НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	**Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника"**
Освітня програма	**12005 Маркетинг**
Рівень вищої освіти	**Магістр**
Спеціальність	**075 Маркетинг**

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	**Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника"**
Назва ВСП ЗВО	*не застосовується*
ID освітньої програми в ЄДЕБО	**12005**
Назва ОП	**Маркетинг**
Галузь знань	**07 Управління та адміністрування**
Спеціальність	**075 Маркетинг**
Спеціалізація (за наявності)	*відсутня*
Рівень вищої освіти	**Магістр**
Вид освітньої програми	**Освітньо-професійна**

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	**Зайцева Олена Іванівна, Ткаченко Наталія Борисівна, Слюсарева Людмила Валеріївна (керівник)**
Залучений представник роботодавців	*не застосовується*
Дати візиту до ЗВО	**12.10.2020 р. – 14.10.2020 р.**

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

Відомості про самооцінювання ОП	**https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2020/10/Samoo-075-Marketyng-mag.pdf**
Програма візиту експертної групи	**https://cutt.ly/YgaiCkM**

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

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

ОП «Маркетинг», яка реалізовується в ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника” враховує вимоги регіонального ринку праці та інтереси стейкхолдерів. Освітня діяльність за ОП “Маркетинг” у ЗВО здійснюється з 1998 року. У ЗВО створено сприятливе освітнє та матеріально-технічне середовище для забезпечення можливості навчання здобувачів другого (магістерського) рівня. У ЗВО існує практика участі викладачів випускової кафедри менеджменту та маркетингу у міжнародних наукових проєктах. Загалом ОП відповідає критеріям оцінювання якості ОП. Основні висновки щодо відповідності Критеріям: під час акредитації ЕГ перевірила достовірність інформації, що була надана ЗВО у Відомостях про самооцінювання, проаналізувала додаткові документи, що розміщені на сайті ЗВО та подані на запит експертів, провела онлайн-зустрічі з фокус-групами, що дало можливість зробити висновки про: - відповідність нормативним вимогам у повній мірі таких освітніх процесів: проектування та цілі ОП; розробка структури та змісту ОП; доступність до ОП та визнання результатів навчання; результатів формування контрольних заходів, підходів до оцінювання здобувачів вищої освіти та забезпечення їх академічної мобільності; формування людських ресурсів ОП; Освітнє середовище та матеріальні ресурси; формування внутрішнього забезпечення якості ОП забезпечення прозорості та публічності діяльності ЗВО (рівень В). - часткову відповідність якісного рівня організації таких освітніх процесів: навчання і викладання за ОП (рівень Е).

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

1. Відповідність цілей ОП стратегії розвитку ЗВО. 2. Співпраця з роботодавцями, які вмотивовані до участі у формування якісної освітньої програми. 3. Наявність на ОП навчальних дисциплін, що викладаються іноземною мовою. 4. Перспектива формування у ЗВО загальноуніверситетського каталогу вибіркових дисциплін. 5. Наявність у ЗВО Положення, що регламентує впровадження дуальної форми навчання. 6. Правила прийому на навчання за ОП є чіткими і зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, та оприлюднені на офіційному веб-сайті університету. 7. Правила прийому достатньою мірою враховують особливості самої програми. 8. Університет використовує студентоцентрований підхід шляхом проведення анкетного опитування здобувачів вищої освіти та врахування пропозиції здобувачів щодо розвитку ОП. 9. В Університеті є вільний та безоплатний доступ всіх учасників освітнього процесу до інформації про цілі, зміст, програмні результати навчання, критерії оцінювання. 10. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими і доступними для студентів. 11. В екзаменаційних білетах для забезпечення об’єктивності оцінки знань здобувачів вищої освіти включено тестові завдання та у кожному питанні білету є шкала оцінки. 12. Проводяться опитування здобувачів вищої освіти щодо політики доброчесності в Університеті. 13. Як інструмент протидії порушенням академічної доброчесності використовуються програми strikeplagiarism.com та Unicheck. 14. Наявність у ЗВО системи ефективної мотивації публікаційної активності в міжнародних виданнях, що регулюється Положенням про підтримку наукових і науково-педагогічних працівників університету, які публікують праці, що входять до наукометричних баз Scopus та WoS. 15. Існує практика прийняття на роботу власних випускників. 16. Наявних матеріально-технічних ресурсів та навчально-методичного забезпечення є достатньо для професійного, фізичного та духовного розвитку здобувачів ВО за даною ОП. 17. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів закладу вищої освіти для учасників навчального процесу є вільним та безкоштовним. 18. Освітнє середовище в закладі вищої освіти є комфортним і безпечним для життя. 19. Сформовано сприятливий морально-психологічний клімат та умови для навчання за ОП. 20. Освітнє середовище в закладі вищої освіти дозволяє враховувати інтереси здобувачів ВО із особливими потребами. 21. Здобувачі та роботодавці є партнерами у процесах забезпечення якості ОП. 22. Гарною практикою є опитування здобувачів вищої освіти і викладачів та врахування результатів опитування у контексті забезпечення якості вищої освіти. 23. Надана інформація є прозорою і відкритою, знаходиться у вільному доступі на офіційному сайті ЗВО та дозволяє пересвідчитися, що університет дійсно виконує свою суспільну місію.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Недостатня регулярність та змістовність проведення опитувань здобувачів ВО. Варіативна частина обмежена вузькопрофесійними ОК. Відсутні приклади академічної мобільності учасників освітнього процесу за даною ОП, практики перезарахування кредитів ЄКТС, визнання результатів навчання у неформальній освіті. За розподілом аудиторних годин є невідповідність силабусів навчальному плану. Переважним методом навчання є підготовка здобувачем ВО доповіді за темами рефератів, що не сприяє у повній мірі досягненню ПРН. Рекомендована література у силабусах, потребує актуалізації. Неактивність викладачів кафедри за останні роки у міжнародних проєктах, стажуваннях, публікаціях у фахових виданнях, що включені до міжнародної наукометричної бази Scopus та WoS.Здобувачі ВО за ОП Маркетинг не приймають участь у всеукраїнських олімпіадах та конкурсах студентських наукових робіт. Моніторинг та розгляд виявлених випадків академічної доброчесності обмежений визначенням рівня унікальності тексту. У Матеріалах конференції у науковій публікації здобувача є порушення академічної доброчесності. Тематика наукових публікацій окремих НПП не корелює з ОК. Недостатня поінформованість здобувачів ВО про нормативні документи ЗВО, що регламентують політику та процедури вирішення конфліктних ситуацій та розгляду повідомлень про сексуальні домагання та дискримінацію в ЗВО. Не представлено результати електронного обговорення ОП, відсутня таблиця пропозицій до її перегляду. На сторінці факультету/кафедри відсутня інформація щодо кар’єрного шляху випускників ОП. Рекомендації: Необхідно проводити опитування

здобувачів ВО з метою оцінки рівня задоволеності змістом ОК. Розширити перелік вибіркових ОК. Визначити можливості для започаткування практики академічної мобільності здобувачів ВО в контексті цієї ОП. Ознайомити здобувачів з чіткими правилами і процедурами визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО та у неформальній освіті. Привести у відповідність до навчального плану силабуси, розглянути можливість включення до навчального плану практичних та лабораторних занять. Запровадити і відобразити у силабусах переважно сучасні методи навчання та використання комп'ютерних технологій. У силабусах оновити список рекомендованої літератури. Активізувати участь викладачів кафедри у міжнародних проєктах, стажуваннях, публікації у фахових виданнях, що включені до наукометричної бази Scopus та WoS. Активізувати участь здобувачів ВО ОП Маркетинг магістр у Всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт. Приділяти увагу всім аспектам академічної, наукової доброчесності. Розробити нормативні документи, що регламентують процедуру вирішення конфліктних ситуацій, розгляду повідомлень про сексуальні домагання та дискримінацію. Прийняти до уваги пропозиції випускників та роботодавців щодо компетентностей сучасного маркетолога, долучити представників студентського самоврядування до погодження ОП. Створити електронну базу випускників та відобразити її на web-сторінці факультету/кафедри.

ІІІ. 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. Проектування та цілі освітньої програми:

1. Освітня програма має чітко сформульовані цілі, які відповідають місії та стратегії закладу вищої освіти.

Стратегія розвитку ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника” (затверджено Вченою радою університету 26 червня 2019 року, протокол №6) містить бачення, місію, цінності та стратегічні цілі університету. Згідно Стратегії: “ключовим у баченні є те, що ЗВО - це сучасний конкурентоспроможний освітній та науково-дослідницький центр міжнародного рівня, потенціал якого впливає на розвиток регіону та формування людського капіталу”. Основна мета ОП 2020 року (https://cutt.ly/jghFsbA), полягає в наступному: підготовка висококваліфікованих магістрів з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання шляхом органічного поєднання освітньої, наукової та інноваційної діяльності на засадах академічної доброчесності. ЕГ зазначає чіткість та взаємоузгодженість цілей ОП з баченням та стратегією ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. ОП 2020 року майже повною мірою враховує основні положення Стандарту за другим (магістерським) рівнем спеціальності 075 Маркетинг (Наказ МОНУ від 10.07.2019р., №960). ОП 2020 введена в дію з 1 вересня 2020 року наказом Ректора ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника” №76/06-12с від 31 серпня 2020 року. Під час зустрічей з гарантом, завідувачем кафедри та керівництвом ЗВО було встановлено важливість даної ОП для ЗВО: підготовка здобувачів за спеціальністю “Маркетинг” здійснюється з 1998 року, фахівці є затребуваними на регіональному ринку праці, підтвердженням є інформація, отримана на фокус-групі зі стейкхолдерами.

2. Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін.

Цілі ОП та програмні результати навчання визначені з урахуванням інтересів здобувачів вищої освіти, представників академічної спільноти і потреб роботодавців. Це було підтверджено під час фокус-груп, які проводились у відповідності до програми акредитаційної експертизи з використанням технічних засобів відеозв’язку. Вони також підтверджені документально: відгуками зазначених стейкхолдерів на ОП, а саме: О.С. Токмиленко (ТОВ “23 ресторани”), Р. Харук (“Науково-аналітичний центр Івано-Франківської об’єднаної територіальної громади), Т. Срібняк (ПП “Колегія”), Г.Б. Іщак (ТзДВ “Івано-Франківський хлібокомбінат”), Р. Марцінків (міський голова Івано-Франківська) (без дат і вихідних номерів). Зазначені відгуки розташовані на сайті кафедри за наступним посиланням: https://cutt.ly/IgfWTSA. ЕГ зазначає, що роботодавці беруть участь у періодичному перегляді змісту ОП, виступають з пропозиціями та побажаннями щодо структури ОП. Так, на зустрічі зі стейкхолдерами Р.Харук зазначив, що однією з пропозицій, яку він вносив було включення до навчального плану дисциплін “Маркетинг некомерційних організацій”, проте, наразі, ця пропозиція випусковою кафедрою ще не врахована. Водночас, інша пропозиції зазначеного стейкхолдера врахована, у вигляді включення до ОП дисципліни “Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону”. ЕГ зазначає, що ще однією із пропозицій, яка надійшла від здобувача вищої освіти (Гулей М.) є введення до навчальних планів дисципліни Логістичний менеджмент та Медіапланування (витяг з протоколу №9 засідання кафедри менеджменту і маркетингу від 22

травня 2020 року): https://cutt.ly/wghGhBb. Водночас, ЕГ констатує той факт, що зазначені у протоколі дисципліни наявні і в ОП 2016 року і в навчальному плані 2016 року. Таким чином, пропозиція здобувачів стосується не включення дисциплін до навчального плану, а скоріше, пропозиції щодо вибору навчальної дисципліни у 2020-2021 навчальному році.

3. Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Цілі та програмні результати навчання ОП 2020 відповідають нормативному змісту Стандарту ВО за спеціальністю 075 "Маркетинг", галузі знань 07 "Управління та адміністрування" для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОНУ від 10.07.2019р. №960). При формулюванні цілей ОП та програмних результатів навчання були враховані особливості ринку праці Івано-Франківського регіону. Це підтверджується результатами зустрічі зі стейкхолдерами-роботодавцями, які підтримують зв'язки з ЗВО з питань надання консультацій щодо внесення змін до освітньої програми, а також здійснюється співпраця підприємств, керівниками та працівниками яких вони є, в якості проходження здобувачами вищої освіти виробничої та науково-дослідної практики для здобуття ними необхідних умінь та навичок, що передбачені в освітній програмі. Крім того, у наданих ЕГ відомостях самооцінювання зазначено, що під час формулювання цілей та програмних результатів ОП було враховано досвід підготовки за відповідною ОП у інших вітчизняних та зарубіжних закладах вищої освіти, а саме: Львівський торговельно-економічний університет, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київський національний торговельно-економічний університет, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Вища школа маркетингу та управління (менеджменту) в місті Лешно (Польща), Віденський економічний університет (Австрія).

4. Освітня програма дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності). За відсутності затвердженого стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти, програмні результати навчання повинні відповідати вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.

Існуюча ОП за окремими компонентами не повною мірою враховує вимоги Стандарту ВО за спеціальністю 075 "Маркетинг". Так, ЕГ зазначає, що в предоставленій ЗВО ОП відсутня СК 9 "Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу". Водночас, перелік спеціальних (фахових) компетентностей у ЗВО доповнено власними СК9, СК 10, також до переліку програмних результатів додано ПРН 16, 17. Недоліки було обговорено на резервній зустрічі з гарантом та завідувачем кафедри. Форма атестації здобувачів вищої освіти частково відповідає вимогам стандарту, так як у ОП формою атестації здобувачів визначено кваліфікаційну роботу, а у навчальному плані 2020 року вона зазначається, як магістерська робота. ЕГ зазначає, про необхідність приведення у відповідність форми атестації здобувачів у зазначених документах.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

1.Відповідність цілей ОП стратегії розвитку ЗВО. 2.Співпраця з роботодавцями, які вмотивовані до участі у формування якісної освітньої програми.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 1.

1.Обмежене залучення роботодавців до розробки і перегляду ОП. 2.Недостатня регулярність та змістовність проведення опитувань здобувачів вищої освіти щодо шляхів удосконалення конкретно цієї ОП за набором освітніх компонент (дисциплін). Рекомендації: 1. Запропоновано залучати професіоналів-практиків до участі у постійному моніторингу та перегляді ОП (інші форми, окрім рецензування). 2. Необхідно проводити опитування здобувачів вищої освіти з метою оцінки рівня задоволеності змістом освітніх компонент ОП.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 1 з недоліками, що не є суттєвими, оскільки за ОП проводяться опитування як здобувачів, так і роботодавців і такі опитування потребують включення додаткових питань. ОП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 1.1 та 1.3. Існує певна узгодженість за підкритеріями 1.2 та 1.4, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв.

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 навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти та відповідного стандарту вищої освіти (за наявності).

Обсяг ОП (у кредитах ЄКТС) відповідає вимогам законодавства та Стандарту ВО за спеціальністю 075 “Маркетинг” галузі знань 07 “Управління та адміністрування” для другого (магістерського) рівня вищої освіти. Загальний обсяг ОП становить 90 кредитів, тобто відповідає вимогам Закону України “Про вищу освіту”, у відповідності до якого обсяг освітньо-професійної програми підготовки магістра має бути 90-120 кредитів ЄКТС. Водночас, ЕГ встановлено, що в структурі освітніх компонент ОП наявна позакредитна дисципліна “Охорона праці в галузі” (загальним обсягом 30 годин, або 1 кредит ЄКТС). Від ЗВО отримано пояснення, що зазначена дисципліна впроваджена в ОП на виконання Розпорядження ректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника №11, від 26.04.2018 року (blob:https://office.naqa.gov.ua/d7ddc0c3-f76a-4a70-a898-501623fe139f). Обсяг навчального навантаження становить 90 кредитів з терміном навчання 1 рік і 4 місяці, у тому числі дисципліни циклу загальної підготовки 12 кредитів (13,3%), дисципліни циклу професійної підготовки - 54 кредит (60,0%), варіативні навчальні дисципліни становлять 24 кредити (26,7%).

2. Зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, складають логічну взаємопов’язану систему та в сукупності дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

На підставі проведеного аналізу встановлено, що зміст ОП “Маркетинг” ЕГ зазначає, що у цілому вибір та послідовність вивчення обов'язкових компонент освітньої програми є обгрунтованими, але дозволяють лише частково досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання. До ОП “Маркетинг”, затвердженої у 2020 році введено 2 спеціальні (фахові) компетентності (СК 9, СК 10) до наявних у затвердженому Стандарті вищої освіти спеціальності “Маркетинг”, крім того, вилучена 1 спеціальна компетентність зі Стандарту (СК 9). Також додатково введено 2 програмних результати (ПРН 16, ПРН 17). На резервній зустрічі з гарантом та завідувачем випускової кафедри отримати пояснення щодо необхідності додавання цих даних ЕГ не змогла. Результати навчання освітньої програми забезпечуються як за рахунок обов’язкових, так і за рахунок вибіркових компонент.

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

Дана ОП не є міждисциплінарною. Зміст ОП “Маркетинг” загалом відповідає предметній області, яка визначена для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 “Маркетинг”. Освітні компоненти у цілому відповідають спеціальності 075 “Маркетинг”. Натомість, результати зустрічей зі здобувачами вищої освіти та стейкхолдерами (роботодавцями та випускниками) підтвердило необхідність оновлення ОП деякими сучасними дисциплінами та формами викладання дисциплін. Це надасть додаткові можливості для створення конкурентних переваг ОП на ринку освітніх послуг. Також до обов'язкових освітніх компонент введено “Науково-дослідну практику”, що по суті являє собою процес підготовки кваліфікаційної роботи (у ОП 2020 та навчальному плані зазначено як магістерська робота).

4. Структура освітньої програми передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін у обсязі, передбаченому законодавством.

Структура ОП передбачає можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних у обсязі, передбаченому законодавством України. На сайті ЗВО наявні документи, які дозволяють формування індивідуальної освітньої траєкторії: Положення про

організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в університеті (https://cutt.ly/VghH7Qp); Положення про академічну можливість учасників освітнього процесу; Порядком вивчення вибіркових дисциплін. В навчальному плані 2020 року відповідної освітньої програми винесено список 8 вибіркових освітніх компонент, які структурно розподілені наступним чином: 1 семестр - 1 блок з двох ОК, з якого обирається одна ОК; 2 семестр - 2 блока з двох ОК, з яких треба вибрати по одній ОК з кожного блоку; 3 семестр - 1 дисципліна з блоку із з двох дисциплін. ЕГ вважає такий перелік вибіркових дисциплін дещо обмеженим, особливо враховуючи той факт, що 100% вибіркових дисциплін - це дисципліни випускової кафедри менеджменту та маркетингу. Варіативна частина за вибором здобувача вищої освіти обмежена лише вузькопрофесійними дисциплінами і відсутні можливість здобувачам вибрати дисципліну з інших освітніх програм, що підтверджується аналізом навчального плану. Водночас, на зустрічі з керівником та менеджментом ЗВО (зустріч 1) Михайлишин Г. Й., проректор з науково-педагогічної роботи зазначила, що зараз триває робота з формування загальноуніверситетського каталогу навчальних дисциплін, і в майбутньому здобувач вищої освіти матиме більше можливостей щодо вільного вибору дисциплін. Відповідно до інформації, отриманої ЕГ при зустрічі з здобувачами вищої освіти вибір навчальних дисциплін здійснюється шляхом персонального заповнення опитувальника у вигляді гугл-форми, яке розташовується у групі кафедри у соціальній мережі фейсбук, або у особистому кабінеті здобувача у системі дистанційного навчання у закладі вищої освіти (http://www.d-learn.pnu.edu.ua). Вибір дисциплін здійснюється двічі на рік.

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

Практична підготовка здобувачів ОП становить 27 кредитів ЄКТС та складається з виробничої (12 кредитів ЄКТС) та науково-дослідної практики (15 кредитів ЄКТС), що відображено у навчальному плані підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальності 075 “Маркетинг”, затвердженого Вченою радою університету 31 серпня 2020 року, протокол №1. ЕГ вважає, що це дозволяє здобути компетентності потрібні для подальшої професійної діяльності. Практична підготовка у закладі вищої освіти здійснюється відповідно до Положення про організацію та проведення практики у ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”: https://cutt.ly/gghJsnR. У відповідності до Положення для здобувачів другого (магістерського) рівня передбачено наступні види практики: виробнича, переддипломна та науково-дослідна. Надана за запитом ЕГ інформація - методичні рекомендації проходження переддипломної практики (blob:https://office.naqa.gov.ua/191afe2a-e8ee-4f8f-8e71-aafa675bc17b) визначають, що здобувачі проходять переддипломну практику. Водночас, в ОП “Маркетинг” 2020 року такого виду практики немає (у ОП наявні виробнича та науково-дослідна практики). ЕГ рекомендує взаємоузгодити назви та зміст практик. Зміст програми практики у цілому відповідає очікуванням стейкхолдерів, а також дозволяє досягти за цією компонентою, заявлених у ОП, програмних результатів навчання. За результатами зустрічі зі здобувачами вищої освіти було встановлено, що вони мають можливість проходити практику відповідно укладених договорів ЗВО або самостійно обирати базу практики (стосовно виробничої практики). За результатами зустрічей зі здобувачами та стейкхолдерами (3,5) ЕГ усвідомлює право закладу вищої освіти на автономію щодо організації внутрішніх академічних процесів, проте, вважає за доцільне рекомендувати розглянути можливість викладання окремих освітніх компонент у форматі тренінг-курсів, що сприятиме збільшенню кількості практичної підготовки за освітньою програмою.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям.

