

## ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника</b>
Освітня програма	<b>12005 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Магістр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

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

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

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

*Використані скорочення:*

**ID** - ідентифікатор

**ВСП** - відокремлений структурний підрозділ

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

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

**ЗВО** - заклад вищої освіти

**ОП** - освітня програма

## Загальні відомості

### 1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	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	Чаплінський Юрій Богданович, Ніколаєв Дмитро Петрович, Нянько Віталій Миколайович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	26.09.2022 р. – 28.09.2022 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://cutt.ly/TVWAWq5>

Програма візиту експертної групи <https://cutt.ly/xVWP6E6>

### 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**

Освітня програма «Маркетинг» другого (магістерського) РВО є актуальною та збалансованою в контексті задоволення потреб регіону та національної економіки загалом, відповідає вимогам ринку праці, корелюється з місією та стратегією розвитку ЗВО. Обсяг ОП, обов'язкових та вибіркових ОК відповідає вимогам ЗУ «Про вищу освіту», СВО. Процедура конкурсного відбору НПП відповідає чинному законодавству. ЕГ отримала достатню кількість переконливих доказів і фактів сильних сторін ОП і освітньої діяльності для висловлення позитивної думки за результатами акредитаційної експертизи. Результати акредитаційної експертизи засвідчили, що в цілому існує достатня відповідність якісному рівню організації таких процесів: проектування та цілі ОП; структура та зміст ОП; доступ до ОП та визнання результатів навчання; навчання і викладання за ОП; контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна добросовісність; людські ресурси; освітнє середовище та матеріальні ресурси; внутрішнє забезпечення якості ОП; прозорість та публічність для якісного функціонування ОП. Таким чином, ОП та освітня діяльність за цією ОП відповідають усім критеріям акредитації освітніх програм, з невеликими, що є несуттєвими.

## **Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик**

ОП «Маркетинг» є затребуваною, є в тренді, постійно вдосконалюється, відповідає суспільній місії ЗВО. ЗВО сприяє розвитку ОП, використовує напрацювання ОП. Цілі ОП та ПРН носять справжній практичний характер, а не формальний. Потужно враховані тенденції розвитку ринку праці та регіонального контексту. Викладання окремих ОК може здійснюватись англійською мовою. Високий рівень практичної підготовки та її організації за ОП. У ЗВО створені широкі можливості для розвитку soft skills. Обсяг ОП та окремих ОК у повній мірі й реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та ПРН. Правила прийому враховують особливості самої ОП. Наявні чіткі та зрозумілі правила визнання РН, отриманих у неформальній освіті. Використовуються сучасні форми і методи навчання. Силабуси розміщені у вільному доступі на сайті. Здобувачі долучаються до функціонування трьох наукових гуртків. НПП активно займаються неформальною освітою. Контрольні заходи є чіткими, зрозумілими. Процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження є чітко регламентованими і відомими здобувачам. ЗВО використовує дві системи перевірки текстів наукових робіт на унікальність. Залучення до проведення контрольних заходів за ОК ОП ресурсних можливостей сервера; відсутність випадків академічної недобросовісності на ОП. НПП мають високу педагогічну активність, відповідають ліцумовам та мають не менше 5 досягнень за останні 5 років, що відповідають предметній області. Відповідність сертифікатів підвищення кваліфікації НПП предметній області ОК. Структурованість та достатня прозорість конкурсу на заміщення посад НПП. Роботодавці запрошуються до обговорення ОП. Регулярно та систематично організуються зустрічі з професіоналами, експертами. ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів. Потужна і сучасна МТБ. Наповнення фондів бібліотеки, навчально-методичне забезпечення, сучасне обладнання та програмне забезпечення є достатніми для реалізації ОП та досягненню визначених ОП цілей та ПРН. ЗВО надає безоплатний доступ до інформаційних ресурсів та відповідної інфраструктури. Освітнє середовище є безпечним. ЗВО створює умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами та забезпечує необхідні види підтримки для здобувачів. Здобувачі мають можливість активно впливати на процеси забезпечення якості. Існує практика зворотного зв'язку зі здобувачами, випускниками, роботодавцями. Працівниками ЗВО періодично здійснюються внутрішні аудити. Офіційний веб-сайт ЗВО потужно інформативний. Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу є чіткими та зрозумілими. Своєчасне оприлюднення на офіційному веб-сайті точної та достовірної інформації про ОП.

