекомендації від роботодавців. За результатами опитування 12 роботодавців у 2024 р. (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/89316>), 100% з них вважають, рівень підготовки на ОП «Маркетинг» відповідним сучасним вимогам ринку праці, 92% роботодавців вважають, що ОП «Маркетинг» містить достатньо компетенцій для підготовки фахівців-маркетологів, необхідних їх організації. Серед побажань розробникам ОП щодо тих знань та умінь, які вона повинна забезпечувати додатково, знання засобів та інструментів використання сучасних технологій у маркетингових дослідженнях, аналітичні здібності, вміння застосовувати штучний інтелект.

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

Аналіз інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП проводиться Центром гуманітар.-виховн. роботи, профорієнт. та працевлаштув. у співпраці з ФІМВ та кафедрою БАММ, що підтверджено на зустрічі 8. Центр функціонує для надання випускникам та здобувачам інф-ції про вакантні місця роботи та надає допомогу в питаннях працевлаштув. Одним із основних завдань підрозділу є налагодження контактів із роботодавцями для формування бази вакансій, проведення консультацій із питань побудови кар'єри. Незважаючи на те, що на сайті Центру ([https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/dep\\_hum\\_ed\\_work-employment](https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/dep_hum_ed_work-employment)) вказано, що основним напрямком його діяльності є ведення бази даних про працевлаштування випускників, на зустрічі 8 начальником Центру було зазначено, що працівниками підрозділу не ведеться моніторинг подальшого працевлаштування випускників через їх велику кількість та обмежені людські ресурси Центру. Центром ведеться збір міні онлайн-резюме від здобувачів 3-4 курсів, у яких вони зазначають свої контакт.дані з електр.адресою, на яку надалі Центр має можливість надсилати пропозиції з вакансіями доти, поки адресат не надає інформації, що він уже працевлаштований та не зацікавлений в отриманні такої інформації. У кожній студентській групі є академ.наставник, який комунікує з ними в т.ч. після завершення навчання та отримує інформацію про працевлаштув. У разі необхідності отримання інформації про випускників ОП щодо їх працевлаштув. Центр звертається до заступників деканів (зустр. 8). Випускники під час інтерв'ювання ЕГ підтвердили свій зв'язок з кафедрою, який реалізується переважно через особис.контакти з колишніми викладачами. На рівні кафедри проводять моніторинг працевлаштув. випускників ОП «Маркетинг» (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/89288>), але кі-сть випускників, які заповнювали ці опитувальники в 2021-2024 рр. незначна (14 осіб у 2021 р., 18 осіб у 2022 р., 20 осіб у 2023 р., 18 осіб у 2024 р.). У 2024 р. 83% респондентів відповіли, що унів-т сприяв їх працевлаштув., але із формулювання доповнення до запитання (організація зустрічей із роботодавцями, надання рекомендацій щодо Вашого працевлаштування) не зрозуміло, що мається на увазі - чи організував університет зустрічі з роботодавцями чи лише надав листа-рекомендацію випускнику при його працевлаштуванні. Випускників запрошують на зустрічі з роб.групами, наукові заходи, Тижні факультету, Міжнародний день маркетолога, що підтверджено на зустрічі 6. В університеті діє Міжнародна Асоціація випускників ([https://www.uzhnu.edu.ua/uk/alumni\\_association/index.html](https://www.uzhnu.edu.ua/uk/alumni_association/index.html)). Кафедра підтримує зв'язок з випускниками (наявні відгуки Мурги А., Чорнак В., які завантажені в акредитаційну справу по ОП). Організуються зустрічі для обміну досвідом та аналізу кейсів працевлаштув. (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/news/nedzheriv-ta-marketologiv-flmv.htm>). Під час інтерв'ювання ЕГ випускники зазначили про необхідність створення клубу маркетологів-випускників, про що зазначено також у відкритих відповідях опитування випускників.