За результатами аналізу встановлено, що ОП “Маркетинг” спрямована на набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) у межах вивчення таких навчальних дисциплін, як: “Методологія та організація наукових досліджень”, “Соціальна відповідальність”, “Спічрайтинг” та “Крос-культурний менеджмент” (дисципліна викладається іноземною мовою) . Зустріч з представниками студентського самоврядування, в тому числі з числа здобувачів за ОП “Маркетинг” підтвердила їх активну позицію й широкі можливості розвитку соціальних і комунікативних навичок у рамках реалізованих ними проектів (розмовний клуб іноземної мови). З цією метою у ЗВО функціонує коворкінг- простір “Paragraph”. Водночас, спілкування зі здобувачами не підтвердило залучення їх до навчальних тренінгів, ділових ігор, дискусійних панелей, волонтерської роботи, що має важливе значення у набутті соціальних навичок майбутніх фахівців, у тому числі здобувачів за даною ОП. ЕГ зазначає, що у закладі вищої освіти створені умови для отримання таких навичок, завдяки функціонуванню центру інноваційних освітніх технологій PNU-Eco- System.

7. Зміст освітньої програми ураховує вимоги відповідного професійного стандарту (за наявності).

Професійний стандарт для спеціальності 075 «Маркетинг» наразі відсутній. Але ОП враховує зміст НРК та зорієнтована на набуття таких компетентностей, які дозволяють магістрам з маркетингу виконувати роботу фахівця за наступними професіями (за класифікатором ДК 003:2010)

8. Обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання.

Здійснений аналіз розкладу занять за ОП "Маркетинг", опитування фокус-групи здобувачів вищої освіти та результати наявного анкетування підтвердили достатність обсягу аудиторної та самостійної роботи за більшістю освітніх компонентів. У відповідності до інформації, наведеної у відомостях самооцінювання зазначено, що тижневе навантаження при підготовці здобувачів другого (магістерського) рівня становить не більше 20 годин. Таким чином можна стверджувати про оптимальність співвідношення аудиторного обсягу навантаження студентів на ОПП та часу, виділеного їм часу на самостійну роботу. За результатами опитування здобувачів під час проведення акредитаційного виїзду, ЕГ отримала інформацію щодо необхідності збільшення кількості практичних занять в межах ОП (замість існуючої в ЗВО зараз практики застосування семінарських занять), а також необхідність впровадження практичних занять з використанням сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій. Інформація, отримана від фокус-групи стейкхолдерів-випускників підтвердила достатність фактичного обсягу навантаження та доцільність застосування ІКТ в навчальному процесі.

9. У разі здійснення підготовки здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти структура освітньої програми та навчальний план узгоджені із завданнями та особливостями цієї форми здобуття освіти.

За даною ОП наразі не здійснюється підготовка здобувачів ВО за дуальною формою навчання. Водночас, слід констатувати, що у закладі вищої освіти розроблено Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти у ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника" та введено в дію наказом ректора №766, від 15.11.2019 року: https://cutt.ly/3ghKGDh

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

1.Наявність на ОП навчальних дисциплін, що викладаються іноземною мовою. 2.Перспектива формування у ЗВО загальноуніверситетського каталогу вибіркових дисциплін. 3.Наявність у ЗВО Положення, що регламентує впровадження дуальної форми навчання.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 2.

1.Недостатній рівень залучення фахівців-практиків до викладання навчальних дисциплін. 2. Відсутність у ОП освітніх компонент, які були рекомендовані роботодавцями. 3.Варіативна частина за вибором здобувача вищої освіти обмежена лише вузькопрофесійними дисциплінами і відсутні можливість здобувачам вибрати дисципліну з інших освітніх програм. Рекомендації: 1. Запропоновано залучати професіоналів-практиків до участі у постійному моніторингу та перегляді ОП (інші форми, окрім рецензування). 2. Запропоновано впровадити в ОК навички використання інформаційно-комп'ютерних технологій. 3. Запропоновано розширити перелік вибіркових ОК спрямованих на розвиток соціальних навичок здобувачів вищої освіти. Вибіркова частина формування компонент ОП потребує удосконалення у контексті збільшення їх різноманітності для здобувачів вищої освіти ОП "Маркетинг".

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Освітня програма "Маркетинг" в цілому відповідає вимогам стандарту вищої освіти спеціальності 075 "Маркетинг" за другим (магістерським) рівнем підготовки здобувачів вищої освіти. Освітня діяльність за програмою "Маркетинг" загалом відповідає Критерію 2 з недоліками, що не є суттєвими. ОП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 2.1, 2.6, 2.7 та 2.9. Існує певна узгодженість за підкритеріями 2.2, 2.3, 2.4, 2.5 та 2.8, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв.

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

1. Правила прийому на навчання за освітньою програмою є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та оприлюднені на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти.

Правила прийому на навчання за ОП, що акредитується розроблені Приймальною комісією ЗВО відповідно до Умов прийому на навчання до закладів вищої освіти України в 2020 році, затверджених наказом МОН України № 1285 від 11 жовтня 2019 року та відповідно положенню про Приймальну комісію ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника", затвердженого Вченою радою 26 травня 2020 р., протокол №5 (https://cutt.ly/LgiUSwg). В правилах прийому, затверджених Вченою радою університету 27 грудня 2019 року, протокол №11, розміщених на сайті університету (https://admission.pnu.edu.ua/правила-прийому/) та сайті кафедри (https://kmim.pnu.edu.ua/абітурієнту/), чітко і зрозуміло для вступників визначено терміни та порядок прийому заяв і документів, перелік спеціальностей та вступних випробувань для прийому на навчання осіб, які здобули освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавра, для здобуття освітнього ступеню магістра, порядок конкурсного відбору та зарахування вступників на ОП. Перелік освітніх програм, за якими оголошується прийом на навчання, ліцензовані обсяги та нормативні терміни навчання розміщені на сайті (https://mon.gov.ua/storage/app/media/pravo-diyalnosti/2020/01/02/natsuniverstefanika35.pdf). Опрацювання зазначених документів та інтерв'ювання здобувачів вищої освіти (зустріч 3, день 1) та адміністративного персоналу і персоналу сервісних структурних підрозділів (зустріч 6, день 2) під час акредитаційної комісії дозволяє ЕГ стверджувати, що правила прийому на навчання є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та оприлюднені на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти.

2. Правила прийому на навчання за освітньою програмою враховують особливості самої освітньої програми.

Вступ до магістратури на ОП «Маркетинг» при прийомі на навчання на основі ступеня бакалавра передбачає складання ЄВІ з іноземної мови і ЄФВВ - Єдине фахове вступне випробування (що в Програмі фахового вступного випробування ЗВО зазначено як Комплексний іспит з маркетингу для зарахування на навчання за ступенем магістр) В Програмі комплексного іспиту з маркетингу, яка затверджена на засіданні Приймальної комісії ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника" 27 лютого 2020 р., протокол № 1 і містяться питання з навчальних дисциплін: Маркетинг, Маркетингові дослідження, Маркетингові комунікації, Маркетинг послуг, Логістика, Міжнародний маркетинг (https://cutt.ly/tgiABLd). Порядок проведення та критерії оцінювання вступних випробувань регулюються Положенням про організацію вступних випробувань, затвердженого Вченою радою 26 травня 2020 р., протокол №5 (https://cutt.ly/UgfzeDA).

3. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, що відповідають Конвенції про визнання кваліфікацій з вищої освіти в Європейському регіоні (Лісабон, 1997 р.), є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Результати навчання, отримані в інших ЗВО, можуть бути враховані відповідно до Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу, схваленим Вченою радою університету 29 листопада 2016 р., протокол №11 (https://cutt.ly/YgiSTDP) та Положення про порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін, схваленим Вченою радою університету 31 березня 2015 р., протокол №3. (https://cutt.ly/lgiSDQS). За період існування ОП «Маркетинг» згідно Відомостям про СО та інформації, отриманої на зустрічах 3-4 (день 1) конкретних прикладів практики застосування вказаних положень виявлено не було. Леськів Вікторія – сенатор економічного факультету на зустрічі з представниками студентського самоврядування (зустріч 4, день 1) визначила, що здобувачі чітко не ознайомлені з правилами визнання і перезарахування результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти.

4. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Зарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здійснюється у відповідності з Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти, схваленим Вченою радою університету 27 листопада 2019 р., протокол №10. (https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/11/819_29.11.2019.pdf). Проте при підготовці здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» такої практики виявлено не було і здобувачі недостатньо проінформовані про процедуру визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті (зустріч 3-4, день 1).

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

1. Правила прийому на навчання за ОП є чіткими і зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, та оприлюднені на офіційному веб-сайті університету. 2. Правила прийому достатньою мірою враховують особливості самої програми.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 3.

1. Відсутні конкретні приклади академічної мобільності учасників освітнього процесу за даною ОП, також немає прикладів перезарахування кредитів ЄКТС, отриманих в інших ЗВО. 2. Практики визнання результатів навчання, отриманих учасниками навчального процесу за даною ОП у неформальній освіті немає. Рекомендації: 1. Визначити можливості для започаткування практики академічної мобільності здобувачів ВО в контексті цієї ОП. 2. Ознайомити здобувачів з чіткими правилами і процедурами визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО та у неформальній освіті, зокрема, проінформувати про можливість проходження курсів на авторитетних онлайн платформах (Coursera, Prometheus, ВУМ тощо).

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Освітня програма в цілому узгоджена із якісними характеристиками за підкритеріями 3.1-3.4. Освітня діяльність за цією програмою загалом відповідає Критерію 3, але необхідно започаткувати практику академічної мобільності здобувачів ВО в контексті цієї ОП та чітко довести до здобувачів інформацію про процедури визнання результатів отриманих в інших ЗВО та у неформальній освіті.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

1. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи.