## **Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення**

Необхідно удосконалити механізм збору рекомендацій та їх опрацювання і представити обґрунтування факту їх прийняття або відхилення. Змістовне наповнення окремих ОК ОП враховує досвід аналогічних ОП окремих вітчизняних і іноземних ЗВО, але необхідно деталізувати конкретні напрацювання, які використано в ОП і акцентувати увагу на використаному досвіді. ПРН ОП «Маркетинг» вичерпуються результатами навчання, пропонованими Стандартом ВО, рекомендовано доповнити їх із врахуванням регіонального контексту чим виокремити особливість (унікальність) ОП. Рекомендовано чітко зазначити кількість каталогів вибіркових дисциплін і деталізувати їх сутність. При наявності регламентованих документів в ЗВО щодо академічної мобільності здобувачів, на ОП «Маркетинг» така практика не використовується. Рекомендовано визначити можливості для її започаткування, враховуючи наявні можливості від ЗВО, особливо під час дії воєнного стану. Здобувачі ОП не беруть участь у міжнародних грантових проєктах та не є учасниками міжнародної академічної мобільності. Рекомендовано активізувати участь здобувачів; продовжувати формувати міжнародні зв'язки з метою реалізації спільних проєктів. Застосування різних форм семестрового контролю в межах одного циклу обов'язкових дисциплін; непропорційність розподілу балів за тижнями у силабусах окремих ОК ОП. Рекомендовано застосовувати для всіх обов'язкових ОК екзамен; забезпечити пропорційний розподіл балів в силабусах усіх ОК. Посилити публікаційну активність щодо фахових публікацій за тематикою ОК, які вони викладають. Доречним було б створення Асоціації роботодавців, діяльність якої на постійній основі передбачатиме отримання від потужних роботодавців напрацювань і активне залучення їх на всі науково-практичні конференції, до роботи у конкурсах. Необхідно і далі готувати наукові розробки та подавати їх на різні конкурси, у т.ч. і Національного фонду досліджень України, а тому необхідно завершити процедуру затвердження профільної держбюджетної теми кафедри для проведення наукових досліджень. У ЗВО не регламентовано порядок надання різних видів підтримки

здобувачам ВО, у т.ч. підтримки осіб з особливими потребами, під час дистанційного навчання. Рекомендовано налагодити механізми надання усіх видів підтримки. Здобувачі ОП активно долучаються до обговорення ОП, однак відсутні серед розробників. Рекомендовано зазначити найбільш активних здобувачів серед розробників ОП. Відсутність дати оприлюднення відповідного проєкту та загальної таблиці пропозицій та зауважень від здобувачів, роботодавців та ін. Рекомендовано сформулювати узагальнюючий документ, де буде прописана загальна інформація про стейкхолдерів, рекомендації чи зауваження, дата отримання повідомлення та дата прийняття рішення про відхилення або врахування.

### III. Аналіз

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

#### Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

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

Освітня програма «Маркетинг» має чітко сформульовані цілі, які відповідають місії, що включає три спрямування: 1. освіта – надання якісних освітніх послуг, спрямованих на підготовку високопрофесійних фахівців; 2. наука – формування сучасного дослідницького університету – центру генерування інноваційних ідей та їх реалізації; 3. регіон – спрямування освітнього та наукового потенціалу на розвиток і зміцнення регіону, які деталізовано у стратегії розвитку Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника на 2020-2027 рр. <https://cutt.ly/SV8Tohw>. Мета та особливості ОП «Маркетинг» 2022 року ПНУ ім. Стефаника корелюються зі стратегічними цілями та напрямками розвитку університету, які також наведено у стратегії розвитку. ОП «Маркетинг» 2022 року суттєво доопрацьована порівняно із ОП «Маркетинг» 2020 року, внесено зміни та розроблена вона відповідно до стратегії та місії університету і не обмежується відносинами між студентом та закладом, а має суспільне призначення і цінність. Особливість ОП «Маркетинг» досягається переліком освітніх компонент, що враховують глобальний міжнародний рівень, сприяють розвитку інноваційно-наукового потенціалу, формуванню компетентного працівника на ринку праці та забезпечують внесок у розвиток регіону та формування людського капіталу. На зустрічі 2 наголошено, що ОП «Маркетинг» є затребуваною як для університету, так і багатьох підприємств, які працюють на сьогодні у висококонкурентному середовищі, а тому університет сприяє розвитку цієї програми, використовує напрацювання програми для розвитку власних соціальних мереж, розробки рекламних кампаній, цифровізації освітньої діяльності.