#### **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**

Політику ЗВО щодо забезпечення якості освіти, моніторингу ОП регламентує Положення про порядок розроблення, моніторинг та періодичний перегляд ОП (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22968>), Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/19667>). Систематичний моніторинг якості надання освітніх послуг реалізовується Відділом моніторингу якості освіти, методичного та інформаційного забезпечення освітнього процесу та навчальною частиною. Ними розроблено рекомендації щодо проведення процедур внутрішнього забезпечення якості освіти, виявлення недоліків в реалізації ОП та шляхів їх усунення. У 2019-2024 рр. під час перевірки внутрішнього забезпечення якості ОП серед недоліків, які були виявлені у ході здійснення процедури моніторингу якості освіти виявлені такі недоліки: невідповідність та недоступність навчально-методичних матеріалів за ОК, недостатня залученість здобувачів, випускників та роботодавців до оновлення ОП; недостатнє інформаційне наповнення офіційної вебсторінки кафедри, її сторінок в соціальних мережах. Виявлені недоліки були усунені. Було розроблено робочі навчальні програми з дисциплін навчального плану відповідно до нових вимог ЗВО; вдосконалено засоби діагностики та критерії оцінювання результатів навчання, зокрема в системі Moodle; оновлено та удосконалено навчально-методичне забезпечення для

ОК; здобувачі, випускники та роботодавці активно залучаються до оновлення ОП, що підтверджено на зустрічах 5,6,7 з ЕГ; активізовано розміщення інформації на вебсторінці кафедри; більш активно ведуться сторінки кафедри в соціальних мережах, що підтверджено шляхом перегляду постів на сторінках кафедри в Facebook (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100066314607284>) та Instagram (<https://www.instagram.com/bamm.uzhnu>). Разом з тим, у НП відсутні коди дисциплін, які зазначено в ОП та суттєво змінено порядок подання дисциплін, що ускладнює процес сприйняття інформації. Наприклад, ОК1 в НП позначена як 1.1.13, ОК2 - 1.1.9 тощо, що не було виявлено СВЗЯО. На рівні факультету контроль якості освіти реалізовується шляхом взаємовідвідування НПП лекційних та семінарських занять з наступним обговоренням.

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

Акредитація напрямку підготовки «Маркетинг» за рівнем бакалавр відбулася в 2019 р. Сертифікат про акредитацію Серія УД №07009390, наказ МОНУ від 12.06.2019 р. №821. (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20248>). На зустрічі 8 з ЕГ начальник відділу ліцензування та акредитації зазначила, що зауваження та пропозиції, сформульовані під час акредитацій обговорюються двічі на рік на зустрічах відділу з гарантантами ОП. Зауваження акумулюються навч. частиною, і кожний підрозділ реагує на ці зауваження в рамках своїх повноважень. Зауваження та пропозиції, висловлені комісією під час проведення акредитаційної експертизи 2019 р., були враховані під час вдосконалення ОП, зокрема: посилено профорієнтаційні заходи, модифіковано навчальний план для заочної форми навчання з терміном навчання у 4 роки, як передбачено рекомендаціями МОН; продовжена робота щодо підвищення рівня кадрового потенціалу випускової кафедри за рахунок більш активної підготовки й захисту кандидатських і докторських дисертацій з актуальних питань маркетингу; проводиться регулярна робота з удосконалення методів викладання; забезпечений процес підвищення кваліфікації викладачів кафедри відповідно до дисциплін, які ними викладаються <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/50365>. Проводиться робота з пошуку партнерів щодо грантової діяльності, а також науково-дослідної роботи студентів та викладачів кафедри, результатом чого є зареєстрована ініціативна тематика «Економіко-управлінські аспекти трансформації бізнесу та інноваційного розвитку в період російсько-української війни та післявоєнного відновлення» (з 2022 р.). На сумлінності та системності врахування рекомендацій акредитаційної експертизи зауважила на Відкритій зустрічі і член експертної комісії попередньої акредитаційної експертизи даної ОП д.е.н., професор Д.Г. Легеза.