Згідно Положення про організацію освітнього процесу…» https://bit.ly/31bUq3T (р.5,с.9) формами навчання визначено навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи; методами навчання - лекція, лабораторне, практичне, семінарське, індивідуальне заняття, консультація. Згідно НП 2020р. на підготовку магістрів ОП Маркетинг передбачено 292 год. лекцій, 308 год. семінарських занять, 0 год. практичних занять. У НП 2016р. передбачено 266 год. лекцій, 62 год. практичних і 272 год. семінарських занять: https://bit.ly/31tv6a3. Таким чином, переважним методом за аудиторними годинами є семінарські заняття. Згідно Положенню про організацію освітнього процесу …(с.11) на семінарських заняттях здобувачі за темами рефератів готують тези виступів. Згідно даних табл. 3 Відомостей про самооцінювання ОП основними методами навчання зазначено - лекція, пояснення, практичні заняття, кейс-завдання. Під час інтерв'ювання ЕГ (Зустріч 3 зі здобувачами ВО) здобувачі підтвердили інформацію про те, що на семінарських заняттях переважно виступають за темами рефератів. За окремими дисциплінами виконуються індивідуальні креативні завдання - з дисципліни «Рекламний менеджмент» студенти у комп'ютерній лабораторії створюють графічні дизайн-проекти за допомогою редакторів CorelDraw, Photoshop, що говорить про фактичне проведення лабораторних занять. Під час спілкування з роботодавцями та випускниками (Зустріч 5) ЕГ отримано інформацію, що практики запрошуються до зустрічі зі здобувачами ОП Маркетинг, але на таких зустрічах частіше презентуються підприємства, що носить більше ознайомчий характер, а не орієнтований на обговорення питань в рамках конкретної ОК. Опрацювання ЕГ силабусів: https://bit.ly/2T1vDeB дозволило встановити ряд розбіжностей з НП. Наприклад, У НП 2020р. з дисциплін «Методологія та організація наукових досліджень», «Бренд-менеджмент» визначено 16 год. лекцій, 14 год. семінарських занять; у силабусу 2020 – 14 год. лекцій, 16 год. З дисципліни «Проектний менеджмент» (силабус 2020) заплановано практичні заняття, у НП 2020 – семінарські. У силабусу дисципліни «Маркетинговий аналіз» відсутня інформація про застосування комп. програм. Центром забезпечення якості Університету запроваджено і вперше проведено опитування студентів у період весняної сесії 2019/2020рр.: https://bit.ly/2H3Z9O1, що відповідає принципам студентоцентрованого підходу. За запитом ЕГ через електронну систему Нацагентства отримано результати опитування студентів (п.4 Запиту). За результатами опитування студенти високо оцінили (4 та більше балів) гнучкість навчання, ступінь поваги до студентів тощо; та невисоко оцінили (менше 4 балів) – проведення на практичних заняттях дискусій, чіткість результатів навчання тощо. Академічна свобода здобувачів у ЗВО реалізовано через вільний вибору теми кваліфікаційної роботи. Здобувачі, під час зустрічі з ЕГ, надали інформацію, що пропозиції щодо включення таких освітніх компонент як «Логістичний менеджмент», "Медіапланування".

2. Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів (у формі силабуса або в інший подібний спосіб).

Здобувачі мають вільний доступ до силабусів, що розміщені на сторінці кафедри менеджменту та маркетингу сайту Університету: https://bit.ly/2T1vDeB; до дистанційних курсів на платформі https://d-learn.pnu.edu.ua/. Також, для організації дистанційного та змішаного навчання викладачам рекомендовано вільний вибір інших ресурсів для проведення занять: Moodle, Zoom, Skype, YouTube, Google Classroom та ін. Здобувачам рекомендовано використовувати дистанційні курси зовнішніх платформах – Prometheus, Coursera, TEDxKyiv, EDX, ВУМ. У силабусах наявна інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання, списку рекомендованої літератури. В Університеті застосовується 100 бальна шкала оцінювання – 50 балів поточна оцінка та 50 балів екзаменаційна). Під час спілкування ЕГ зі здобувачами вищої освіти було отримано інформацію, що критерії оцінювання у межах окремих ОК є зрозумілими. За запитом ЕГ через електронну систему Нацагентства було отримано форму анкети опитування здобувачів та звіт про результати опитування здобувачів: https://bit.ly/2H3Z9O1. Більшість опитаних здобувачів вищої освіти погоджуються, що: успішність оцінюється на основі завчасно оприлюднених методів та критеріїв оцінювання (критерій 3.14); методи оцінювання та критерії виставлення балів на кафедрі є об'єктивними та справедливими (критерій 4.3). Під час інтерв'ювання, здобувачі підтвердили участь в онлайн опитуваннях та підтвердили модель системи оцінювання ОК - 50/50.

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

В Університеті наукові заходи здійснюються згідно Плану їх проведення: https://bit.ly/37dB7eC. Щорічно оприлюднюється електронна версія Збірника студентських наукових праць «Еврика». У Збірнику «Еврика - XX» (2019 р.) відсутні наукові публікації з проблем маркетингу здобувачів ОП «Маркетинг» освітнього рівня «магістр». На запит ЕГ через електронну систему Нацагентства, від ЗВО отримано Інформацію про кількісні та якісні показники наукової роботи здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського рівня). За даними Інформації, у щорічній звітній конференції 2019 р. прийняли участь 2 здобувача – Воробчак Ірина та Гулей Мар'яна. Рекомендовано до друку наукову працю Воробчак Ірини за темою: «Розробка маркетингових стратегій позиціонування підприємства». У Матеріалах III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції» (Прикарпатський національний Університет ім. Василя Стефаника, 2019р.): https://bit.ly/2H7hJ87 у рубриці «Менеджмент і маркетинг» опубліковано тези 7-и здобувачів ОП «Маркетинг» освітнього ступеню «магістр» у співавторстві з науковими керівниками. Ознайомлення ЕГ з даними Відомостей про самооцінювання та додатковою інформацією від Університету, на запит ЕГ через електронну систему Нацагентства, щодо якісних та кількісних показників наукової діяльності здобувачів вищої освіти ОП "Маркетинг" (п.5 Запиту), відсутня інформація про участь здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг магістр у всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт. Викладачі кафедри менеджменту та маркетингу приймають участь у двох кафедральних НДР («Конвергенція та інтеграція регіонів України в Європейський економічний простір» «Формування стратегії соціально-економічного розвитку України»), оновлено зміст силабусу «Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону». Однак, ЕГ констатує факт відсутності інформації про участь викладачів кафедри менеджменту та маркетингу, за останні роки, у міжнародних проєктах; міжнародних стажуваннях; публікації у фахових виданнях, що включені до міжнародної наукометричної бази Scopus та Web of Science.

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

Згідно Відомостей про самооцінювання викладачі оновлюють зміст освіти за власною ініціативою, ініціативою керівництва ЗВО, ініціативою здобувачів вищої освіти (с. 12). Під час інтерв'ювання викладачів, ЕГ отримано інформацію, що оновлення змісту ОК відбувається за результатами стажування; участі у науково-практичних конференціях; виконання НДР. Наприклад, за результатами участі викладачів у НДР («Конвергенція та інтеграція регіонів України в Європейський економічний простір», оновлено зміст силабусу «Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону» - включено тему: «Формування позитивного іміджу регіону та просування його на зовнішні ринки» та оновлено тему: «Сучасні конкурентні політики та їх ефективність». У силабусах викладачами щорічно оновлюється список рекомендованої літератури, який включає у т.ч. наукові статті викладачів кафедри менеджменту та маркетингу. Однак, при опрацюванні списку рекомендованої літератури силабусів, ЕГ дійшла висновків що список не включає видатні наукові роботи. Наприклад, з дисципліни «Бренд-менеджмент» рекомендується включити у список літератури таких авторів як Девід Аакер, Ідріс Муті, Байрон Шарп, Деніел Роулз та інші.

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

Стратегія інтернаціоналізації є складовою частиною стратегії розвитку Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника на 2020-2025 рр.: https://bit.ly/3j5JwTt. Інформація про конкурси, гранти, стипендії, стажування оприлюднена на сторінці Відділу міжнародних зв'язків на сайті Університету: https://ic.pnu.edu.ua/. В рамках проекту Erasmus+, за ініціативою кафедри менеджменту та маркетингу підписані угоди про співробітництво з Університетом Валенсії (Іспанія) та Університетом Констанц (Німеччина). За запитом ЕГ через електронну систему Нацагентства про кількісні та якісні показники наукової роботи здобувачів вищої освіти за ОП "Маркетинг" (магістр) за період 2019- вересень 2020 р. (п. 5 Запиту) інформація про участь здобувачів ОП «Маркетинг» ОР магістр в міжнародних проектах та міжнародних обмінах/стажуванні відсутня. Під час онлайн зустрічі з викладачами інформація про участь здобувачів у міжнародних проектах також не надана. У 2016р. викладачі кафедри менеджменту та маркетингу (Ткач О.В., Романюк М.Д., Михайлів Г.В., Мацола С.М.) відвідали Віденський економічномий університет (Австрія) в межах реалізації проекту ЄС Tempus 544202-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPHES (BUSEEG-RU-UA) за напрямом: «Набуття професійних і підприємницьких навичок за допомогою виховання підприємницького духу та консультації підприємців-початківців»: https://bit.ly/31exSja. У 2018р. за участю зав. кафедри менеджменту і маркетингу Ткача О.В. в Університеті відбувся семінар щодо реалізації проекту Erasmus+ «Удосконалення практико-орієнтованої підготовки викладачів професійної освіти і навчання (ITE-VET)» № 574124-EPP-1-2016-1-DE-EPPKA2-CBHE-JP: https://bit.ly/3j2p85H.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

1. Університет використовує студентоцентрований підхід шляхом проведення анкетного опитування здобувачів вищої освіти та врахування пропозиції здобувачів щодо розвитку ОП. 2. В Університеті є вільний та безоплатний доступ всіх учасників освітнього процесу до інформації про цілі, зміст, програмні результати навчання, критерії оцінювання.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 4.

Недоліки: 1. За розподілом аудиторних годин є невідповідність силабусу навчальному плану (дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень», «Бренд-менеджмент»). 2. Такий метод навчання як підготовка студентом доповіді за темами рефератів у форматі семінарського заняття, який є переважним у реалізації ОП Маркетинг, є застарілим і не сприяє у повній мірі досягненню програмних результатів навчання, оскільки не спрямований на аналітичне, критичне і незалежне мислення і має суттєвий вплив на якість реалізації освітньої програми. 3. Рекомендована література, зазначена у силабусах, потребує перегляду і актуалізації, оскільки сучасні видання міжнародного рівня не включено, натомість, включено матеріали конференції тощо. 4. Відсутня активність викладачів кафедри менеджменту та маркетингу, за останні роки, у міжнародних проєктах, міжнародних стажуваннях, публікаціях у фахових виданнях, що включені до міжнародної наукометричної бази Scopus та Web of Science. Відсутні активність здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг магістр у всеукраїнських олімпіадах, всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт. Зазначений недолік має суттєвий вплив на якість реалізації освітньої програми. Рекомендації: 1. Привести у відповідність до навчального плану силабуси у частині розподілу аудиторних годин. Розглянути можливість включення до навчального плану практичних та лабораторних занять шляхом перерозподілу аудиторних годин семінарських занять. 2. Запровадити і відобразити у силабусах переважно сучасні методи навчання, такі як лекції-дискусії; обговорення кейсів, обговорення "живих" кейсів, розв'язування практичних задач, виконання завдань з використанням комп'ютерних технологій (із зазначенням програмних продуктів). Розглянути можливість запровадження технології «перевернутого класу». До співвикладання залучати успішних фахівців-практиків за узгодженою тематикою (план відкритих занять провідними фахівцями-практиками у сфері маркетингу із зазначенням дисципліни та теми) згідно силабусу/робочої програми. У навчальному процесі застосовувати сучасні інформаційні технології. Наприклад, з дисципліни «Маркетинговий аналіз» доцільно використовувати програмні продукти з бізнес аналітики - SPSS, Power BI; CRM - Бітрікс24 тощо. 3. У силабусах оновити список рекомендованої літератури, включити сучасні видання міжнародного рівня. 4. Активізувати участь викладачів кафедри менеджменту та маркетингу у міжнародних проєктах, міжнародних стажуваннях, публікації у фахових виданнях, що включені до міжнародної наукометричної бази Scopus та Web of Science. Активізувати участь здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг магістр у Всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень Е

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

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 силабусу, доступ до якої є вільний через сторінку кафедри на сайті університету), що є позитивною практикою Університету. Форми та методи навчання і викладання у повній мірі не сприяють досягненню заявлених в освітній програмі цілей та програмних результатів навчання через проведення переважно застарілого і нерезультативного методу навчання, таких як написання студентами рефератів, проведення семінарських занять без застосування сучасних інформаційних технологій для вирішення маркетингових задач. Список рекомендованої для здобувачів вищої освіти літератури у силабусах потребує перегляду і оновлення. За останні роки недостатня активність викладачів кафедри менеджменту та маркетингу у міжнародних проєктах, міжнародних стажуваннях, публікації у фахових виданнях, що включені до міжнародної наукометричної бази Scopus та Web of Science. Відсутня активність здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг магістр у всеукраїнських олімпіадах, Всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт. Зазначені недоліки мають суттєвий вплив на якість реалізації програми, які можна усунути в однорічний строк.