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

Цілі ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що підтверджено передусім на зустрічах 1 та 6, а також наявними зовнішніми рецензіями на ОП та витягами з протоколів засідання кафедри менеджменту і маркетингу, які ЕГ отримала на запит від гаранта ОП (№12 від 28 травня 2021 року, №6 від 03 грудня 2021 року, №12 від 28 травня 2022 року), однак механізм збору рекомендацій та їх опрацювання потрібно удосконалити. Зокрема, у ОП «Маркетинг» 2020 року враховано рекомендації щодо впровадження таких ОК, як ОК 4. Бренд-менеджмент, ОК 10. Проєктний менеджмент, а в ОП «Маркетинг» 2022 року рекомендації передусім таких стейкхолдерів як директора з маркетингу ТОВ «Надія», Романа Короля, щодо впровадження ОК 2. Глобальна економіка і включення її до обов'язкових компонентів ОП, а також підприємця, депутата міської ради, Романа Харука, щодо впровадження ОК Регіональний маркетинг. У ході зустрічей 4, 5, 7 підтверджено й те, що враховуються також побажання здобувачів щодо впровадження як окремих ОК, так і окремих питань в межах тем і окремих тем в межах ОК; випускників ОП «Маркетинг», з якими підтримується тісний зв'язок, що можна побачити із сайту кафедри менеджменту і маркетингу <https://cutt.ly/eV6ZLU3>, які на сьогодні фахово займаються професійною діяльністю, згідно диплома про вищу освіту, та надають фахові рекомендації щодо включення до ОП трендових ОК: Мар'яна Гулей – ОК Маркетинг некомерційних організацій, Тарас Кубарич – ОК Прогнозування у маркетингу, Ганна Берлін – ОК Цифровий маркетинг; представниками академічної спільноти (ХНЕУ імені Семена Кузнеця) та громадських організацій (УАМ). Відповідаючи на зауваження до минулої акредитації, ЗВО підтвердив, що залучення роботодавців відбувається на постійній основі, що підтверджено протоколами зборів стейкхолдерів, а також можна констатувати наявність робочої e-mail для можливості постійного надання рекомендацій у будь-який час <https://cutt.ly/9Vraxc7>. Також у межах гуртків кафедри запрошені роботодавці постійно проводять тренінги для студентів.

### **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 ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються передусім з урахуванням тенденцій розвитку ринку праці та регіонального контексту, що підтверджено у ході зустрічей 1, 6, 7, де неодноразово наголошено на співпраці з міською владою, ОТГ, великою кількістю релокованих підприємств, а також з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності на чому наголошувалось у ході зустрічей 5, 6. Ці зустрічі засвідчили, що врахування тенденцій розвитку ринку праці у ОП «Маркетинг» дає змогу випускникам програми бути конкурентоспроможним на ринку праці. На це спрямовані такі ОК, як: Стратегічний маркетинг, Маркетинговий менеджмент, Рекламний менеджмент, Маркетинговий аналіз. Щодо галузевого контексту, то слід відмітити, що ОП «Маркетинг» немає чіткої спрямованості на окремі галузі національної економіки, але враховує вимоги галузі знань. Цілі ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням аналогічних ОП вітчизняних ЗВО: Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Національного університету «Києво-Могилянська академія», Одеської національної академії харчових технологій та ОП іноземних ЗВО: Лодзького університету, Економічного університету у Кракові, Пряшівського університету і в межах проекту Erasmus+ «Удосконалення практико-орієнтованої підготовки викладачів професійної освіти і навчання» (ITE-VET) №574124-EPP-1-2016-1-DE-EPPKA2-SBHE-JP: Університету Констанц (Німеччина), Віденського університету економіки і бізнесу (Австрія), Університету Валенсії (Іспанія).