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

Згідно п. 3.3. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти ДВНЗ «УжНУ» (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/19667>) до процедур забезпечення якості ОП залучені всі структурні підрозділи університету та учасники освітнього процесу на всіх рівнях її реалізації. До обговорення, експертизи та рецензування ОП залучалися провідні науковці в сфері маркетингу (д.е.н., проф. Бочко О.Ю., к.е.н., проф. Войтович С.Я., д.е.н., проф. Ковальчук С.В., к.е.н., доц. Серкутан Т.В.). Університетська культура якості освіти нині перебуває на етапі формування, поєднуючи елементи як відновлювальної, так і адаптивної моделі. Освітній заклад має власне уявлення про цілі та стратегію, але водночас залишається відкритим до нових можливостей. Такий підхід стимулює ініціативність, самостійне генерування ідей та впровадження ефективних освітніх практик. Інституційними практиками, що формують і забезпечують залученість академічної спільноти до процесів забезпечення якості освіти в даному ЗВО є регулярне опитування здобувачів щодо якості ОК, організації навчального процесу, результати яких використовують для вдосконалення ОП. Позитивною практикою є підтримка ініціативи та зворотного зв'язку у вигляді скриньок для пропозицій від різних груп стейкхолдерів. Ведеться активна співпраця зі студентським самоврядуванням щодо покращання освітнього середовища, що підтверджено на зустрічі 9.

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

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

У ДВНЗ «УжНУ» сформована культура якості освітнього процесу, яка підкріплена низкою нормативних документів, що повною мірою регламентують її впровадження на різних рівнях функціонування даного ЗВО. Сильною стороною є запроваджена дворівнева система опитування студентів, яка дає можливість моніторити якість освітнього процесу в динаміці. Роботодавці активно беруть участь у процесах перегляду ОП, результати обговорень з ними документально фіксуються та враховуються при вдосконаленні ОП. Враховуючи позитивні сторони ОП та те, що виявлені недоліки суттєво не впливають на якість підготовки здобувачів за ОП, ЕГ вважає, що освітня програма відповідає вимогам Критерію 8.

## **Недоліки**

1. Відсутність формалізованої процедури комунікацій з випускниками ОП через клуб маркетологів. 2. Відсутність роботодавців у складі групи розробників ОП. 3. Невиявлення СВЗЯО розбіжностей в шифрах ОК у ОП з шифрами в навчальному плані. 4. Відсутність в університеті практики опитування НПП щодо задоволеності взаємодії з різними підрозділами університету.

## **Рекомендації**

1. ЕГ рекомендує з осіннього семестру 2025 р. запровадити формалізовану процедуру зв'язку з випускниками, наприклад, через створення клубу маркетологів. 2. При наступному перегляді ОП додати представника роботодавців до складу групи розробників ОП, що дозволить підвищити рівень відповідності змісту ОП актуальним вимогам ринку праці. 3. Відділу моніторингу якості освіти, методичного та інформаційного забезпечення освітнього процесу до наступного навчального року переглянути ОП та НП на предмет відповідності шифрів дисциплін та за потреби, усунути розбіжності. 4. Керівнику відділу моніторингу якості освіти, методичного та інформаційного забезпечення освітнього процесу з наступного навчального року впровадити процедуру опитування НПП щодо його задоволеності взаємодії з різними підрозділами університету. Крім того, ЕГ рекомендує переглянути запитання анкети для здобувачів щодо задоволеності освітнім процесом, зокрема в частині більш чіткого формулювання запитання 12.

## **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**

ДВНЗ «УжНУ» введено в дію чіткі й зрозумілі правила та процедури, які регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Вони затверджені у нормативних документах, таких як: Статут ДВНЗ «УжНУ» (<https://cutt.ly/CrfnjXc6>), «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://cutt.ly/IrfnkoWW>), «Правила внутрішнього розпорядку в студентських гуртожитках» (<https://cutt.ly/LrfnkzL3>), «Положення про факультет» (<https://cutt.ly/frfntB8>). Усі наведені та інші нормативні документи розміщені у вільному доступі на головному сайті університету у розділі «Інфо-центр» (<https://cutt.ly/QrfnkAY6>). Під час зустрічі зі здобувачами та студентським самоврядуванням ЕГ переконалася, що здобувачів інформують про правила і процедури, які регулюють їхні права та обов'язки, зокрема через зустрічі з кураторами, представниками студентського самоврядування, а також в межах вивчення ОК5 Вступ до спеціальності «Маркетинг» та ОК 18 Антикорупція та доброчесність.