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

1. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компоненту та/або освітньої програми в цілому, а також оприлюднюються заздалегідь.

Згідно Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (зі змінами у 2020р.): https://bit.ly/31bUq3T (р.8.3, с.17) видами контрольних заходів визначено вхідний, поточний, підсумковий та відстрочений (щорічний ректорський). Оцінка здійснюється за 100- бальною шкалою ECTS у пропорціях 50/50 (поточна/підсумкова), що зазначається у силабусу. Під час інтерв'ювання здобувачів, ЕГ отримала інформацію про те, що здобувачам зрозумілі критерії оцінювання, з якими вони знайомляться заздалегідь через вільний доступ до силабусів, які оприлюднені на сторінці кафедри: https://bit.ly/2T1vDeB. Здобувачі підтвердили наявність в Університеті накопичувальної бальної системи і розподіл балів між поточним контролем (максимальна кількість балів - 50) і підсумковим (максимальна кількість балів - 50). У силабусах наведено: максимальну кількість балів за види робіт здобувачів, умови допуску до підсумкового контролю. На запит через електронну систему Нацагентства, ЕГ отримано примірники екзаменаційного білету з ОК: 1) "Товарна інноваційна політика", 2) "Маркетинг у публічному управлінні, 3) "Маркетинговий аналіз". В екзаменаційному білеті з ОК 1 передбачено три теоретичних питання та тестові завдання (зміст тестів не вказаний у білеті); шкала оцінки не вказана. В екзаменаційному білеті з ОК 2 є три теоретичних питання і задача (зміст задачі в білеті не вказаний); шкала оцінки вказана до кожного питання. В екзаменаційному білеті з ОК3 – три теоретичних питання та 5-ть тестових завдання; шкала оцінки не вказана. Критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є недостатньо чіткими, однак, дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання. Згідно ОП, навчального плану, Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» атестація здобувачів вищої освіти в Університеті здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає вимогам Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 "Маркетинг" для другого (магістерського) рівня підготовки. Проте, є невідповідність у діючих документах: у Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (2020р.) атестація випускників Університету за освітнім рівнем магістра здійснюється у формі комплексного державного екзамену зі спеціальності та/або захисту випускної кваліфікаційної роботи магістра. (п. 1.8, с. 2). Під час інтерв'ювання здобувачів вищої освіти, ЕГ повідомлено, що на сайті Університету доступна інформація про час і форми проведення контрольних заходів: http://asu.pnu.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi.

2. Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності).

Згідно ОП, навчального плану, Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» атестація здобувачів вищої освіти в Університеті здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає вимогам Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 "Маркетинг" для другого (магістерського) рівня підготовки. Проте, є невідповідність у діючих документах: у Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (2020 р.): https://bit.ly/346I9Qe атестація випускників Університету за освітнім рівнем магістра здійснюється у формі комплексного державного екзамену зі спеціальності та/або захисту випускної кваліфікаційної роботи магістра. (п. 1.8, с. 2). У навчальному плані формою атестації зазначено магістерська робота.

3. Визначено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для усіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, зокрема включають

процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Процедура проведення контрольних заходів затверджена: 1) Положенням про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (зі змінами у 2020р.) https://bit.ly/31bUq3T, 2) Положенням про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS (2016р.): https://bit.ly/3dy96iV, 3) Порядком організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника» (2019р.): https://bit.ly/353jJGJ. Згідно Положення 1) здобувачам вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії не більше 3-х незадовільних оцінок, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість згідно графіку навчального процесу. Повторне складання екзаменів допускається не більше двох разів - один раз викладачеві, другий – комісії, яка створюється завідувачем кафедри і реалізується виключно у тестовій формі з використанням комп'ютерних технологій, що забезпечує об'єктивність, запобігання та врегулювання конфлікту інтересів. Здобувач вищої освіти може оскаржити результати семестрового контролю. Апеляція подається студентом завідувачу кафедри, який розпорядженням створює комісію, розглядає апеляцію і приймає рішення. Під час інтерв'ювання, ЕГ з'ясувала, що не всі студенти ознайомлені з процедурою оскарження результатів контрольних заходів. За результатами проведеного Університетом анкетного опитування студентів (опитування впроваджено і проведено Центром забезпечення якості (структурний підрозділ Університету) у період весняної сесії 2019/2020рр.), більшість студентів вважають, що методи оцінювання та критерії виставлення балів на кафедрі є об'єктивними та справедливими (питання 4.3. анкети) – більше 4-х балів з 5-ти максимальних: https://bit.ly/2H3Z9O1.

4. У закладі вищої освіти визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. Заклад вищої освіти популяризує академічну доброчесність (насамперед через імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності.

Університетом введено в дію Положення про запобігання академічному плагіату: https://bit.ly/3lWOHXY, Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», затверджено склад комісії з питань етики та академічної доброчесності: https://bit.ly/341O3lI. Як інструмент протидії порушенням академічної доброчесності використовуються програми strikeplagiarism.com та Unicheck. За запитом ЕГ через електронну систему Нацагентства, Університетом представлено звіти використання програми на перевірку порушення академічної доброчесності кваліфікаційних робіт. Під час онлайн зустрічі 6 із адміністративним персоналом та персоналом допоміжних структурних підрозділів, ЕГ повідомлено, що за результатами перевірки кваліфікаційної роботи на антиплагіат, у період 2018-2019 рр. в цілому по Університету у 29-ти роботах було перевищено допустиму межу рівня унікальності тексту 75%. Здобувачі, у яких рівень унікальності тексту кваліфікаційної роботи менше 75% було були не допущені до захисту. За результатами проведеного Університетом анкетного опитування студентів (опитування впроваджено і проведено Центром забезпечення якості освіти Університету у період весняної сесії 2019/2020рр.): https://bit.ly/2H3Z9O1, більшість студентів оцінили менше 4-х балів з 5-ти максимальних критерії політики доброчесності (питання 1.7, 1.8). ЕГ опрацьовано Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції» (2019р.): https://bit.ly/3lQaPCY на прикладі наукової публікації здобувача Фуштей С.Р. (с. 257-259). У публікації представлено результати досліджень О. Кендюхова без цитування і посилання на наукову працю автора, а також переписано окремі абзаци з дипломної роботи здобувача вищої освіти Тернопільського національного економічного університету: https://bit.ly/3lQkA4g без цитування і посилання. Стиль окремих наукових праць не є науковим. Наприклад, цитата «SMM часто вважають простою справою, з якою впорається секретарка. І це груба помилка, яка дає перевагу конкурентам» (Ємець О. І., Дроник Т. Я, Менюк Н.І. Роль брендів у маркетингу, с. 184). Університету необхідно приділяти увагу не лише унікальності, а й іншим певним аспектам, зокрема академічної, наукової доброчесності, згідно Глосарію Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, таких як: погані практики цитування, недбайливе цитування, псевдоавторство, сфабриковані посилання, фальсифікація даних, списування, тощо.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

1. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими і доступними для студентів. 2. В екзаменаційних білетах для забезпечення об'єктивності оцінки знань здобувачів вищої освіти включено тестові завдання та у кожному питанні білету є шкала оцінки. 3. Проводяться опитування здобувачів вищої освіти щодо політики доброчесності в Університеті. 4. Як інструмент протидії порушенням академічної доброчесності використовуються програми strikeplagiarism.com та Unicheck.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 5.

Недоліки: 1. Моніторинг та розгляд виявлених випадків академічної доброчесності обмежений лише визначенням рівня унікальності тексту. 2. У Матеріалах ІІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції» (2019р.): https://bit.ly/3lQaPCY (додаток до звіту - Матеріали конференції) у наукової публікації здобувача Фуштей С.Р. (с. 257-259) представлено результати досліджень О. Кендюхова без цитування і посилання на наукову працю автора, а також переписано окремі абзаци з дипломної роботи здобувача вищої освіти Тернопільського національного економічного університету: https://bit.ly/3lQkA4g без цитування і посилання. Рекомендації: 1. Приділяти увагу не лише унікальності тексту, а й іншим певним аспектам академічної, наукової доброчесності, зокрема, таких як: погані практики цитування, недбайливе цитування (sloppy science), псевдоавторство (ghostwriting), сфабриковані посилання (fabricated references), фальсифікація даних, списування та ін. Така увага має заздалегідь не допустити, навіть ймовірності, прояву таких аспектів недоброчесності. У подальшому культивувати відкрите та усвідомлене ставлення усіх учасників освітнього процесу до проблем академічної доброчесності. 2. Розібратися та вивчити ситуацію з можливим порушенням академічної доброчесності здобувачем ОП «Маркетинг» магістерського рівня Фуштей С.Р. у Матеріалах ІІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції» (2019р.).

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Загалом ОП відповідає вимогам Критерію 5. Здобувачі вищої освіти приймають участь в опитуваннях і мають змогу анонімно висловити свої зауваження. Зауваження від здобувачів вищої освіти щодо об'єктивності/необ’єктивності оцінювання при проведенні контрольних заходів не надходили, що підтверджено здобувачами під час їх інтерв’ювання. Повторне проходження контрольних заходів фактично є зрозумілою для здобувачів вищої освіти. Здобувачі, у разі необхідності проходження контрольних заходів, звертаються до завідувача кафедри і згідно графіку мають можливість повторно пройти контрольні заходи. Слабкою стороною ОП є обмеження моніторингу та розгляду виявлених випадків академічної доброчесності лише визначенням рівня унікальності тексту. Однак, в Університеті існує процедура дотримання академічної доброчесності та використовуються відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності, є випадки недопуску кваліфікаційних робіт до публічного захисту через виявлені факти недоброчесності. Представлена у матеріалах конференції, організованої Університетом, є окрема наукова публікації здобувача вищої освіти, в якій використано ідеї інших авторів без цитування і посилання, що є суттєвим недоліком. Однак, з урахуванням того, що описаний випадок є поодиноким, потребує врахування пояснень з боку здобувача і такий прояв недоброчесності не є загальноуніверситетським, ЕГ зазначену слабку сторону визнала як несуттєву і рекомендує розібратися із ситуацію за внутрішньою процедурою Університету.