### **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.**

Представлені ОП «Маркетинг» дозволяють досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти України для другого (магістерського) рівня вищої освіти, галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 року №960. Програмні результати навчання ОП «Маркетинг» вичерпуються результатами навчання, пропонованими Стандартом вищої освіти, які відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для 7 рівня Національної рамки кваліфікацій та другого циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти, що відповідає вимогам постанови КМУ №519 від 25.06.2020 року. Аналіз матриці відповідності та матриці забезпечення, а також силабусів засвідчив, що всі програмні результати навчання, інтегральна, загальні та спеціальні компетентності співвідносяться із обов'язковими освітніми компонентами та ними забезпечуються.

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

##### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.**

Особливість ОП «Маркетинг» досягається переліком ОК, що враховують глобальний міжнародний рівень, сприяють розвитку інноваційно-наукового потенціалу, формуванню компетентного працівника на ринку праці та забезпечують внесок у розвиток регіону та формування людського капіталу. ОП «Маркетинг» є затребуваною як для ПНУ ім. Стефаника, так і багатьох підприємств, які працюють на сьогодні у висококонкурентному середовищі, а тому університет сприяє розвитку цієї програми, використовує напрацювання програми для розвитку власних соціальних мереж, розробки рекламних кампаній, цифровізації освітньої діяльності, вона є в тренді та відповідає суспільній місії ЗВО, що включає три спрямування. Цілі ОП та ПРН носять справжній практичний характер, а не формальний. Налагоджена тісна співпраця зі стейкхолдерами (роботодавцями, випускниками). Потужно враховані тенденції розвитку ринку праці та регіонального контексту. Врахування тенденцій розвитку ринку праці у ОП «Маркетинг» дає змогу випускникам програми бути конкурентоспроможним на ринку праці.

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

Цілі ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням позицій та потреб усіх заінтересованих сторін (стейкхолдерів), однак необхідно удосконалити механізм збору рекомендацій та їх опрацювання і представити обґрунтування факту їх прийняття або відхилення. Змістовне наповнення окремих ОК ОП «Маркетинг» враховує досвід аналогічних ОП окремих вітчизняних і іноземних ЗВО, але необхідно деталізувати конкретні напрацювання, які використано в ОП і акцентувати увагу на використаному досвіді. ПРН ОП «Маркетинг» вичерпуються результатами навчання, пропонованими Стандартом ВО, тому рекомендовано доповнити їх із врахуванням регіонального контексту чим виокремити особливість (унікальність) ОП.

#### **Рівень відповідності Критерію 1.**

## **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.**

Зважаючи на наведені сильні сторони та позитивні практики, а також незначні слабкі сторони і наявність рекомендацій щодо удосконалення ОП, які суттєво не впливають на дану ОП у контексті Критерію 1, ЕГ вважає, що проектування та цілі ОП «Маркетинг» мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 1.1, 1.3 та 1.4 та достатній рівень узгодженості за підкритерієм 1.2, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, то відповідність проектування ОП «Маркетинг» та цілей ОП «Маркетинг» вимогам Критерію 1 є достатньо високою.

## **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 «Маркетинг» редакції 2020 і 2022 років становить 90 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам ч. 5 ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту» щодо навчального навантаження, а обсяг усіх ОК не менше 3-х кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для другого (магістерського) РВО. Обсяг ОК, спрямованих на формування компетентностей, із яких форма семестрового контролю – екзамен, а це ОК 2. Глобальна економіка, ОК 8. Товарна інноваційна політика, ОК 9. Маркетинговий аналіз становить 3 кредити ЄКТС або 90 годин кожна, а ОК 5. Стратегічний маркетинг, ОК 6. Маркетинговий менеджмент, ОК 7. Рекламний менеджмент – 6 кредитів ЄКТС або 180 годин кожна. Із 90 кредитів ЄКТС, обсяг обов'язкових компонентів ОП становить 66 кредитів ЄКТС або 73,3%, а вибіркового освітніх компонентів ОП – 24 кредити ЄКТС або 26,7%, що також відповідає вимогам п. 15 ч.1 ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту» та вимогам стандарту вищої освіти України для другого (магістерського) РВО знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 року №960. Обсяг усіх вибіркового освітніх компонентів ОП або 3, або 6 кредитів ЄКТС, тобто обсяг є кратним 3 кредитам ЄКТС.