**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**

Усі зацікавлені сторони мають можливість ознайомитися з актуальним проєктом ОП на сайті (<https://cutt.ly/nrfXeWLP>) а також з архівом попередніх ОП (<https://cutt.ly/ArfXjOBy>). Стейкхолдери долучені до розробки та вдосконалення ОП в різних форматах, зокрема приймають участь в рецензуванні ОП, проходять опитування, проводять тренінги тощо (<https://cutt.ly/rfXcZyU>). На сайті розміщені витяги з протоколів засідань робочої групи щодо обговорення ОП за 2024 р. (<https://cutt.ly/xrfXENyW>), рецензії стейкхолдерів (<https://cutt.ly/NrfXE5pi>). У вільному доступі розміщені анкети для опитування усіх зацікавлених сторін, серед яких випускники, студенти та роботодавці (<https://cutt.ly/lrfXTuS4>), а також результати опитування (<https://cutt.ly/urfXTvux>). Роботодавці під час зустрічі 7 підтвердили активну залученість в процес удосконалення ОП та засвідчили, що можуть звертатися особисто до гаранта або надсилати свої пропозиції на пошту. ЕГ переконалася, що стейкхолдери зацікавлені в удосконаленні ОП та приймають активну участь в її покращенні.

**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**

ДВНЗ «УжНУ» на сторінках інформаційного центру (<https://cutt.ly/frfXSoRk>), кафедри (<https://cutt.ly/PrfXGqco>) та ОП (<https://cutt.ly/qrfXFoh5>) своєчасно оприлюднює усю необхідну інформацію стосовно освітнього процесу, зокрема проєкти ОП, навчальні плани, актуальні новини тощо. На сайті ЗВО у вільному доступі розміщені нормативно-правові документи, що регулюють права та обов'язки всіх учасників навчального процесу (<https://cutt.ly/IrfVCmLT>). Під час зустрічі з ЕГ отримала інформацію, що університет має політику оновлення та нормативної бази, зокрема перегляду її після акредитаційних експертиз та врахування усіх рекомендацій та зауважень. Проте, ЗВО має низку застарілих положень 2015-2017 років (<https://cutt.ly/IrfVCmLT>), також у вільному доступі відсутній звіт ректора за 2024 рік (<https://cutt.ly/crfVVnI8>). ЕГ помітила, що рецензії на ОП (<https://cutt.ly/NrfXE5pi>) не мають дат написання, також відсутні актуальні протоколи засідань робочих груп (<https://cutt.ly/xrfXENyW>).

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

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

ДВНЗ «УжНУ» забезпечує нормативне регулювання прав та обов'язків усіх учасників освітнього процесу, залучає стейкхолдерів до обговорення та вдосконалення ОП, а також забезпечує відкритий доступ до актуальної інформації на офіційному вебсайті.

### **Недоліки**

ЕГ виявила низку недоліків, зокрема на сайті ЗВО оприлюднені нормативні документи із застарілими датами (2015-2017 рр.), що може свідчити про їхню неактуальність. Відсутній у вільному доступі звіт ректора за 2024 рік, у деяких рецензіях на ОП не вказано дати написання, а також відсутні оновлені протоколи засідань робочих груп.

### **Рекомендації**

З огляду на зазначені недоліки, ЕГ рекомендує провести перегляд нормативних документів та оновити положення, оприлюднити звіт ректора за 2024 рік на офіційному сайті у відповідному розділі, забезпечити документальну прозорість: додати дати до всіх рецензій, своєчасно публікувати актуальні протоколи засідань робочих груп із розробки та перегляду ОП. Враховуючи позитивні сторони ОП та відсутність критичних недоліків, ЕГ вважає, що освітня програма відповідає вимогам Критерію 9.

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

<b>Критерій 1.</b> Проектування та цілі освітньої програми	B
<b>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	<i>не застосовується</i>

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Додаток до звіту ЕГ Перелік суттєвих недоліків.pdf</i>	rhu2BKaGgRTxJkCuP149ztXF1cEj/1omrozdnoTxoUE=

\*\*\*

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

*Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.*

Керівник експертної групи

**Шипуліна Юлія Сергіївна**

Члени експертної групи

**Летуновська Наталія Євгенівна**

**Куц Анастасія Олександрівна**