Критерій 6. Людські ресурси:

1. Академічна та/або професійна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації освітньої програми, забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання.

При ознайомленні з відомостями СО ЕГ встановила, що інформація наведена у таблиці 2 “Зведена інформація про викладачів ОП “Маркетинг” потребує уточнення. ЕГ сформувала запит та отримала від ЗВО уточнений варіант. За результатами аналізу таблиці 2 цих Відомостей ЕГ встановлено рівень академічної та професійної кваліфікації викладачів, задіяних у викладанні окремих її компонентів. За формальними ознаками кваліфікаційних вимог ліцензійних умов, відповідно до п. 30, викладання компонентів ОП в цілому забезпечується НПП, кваліфікація яких переважно підтверджена науковою, науково-педагогічною, чи іншою професійною діяльністю за відповідною спеціальністю, а саме: Ткач О.В., Шурпа С.Я., Копчак Ю.С., Гречаник Н.Ю., Гринів Л.В. Водночас, ЕГ зазначає, що тематика наукових публікацій у фахових наукових виданнях НПП, відповідно до даних таблиці 2 Відомостей СО, свідчить про те, що у більшості викладачів кафедри менеджменту та маркетингу вона не співпадає з предметним полем дисциплін, які вони викладають і які складають обов’язкові та вибіркові компоненти ОП. Слід зазначити, що окремі НПП мають сертифікати про вільне володіння іноземною мовою на рівні не менше В2. Це наступні НПП кафедри менеджменту та маркетингу: Ткач О.В., Шурпа С.Я., Мацола С.М., Благун І.І. Таким чином, академічна та/або професійна кваліфікація НПП, задіяних до реалізації освітньої програми, в цілому забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання.

2. Процедури конкурсного добору викладачів є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми.

Процедури конкурсного добору викладачів у ЗВО здійснюються у відповідності до наступних нормативно-правових документів ЗВО, а саме: Положення про порядок заміщення посад науково-педагогічних працівників; Положення про конкурсну комісію університету щодо заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника"; Положення про рейтингове оцінювання ефективності роботи кафедри ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника", які відображені на сайті ЗВО за посиланням https://cutt.ly/kgdcKru. У відомостях СО зазначено, що за результатами проходження конкурсного добору з НПП укладається трудовий договір. Члени ЕГ на зустрічі 6 уточнили дане твердження у представника відділу кадрів і з'ясували, що трудовий договір укладається з НПП, які працюють за сумісництвом у ЗВО, а з постійними НПП укладається контракт, період дії якого від 1 до 5 років. Загалом, на посади НПП приймаються особи, які відповідають вимогам, встановленим до НПП Законами України "Про освіту", "Про вищу освіту", "Про наукову і науково-технічну діяльність", кваліфікаційним вимогам для претендентів на заміщення посад науково-педагогічних працівників, що зазначені у розділі 5 Положення, Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності за відповідним рівнем підготовки за відповідною спеціальністю та умовам оголошеного конкурсу.

3. Заклад вищої освіти залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу.

На фокус-групі зі стейколдерами (зустріч 5) було встановлено, що вони залучаються до перегляду ОП. Ними було надано рецензії на ОП, вони також готові у подальшому приймати участь у її оцінюванні та удосконаленні. Окремі рекомендації стейкхолдерів вже впровадили в навчальний процес, наприклад, застосування графічних редакторів CorelDraw, Photoshop в рамках вивчення курсу Бренд-менеджмент (пропозиція надійшла від Король Р.О., директор з маркетингу фірми "Надія"). Було підтверджено готовність надати можливість здобувачам вищої освіти даної ОП проходження переддипломної практики на своїх підприємствах (за словами Короля Р.О., Кубарича Т.В., Харука Р.Р.) та, навіть, працевлаштування випускників зазначеної ОП. ЕГ зазначає, що здобувач магістерського рівня Гулей М. працює маркетологом в ГО "Науково-аналітичний центр Івано-Франківської ОТГ", про це свідчить інформація, отримана на зустрічі 6 від Р.Р. Харука та наявна на сайті закладу вищої освіти інформація: https://kmim.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/67/2020/09/%D0%A0%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B7%D1%96%D1%8F-6.pdf

4. Заклад вищої освіти залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців.

ЗВО не залучає на регулярній основі до аудиторних занять за даною ОП професіоналів-практиків та представників підприємств-роботодавців. Під час фокус-групи 5 зі стейкхолдерами ЕГ було отримано інформацію, що комунікація з закладом вищої освіти має епізодичний характер. При цьому позитивним є той факт, викладачі, що забезпечують викладання освітніх компонент освітньої програми "Маркетинг" мають досвід участі у різноманітних проєктах за дисциплінами, які викладають на ОП. ЕГ зазначає, що у проекті Європейського Союзу Tempus BUSEEG-UA-RU взяли участь завідувач кафедри менеджменту і маркетингу д.е.н., проф. Ткач О.В. і к.е.н., доцент Михайлів Г.В. Іншим проектом є проект Erasmus+ «Удосконалення практико-орієнтованої підготовки викладачів професійної освіти і навчання (ITE-VET)» № 574124-EPP-1-2016-1-DE-EPPKA2-CBHE-JP проф. Ткач О.В., проф. Стражнікова І.В., доцент кафедри менеджменту і маркетингу Мацола С.М.

5. Заклад вищої освіти сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями.

За результатами проведених співбесід з керівником та менеджментом ЗВО (зустріч 1) та ознайомлення з наданою ЕГ за запитом документацією встановлено, що ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника" сприяє професійному розвитку викладачів в основному через співпрацю з іншими організаціями в Україні та закордоном, міжнародними організаціями та фондами. Водночас, предоставлені ЕГ результати анкетування свідчать про те, що більшість викладачів хотіла б отримувати допомогу від університету у розвитку своїх професійних навичок (питання 5.9 анкети). У ЗВО діючими є наступні нормативно-правові документи, а саме: Положення про стажування та підвищення кваліфікації наукових, педагогічних і науково-педагогічних працівників; Перелік пріоритетних тематичних напрямів наукових досліджень і розробок ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника" на 2016-2020 роки. Усі викладачі програми мають свідоцтва про підвищення кваліфікації протягом останніх п'яти років. Серед видів підвищення кваліфікації, які пройшли НПП кафедри менеджменту та маркетингу можна виділити: довгострокове підвищення кваліфікації та стажування; короткострокове підвищення кваліфікації та стажування (семінари, семінари-тренінги, семінари-практикуми, вебінари, онлайн курси, тощо). Більшість НПП пройшли довгострокове підвищення кваліфікації у інших

вітчизняних та зарубіжних закладах вищої освіти: Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Тернопільський національний економічний університет, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Університет Констанц (Німеччина). Викладачі публікують результати наукових досліджень та приймають участь у наукових конференціях різного рівня. Короткострокові підвищення кваліфікації НПП кафедри менеджменту та маркетингу проходять згідно з представленими сертифікатами (інформація представлена в кабінеті Національного агентства, інформація за запитом, пункт 6.2).

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

У ЗВО наявна ефективна система заходів, які використовуються в ЗВО з метою стимулювання публікаційної активності, в наукових журналах, що належать до наукометричних баз WoS та Scopus а саме: Положення про заохочувальні відзнаки ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника"; Положення про підтримку наукових і науково- працівників університету, які публікують праці, що входять до наукометричних баз Scopus та WoS: https://cutt.ly/kgdcKru . Інформація, отримана ЕГ в ході спілкування з фокус-групами (зустріч 1, 2, 6) свідчить, що в ЗВО функціонує система фінансової та нефінансової мотивації. До фінансової мотивації ЗВО належить преміювання НПП за особливі досягнення (наприклад, публікації в наукових журналах, що належать до наукометричних баз WoS та Scopus). До прикладів нефінансової мотивації належить зменшення годин навчального навантаження НПП на 35-40 годин на рік за особливі досягнення (в тому числі за індексування статей WoS та Scopus, опублікованих у попередньому навчальному році). З цією метою готується Наказ, яким встановлюється обсяг навчального навантаження працівника, з урахуванням особливих досягнень попереднього навчального року. Крім того у ЗВО здійснюється рейтингове оцінювання ефективності роботи НПП та кафедри, алгоритм проведення яких відображається у Положенні про рейтингове оцінювання ефективності роботи науково-педагогічних працівників ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника" та Положення про рейтингове оцінювання ефективності роботи кафедри ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника" (https://cutt.ly/kgdcKru).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

1. Наявність у ЗВО системи ефективної мотивації публікаційної активності в міжнародних виданнях, що регулюється Положенням про підтримку наукових і науково-педагогічних працівників університету, які публікують праці, що входять до наукометричних баз Scopus та WoS. 2. Існує практика прийняття на роботу власних випускників.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 6.

1. Тематика наукових публікацій окремих НПП не співпадає з предметним полем навчальних дисциплін. 2. Відсутність факту залучення до аудиторних занять за відповідною ОП професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців. Рекомендовано: 1. Посилити публікаційну активність НПП кафедри менеджменту та маркетингу у напрямках дисциплін, викладання яких ними забезпечується у межах ОП. 2. Розробити механізм залучення професіоналів-практиків до проведення аудиторних занять.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 6 з недоліками, що не є суттєвими. ОП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 6.2, 6.3, 6.5 та 6.6. Існує певна узгодженість за підкритеріями 6.1 та 6.4, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

1. Фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення освітньої програми забезпечують досягнення визначених освітньою програмою цілей та програмних результатів навчання.

Оцінювання достатності ресурсного забезпечення ОП «Маркетинг» ОР магістр, експертною групою здійснювалося шляхом використання відеозв'язку для ознайомлення з матеріально-технічними ресурсами університету в режимі онлайн огляду. На запит експертної групи представники ЗВО надіслали презентацію матеріально-технічного забезпечення ОП в контексті цілей та програмних РН. Крім того, у Студентському путівнику є віртуальний тур ознайомлення з університетом через сканувати QR-коду (https://cutt.ly/4gf6aqE). На сайті університету розміщено інформацію про господарську діяльність, експлуатацію споруд та інфраструктури університету за 2017-2019 рр., а також оприлюднено видатки на забезпечення навчально-виховного процесу, дотримання вимог санітарних норм та норм пожежної безпеки, проживання і оздоровлення студентів, а також усунення аварійних ситуації в приміщеннях університету (https://cutt.ly/8gf54xK). На основі представленої інформації експертній групі вдалось пересвідчитись, що забезпечення ОП здійснюється у гуманітарному корпусі, який є найбільшим інфраструктурним об'єктом університету. В корпусі розміщені навчальні аудиторії, з яких лекційні обладнаних мультимедійною технікою, спортивний зал, актовий зал, бібліотека, їдальня і кафе. У постійному доступі діє бібліотека з читальними залами та електронна бібліотека університету (http://lib.pnu.edu.ua). Потреба студентів у гуртожитках забезпечує усіх бажаючих. Протягом робочого дня студенти мають можливість звертатися до медичного пункту. В даний момент навчання проводиться за гібридною формою – лекції онлайн, практичні офлайн, з використанням дистанційної платформи (http://www.d-learn.pnu.edu.ua), електронної пошти та Zoom-середовища, що було підтверджено на зустрічах 2, 3 і 4 (день 1) з академічним персоналом, здобувачами вищої освіти та студентським самоврядуванням. Однак, експертною групою зазначено поверхневу обізнаність студентів щодо формування індивідуальної траєкторії навчального процесу та можливостей академічної мобільності.

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

Користування здобувачами ВО інфраструктурою закладу вищої освіти здійснюється на безоплатній основі. За результатами інтерв'ювання було встановлено, що доступ здобувачів вищої освіти до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОП, є безкоштовним, а в навчальних корпусах, бібліотеці та гуртожитку забезпечено вільний доступ до мережі Інтернет, що підтверджено на зустрічі 3 із здобувачами ВО та зустрічі 4 із представниками студентського самоврядування (день 1).

3. Освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою, та дозволяє задовольнити їхні потреби та інтереси.

ЗВО є сучасною платформою навчальної та наукової діяльності, в процесі організації якої реалізується студентоцентрований підхід. В університеті функціонують: центр інноваційних освітніх технологій "PNU-Eco-System", мета якого – модернізувати освітні технології (https://ciot.pnu.edu.ua/), проектно-освітній центр "Агенти змін", мета якого – надавати знання, що відкривають нові можливості (http://agentyzmin.pnu.edu.ua/), відкритий студентський коворкінг-простір "Paragraph", стратегічними напрямками якого є створення неформальної та громадянської освіти студентської молоді, її змістовне дозвілля та підтримка молодіжних соціальних активностей. Експертна група вважає освітнє середовище ЗВО безпечним для життя та здоров'я і таким, що дозволяє здобувачам ВО за даною ОП задовольнити їхні потреби та інтереси. Зустрічі зі здобувачами ВО (зустріч 3, день 1) та представниками студентського самоврядування (зустріч 4, день 1) засвідчили достатній рівень задоволеності студентів освітнім середовищем ЗВО. Вони підтвердили те, що в університеті сформувався сприятливий морально-психологічний клімат. Було відзначено, що матеріально-технічна база університету є компактною і зручною, гуртожитки розташовані – один на території ЗВО, другий на відстані 20 хвилин пішохідної доступності. Умови проживання в гуртожитку представлені на презентації (додаток до звіту ЕГ).

4. Заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою.

Освітня підтримка здобувачів ВО в контексті питань, що стосуються організації навчання, викладання і соціальної підтримки, реалізується через викладачів кафедри менеджменту і маркетингу, співробітників деканату економічного факультету та сервісних структурних підрозділів. На зустрічах 1-2, день 1 та зустрічі 6, день 2 було уточнено наявні інструменти та механізми організаційної та соціальної підтримки здобувачів ВО за даною ОП. Експертною групою з'ясовано, що консультування студентів проводиться на постійній основі відповідно графіку консультацій, в умовах карантину здійснюється індивідуальна взаємодія викладачів із студентами через платформи дистанційного навчання та Zoom. За свідченнями фокус-груп (зустрічі 3,4, день 1) на регулярній основі здійснюється соціологічний моніторинг "Викладач очима студента". В цілому заклад вищої освіти забезпечує належну освітню, організаційну, інформаційну, психологічну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти за ОП "Маркетинг".

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

В ЗВО створені належні умови для реалізації права на освіту осіб з особливими потребами, діє План-графік пристосування приміщень для задоволення потреб осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп (https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/04/dostupnist_dlya_malomobilnych_group_2018-1.pdf). Під час онлайн огляду матеріально-технічної бази, що використовується для реалізації ОП, експертною групою встановлено наявність спеціального обладнання (широкі двері, пандуси, поручні в приміщеннях, спеціальні туалетні кімнати) для осіб з особливими освітніми потребами. Є чергові, яким надано інструктаж щодо допомоги та супроводження здобувачів ВО з особливими освітніми потребами. Для зручності пересування працює 3 ліфти (1 залишається резервним) з широкою площею приліфтової зони.

6. Існує чітка і зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), яка є доступною для усіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації освітньої програми.

Під час зустрічі з експертною групою здобувачі ВО (зустріч 3, день 1) та представники студентського самоврядування (зустріч 4, день 1) стверджували, що випадків, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією чи корупцією у них не було. Профілактичні зустрічі на зазначені теми проводяться в межах виховних годин зі студентами та в контексті індивідуальної роботи з викладачами, створено пам'ятку для кураторів «Університет – територія без насильства». Експертна група відмічає наявність у відкритому доступі Наказа ректора №155 від 07 березня 2019 р. «Про заходи з метою попередження булінгу та насильства в освітньому просторі» (https://cutt.ly/9ghpzdj), проте здобувачі ВО за даною ОП недостатньо поінформовані і не можуть посилатися на конкретні нормативні документи, що регламентують процедуру вирішення конфліктних ситуацій щодо розгляду повідомлень про сексуальні домагання, дискримінацію та корупцію в ЗВО, а лише констатували, що на сайті університету є телефон довіри.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

1. Наявних матеріально-технічних ресурсів та навчально-методичного забезпечення є достатньо для професійного, фізичного та духовного розвитку здобувачів ВО за даною ОП. 2. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів закладу вищої освіти для учасників навчального процесу є вільним та безкоштовним. 3. Освітнє середовище в закладі вищої освіти є комфортним і безпечним для життя. 4. Сформовано сприятливий морально-психологічний клімат та умови для навчання за ОП. 5. Освітнє середовище в закладі вищої освіти дозволяє враховувати інтереси здобувачів ВО із особливими потребами.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 7.

1. Недостатня поінформованість здобувачів ВО про нормативні документи закладу вищої освіти, що регламентують політику та процедури вирішення конфліктних ситуацій. У відомостях про самооцінювання відсутні посилання на нормативні документи, що регламентують процедуру вирішення конфліктних ситуацій щодо розгляду повідомлень про сексуальні домагання та дискримінацію в ЗВО. Рекомендовано: 1. Розробити і довести до відома здобувачів конкретні нормативні документи, що регламентують процедуру вирішення конфліктних ситуацій щодо розгляду повідомлень про сексуальні домагання та дискримінацію в ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Створене ЗВО освітнє середовище та матеріальні ресурси в цілому забезпечують досягнення визначених цілей ОП та ПРН і, загалом, відповідають визначеному критерію. ЕГ рекомендує розробити і довести до відома здобувачів конкретні нормативні документи, що регламентують процедуру вирішення конфліктних ситуацій щодо розгляду повідомлень про сексуальні домагання та дискримінацію в ЗВО.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

1. Заклад вищої освіти послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми.

В Університеті з 2020р. функціонує структурний підрозділ Центр забезпечення якості, який здійснює моніторинг освітньої діяльності, академічної доброчесності та формує аналітичні дані академічної діяльності для ефективного управління якістю освіти в Університеті: https://bit.ly/3dyhzCA та Рада з якості. Процедура розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОНП здійснюється згідно Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (2017р.): https://bit.ly/359vRpw, Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (зі змінами 2020 р.): https://bit.ly/31bUq3T; Положення про освітні програми у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (2020р.): https://bit.ly/3nUvxDP. Системи управління якістю спрямовано на лідерство Університету, що оцінюється на основі рейтингу Університету та рівня знань студентів: https://bit.ly/354PD5y. Згідно Положення про освітні програми, затвердження ОП здійснюється за розпорядженням декана факультету про склад робочої групи з розробки ОП. Випускова кафедра оприлюднює на сайті Університету Проєкт ОП та здійснює відкрите громадське обговорення. За результатами обговорення випускова кафедра на засіданні приймає рішення про внесення пропозицій від усіх стейкхолдерів. Далі Проєкт ОП розглядається вченою радою факультету, навчально-методичним відділом, Науково-методичною радою Університету та затверджується вченою радою Університету. Перегляд ОП здійснюється за ініціативи гаранта ОП; прийняття стандарту вищої освіти; за результатами оцінювання якості освітньої програми; зміни інфраструктурного, кадрового характеру і/або інших ресурсних умов реалізації освітньої програми.

2. Здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Позиція здобувачів вищої освіти береться до уваги під час перегляду освітньої програми.

Відділом «Центр забезпечення якості» у 2019 р. запроваджено організацію щорічного опитування та під час весняної сесії та проведено опитування безпосередньо здобувачів вищої освіти: https://bit.ly/2H3Z9O1, результати яких вплинули на зміст ОП при її перегляді 2020 р. (раніше діяла ОП 2016р.). Під час інтерв'ювання (Зустріч 3), здобувачі ВО підтвердили участь в анкетному опитуванні та повідомили ЕГ, що додатково вносили пропозиції завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу щодо включення до ОП таких дисциплін як «Логістичний менеджмент», «Медіапланування». ЕГ не зрозумілою є така пропозиція здобувачів ВО, оскільки обидві дисципліни наявні в ОП та НП 2016р. Під час інтерв'ювання, представники студентського самоврядування (Зустріч 4) повідомили, що представник органу студентського самоврядування є членом вченої ради факультету та університету і таким чином залучені до обговорення ОП. Однак, представників студентського самоврядування не долучають до погодження ОП перед її розглядом на вченій раді Університету.

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

Університет запрошує роботодавців до участі їх у Ярмарку вакансії, що було підтверджено під час онлайн зустрічі ЕГ з роботодавцями (Зустріч 5). Під час онлайн зустрічі з роботодавцями, ЕГ отримала інформацію щодо їх зацікавленості у співпраці з Університетом для подальшого їх працевлаштування і навели прізвища випускників, які успішно працюють на підприємствах та організаціях – партнерах Університету. Запрошені роботодавці надали інформацію, що викладачі, у разі необхідності, долучають їх до рецензування робочих програм та активно організовують виїзні заняття на підприємства для ознайомлення з його діяльністю. Пропозиціями роботодавців під час перегляду ОП були введення дисциплін "Маркетинг некомерційних організацій", "Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону" (Зустріч 5). Кафедрою менеджменту та маркетингу враховано пропозицію роботодавців щодо включення до ОП 2020 дисципліни "Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону". Також роботодавцями відзначено, що найбільш важливими професійними компетентностями для роботи сучасного маркетолога є вміння застосовувати сучасні цифрові технології, креативність, аналітичні здібності при вирішенні маркетингових завдань.

4. Існує практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми.

На сайті Університету відсутня інформація про випускників економічного факультету, зокрема, випускників ОП Маркетинг ОР магістр. Однак, викладачі кафедри менеджменту та маркетингу підтримують зв'язок з випускниками ОП, запрошують їх до участі у Ярмарку вакансій, організовують зустрічі зі здобувачами вищої освіти. Наприклад, одним із запрошених до зустрічі зі здобувачами ОП Маркетинг ОР магістр є Роман Король – випускник магістерської ОП Маркетинг, нині директор з маркетингу підприємства «Надія». Університетом періодично проводиться захід «Зустріч випускників економічного факультету»: https://bit.ly/2T5layS. Під час спілкування з викладачами та випускниками отримано інформацію, що випускники працюють за спеціальністю – спеціалістом з маркетингу, начальником відділу маркетингу/директором з маркетингу, підприємцем. Випускники зазначили, що задоволені рівнем знань, який отримали під час навчання в Університеті та постійно підтримують зв'язок з викладачами кафедри. Як рекомендацію, випускники запропонували Університету щорічно запрошувати їх до Дня відкритих дверей. Під час фінальної зустрічі, представниками Університету було повідомлено, що такий захід проводиться.

5. Система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі та/або освітній діяльності з реалізації освітньої програми.

Згідно Відомостей про самооцінювання освітньої програми (с. 20), за результатами щорічного проведення внутрішнього аудиту, на ОП Маркетинг виявлено такі проблеми: відсутність достатньої кількості навчальної літератури за деякими дисциплінами; необхідність перегляду співвідношення лекційних та практичних годин для дисциплін професійного циклу. Наразі, за результатами опитування здобувачів щодо оцінки методів навчання на ОП, викладачами кафедри менеджменту та маркетингу здійснюється перегляд методів навчання та включення сучасних технологій, про що свідчить протокол засідання кафедри, розміщений в електронній системі Нацагентства у розділі «Запити та відповіді», п. 4. За результатами опитування Центром якості, більшість викладачів хотіли би отримувати допомогу від Університету у розвитку своїх професійних навичок (питання 5.9 Анкети): https://bit.ly/2H3Z9O1. Під час запровадження дистанційного навчання через карантинні заходи, в Університеті були створені умови для організації безперебійного навчального процесу. Лекційні заняття проводилися у Zoom, семінарські заняття у форматі написання рефератів збиралися і розміщувалися старостою групи на платформі дистанційного навчання Університету (інформація надана здобувачами вищої освіти під час онлайн зустрічі 3).

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

Акредитація ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня є первинною. За результатами зовнішнього забезпечення якості вищої освіти за іншими ОП, запроваджено рекомендованими експертами Нацагентства форму анкетного опитування здобувачів, викладачів та роботодавців.

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

В Університеті сформована культура якості, яка сприяє розвитку освітньої програми Маркетинг магістерського рівня та освітньої діяльності. Університетом проводяться опитування здобувачів вищої освіти, викладачів, випускників, роботодавців. Функціонує Центр якості, щорічно здійснюється внутрішній аудит. Однак, слабкою стороною є низька активність викладачів кафедри менеджменту та маркетингу у міжнародних наукових проектах протягом останніх років; не всі аспекти політики доброчесності імплементовані у внутрішню культуру якості; у внутрішніх документах Університету є певні невідповідності.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

Здобувачі та роботодавці є партнерами у процесах забезпечення якості ОП. Гарною практикою є опитування здобувачів вищої освіти і викладачів та врахування результатів опитування у контексті забезпечення якості вищої освіти.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 8.

Недоліки: 1. Під час перегляду ОП, не представлено результати електронного обговорення ОП. Представники студентського самоврядування фактично не долучені до процесу обговорення ОП до її розгляду на вченій раді. 2. На сторінці факультету/кафедри відсутня інформація (або посилання на сторінку Випускників економічного факультету/ОП) щодо кар'єрного шляху випускників економічного факультету, у т.ч. ОП Маркетинг. Рекомендації: 1. Прийняти до уваги пропозиції випускників та роботодавців, надані під час спілкування з ЕГ, щодо компетентностей сучасного маркетолога, такі як - вміння застосовувати сучасні цифрові технології, креативність, аналітичні здібності при вирішенні конкретних маркетингових завдань. Рекомендується запрошувати здобувачів вищої освіти, роботодавців на засідання кафедри, конференцію (у т.ч. в онлайн режимі) - для обговорення актуальних компетенцій сучасного маркетолога. Розглянути можливість долучити представників студентського самоврядування до погодження ОП. 2. Практика аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП Маркетинг потребує активізації з боку деканату та кафедри. Розглянути можливість створення електронної бази випускників та відобразити її на web-сторінці факультету/кафедри.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Загалом ОП відповідає вимогам Критерію 8, зазначені слабкі сторони не є суттєвими. Університет послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми. До перегляду ОП долучаються здобувачі вищої освіти та роботодавці. Під час перегляду ОП враховуються результати опитування та надані від роботодавців рецензії. Однак, не представлено результати обговорення професійних компетентностей сучасного маркетолога зі стейкхолдерами. Інформація про працевлаштування випускників ОП збирається, але не узагальнюється, що є недоліком. Активна співпраця кафедри з випускниками, серед яких є роботодавці та невелика кількість випускників ОП Маркетинг магістр, дозволяє оперативно узагальнити інформацію щодо кар'єрного росту випускників.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Згідно ВС, права та обов'язки учасників освітнього процесу регулюються Статутом ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника", який як і усі внутрішні нормативно-правові акти ЗВО розміщені у вільному доступі на сайті університету у вкладці Публічна інформація/Документи (https://pnu.edu.ua/документи). Правила є чіткими та доступними, зрозуміла процедура їх застосування у межах ОП. Робота з фокус-групами під час проведення акредитаційної комісії (зустрічі 2, 3, 4, день 1) підтвердила, що усім учасникам освітнього процесу зрозумілі правила і процедури, якими регулюються їх права та обов'язки. Здобувачі ВО та НПП послідовно дотримуються означених правил під час реалізації ОП.

2. Заклад вищої освіти не пізніше ніж за місяць до затвердження освітньої програми або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті відповідний проект з метою отримання зауважень та пропозиції заінтересованих сторін.

Посилання, наведені у ВС https://nmv.pnu.edu.ua/proiekty-op/mahistr/075-маркетинг/ та https://kmim.pnu.edu.ua/%d0%bc%d0%b0%d0%b3%d1%96%d1%81%d1%82%d1%80-2/, є коректними та спрямовують на вкладення, де анонсовано можливість долучитися до обговорення. Вказано, що пропозиції та зауваження за освітньою програмою надсилалися за електронною адресою kmim@pnu.edu.ua. В той же час, не є зрозумілою дата оприлюднення ОП та відсутня таблиця пропозицій. Хоча на зустрічі 5, день 1, роботодавці, що були залучені до обговорення, зокрема, стейкголдер Харук Р.Р. відзначив, що він запропонував внести до вибіркової компоненти ОП дисципліну "Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону" і пропозиція була врахована. Також на зустрічі 3, день 1, здобувачі ВО стверджували, що ними було запропоновано включити до вибіркової компоненти ОП дисципліни "Логістичний менеджмент" та "Медіапланування", що підтверджує розміщений на сайті кафедри витяг з протоколу засідання кафедри з пропозиціями студенток Гулей Мар'яни, МКм-1 та Воробчак Ірина, МКм-1 (https://cutt.ly/JghOGF1). Однак, не зрозуміло доцільність цієї пропозиції, так як означені дисципліни вже були у переліку дисциплін ОП 2016 року.

3. Заклад вищої освіти своєчасно оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті точну та достовірну інформацію про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

Інформація щодо організації освітнього процесу є прозорою і оприлюднена на сайті ЗВО: освітня програма (https://cutt.ly/ggjdUVK), навчальний план (https://cutt.ly/ggjdCpL), силабуси навчальних дисциплін викладені у pdf-форматі (https://cutt.ly/PgjfePQ). Інформація є зрозумілою і доступною для інформування абітурієнтів, здобувачів ВО, роботодавців та стейкголдерів про різні аспекти освітнього процесу.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

1. Надана інформація є прозорою і відкритою, знаходиться у вільному доступі на офіційному сайті ЗВО та дозволяє пересвідчитися, що університет дійсно виконує свою суспільну місію. 2. Під час формування ОП, враховано рекомендації стейкхолдерів щодо наповнення навчальними дисциплінами з урахуванням регіональних потреб.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 9.

До недоліків слід віднести відсутність дати оприлюднення на сайті ОП та відсутність таблиці пропозицій до перегляду ОП. Рекомендації: Рекомендується створити окреме вкладення для громадського обговорення з відкритою таблицею з узагальнюючими даними пропозицій від здобувачів ВО та стейкхолдерів.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень B

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Рівень публічності і прозорості ОП знаходиться на належному рівні, є узгодженим із якісними характеристиками за підкритеріями 9.1-9.3. Однак, ЕГ рекомендує оприлюднювати проєкти освітніх програм для обговорення із зовнішніми стейкхолдерами та здобувачами ВО у строки, достатні для врахування їх пропозицій у процесі перегляду ОП. Також доцільно розглянути можливість публікації порівняльних таблиць які відображають пропозиції стейкхолдерів та здобувачів ВО та результати їх розгляду.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

1. Зміст освітньо-наукової програми відповідає науковим інтересам аспірантів (ад'юнктів) і забезпечує їх повноцінну підготовку до дослідницької та викладацької діяльності у закладах вищої освіти за спеціальністю та/або галуззю.

не застосовується

2. Наукова діяльність аспірантів (ад'юнктів) відповідає напрямові досліджень наукових керівників.

не застосовується

3. Заклад вищої освіти організаційно та матеріально забезпечує в межах освітньо-наукової програми можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень відповідно до тематики аспірантів (ад'юнктів) (проведення регулярних конференцій, семінарів, колоквіумів, доступ до використання лабораторій, обладнання тощо).

не застосовується

4. Заклад вищої освіти забезпечує можливості для долучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, зокрема через виступи на конференціях, публікації, участь у спільних дослідницьких проектах тощо.

не застосовується

5. Існує практика участі наукових керівників аспірантів у дослідницьких проектах, результати яких регулярно публікуються та/або практично впроваджуються.

не застосовується

6. Заклад вищої освіти забезпечує дотримання академічної доброчесності у науковій діяльності наукових керівників та аспірантів (ад'юнктів), зокрема вживає заходів для виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності.

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 10.

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

За результатами акредитаційної експертизи рішенням експертної групи є **умовна (відкладена) акредитація.**

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	*Додаток. Матеріали конференції.pdf*	xk1veHUC9W3xaaf8eohzs8h1BGv9S1fjXn0Qf57UR34=
Додаток	*Додаток до звіту ЕГ_12005.pdf*	Lp/P3qbqbivltvxdMwiEYsbkCNxpCiN8gOgGt7Qof4U=

***

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

Слюсарева Людмила Валеріївна

Члени експертної групи

Зайцева Олена Іванівна

Ткаченко Наталія Борисівна