**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.**

Зміст ОП «Маркетинг» редакції 2020 та 2022 років має чітку структуру, що підтверджується запропонованими структурно-логічними схемами, наведеними в ОП та НП. ЕГ дійшла висновку, що ОП структуровані та містять обов'язкові та вибіркового компоненти, однак якщо обов'язкові компоненти включають цикл загальної підготовки – 12 кредитів ЄКТС або 13,3%, цикл професійної підготовки, що включає – теоретичну підготовки – 24 кредити ЄКТС або 26,7% і практичну підготовку – 30 кредитів ЄКТС або 33,3%, то з вибіркового складніше, адже умовно виділяють лише 4 ОК по 6 кредитів ЄКТС, тобто разом 24 кредити ЄКТС або 26,7%. Аналіз матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП та матриці забезпечення ПРН відповідними компонентами ОП, показав, що кожний ПРН дійсно чітко охоплено і у повній мірі можна досягти заявлених цілей ОК та змістом програми, а підтвердженням цьому є РП НД та силабуси, які розміщено у вільному доступі <https://cutt.ly/4VGYdZu>. Зважаючи на автономію ЗВО і з повагою ставлячись до неї, ЕГ все ж констатує, що в НП та ОП «Маркетинг» відсутні курсові роботи і лабораторні заняття, які б дозволили б ґрунтовніше підготуватись до написання кваліфікаційної роботи. Курсова робота із ключових ОК відобразила б здатність здобувачів до самостійної професійної діяльності як фахівців освітнього ступеня «магістр», а ПРН 15. «... спеціалізованого програмного забезпечення» передбачає використання прикладних програм, які можна краще засвоїти на лабораторних заняттях та набути практичних навичок роботи з лабораторним обладнанням, наприклад з ОК 4. або ОК 9, однак має місце ОК 11. Науково-дослідна практика, кваліфікаційна робота – 15 кредитів ЄКТС або 16,7%, який має місце кожного семестру та має закінчуватись написанням наукової публікації в межах підготовки кваліфікаційної роботи.

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

Зміст ОП «Маркетинг» відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності, а об'єкту вивчення спеціальності та теоретичному змісту предметної області відповідають такі обов'язкові ОК, як: ОК 2. «Глобальна економіка», ОК 3. «Соціальна відповідальність», ОК 5. «Стратегічний маркетинг», ОК 6. «Маркетинговий менеджмент», ОК 7. «Рекламний менеджмент», ОК 8. «Товарна інноваційна політика», а також тематика кваліфікаційних робіт. Методам, методикам та технологіям спеціальності відповідають такі обов'язкові ОК, як: ОК 1. «Методологія та організація наукових досліджень», ОК 9. «Маркетинговий аналіз», використання яких є

необхідним при написанні кваліфікаційної роботи студентами другого (магістерського) РВО та для успішного здійснення маркетингової діяльності на практиці. ОК ОП «Маркетинг» підбираються таким чином, щоб максимально відповідати предметній області визначеної для ОП спеціальності, а також ОП «Маркетинг» постійно вдосконалюється як через введення нових обов'язкових ОК (ОК 2. «Глобальна економіка») та вибіркового ОК, так і через удосконалення тематики та змістового наповнення існуючих обов'язкових та вибіркового ОК. На ОП «Маркетинг» 2020 та 2022 років заявлено і те, що викладання окремих ОК може здійснюватись англійською мовою (ВК 7. Крос-культурний менеджмент). У ОП «Маркетинг» 2022 року ОК 4 має назву «Управління проектами», що не зовсім відповідає правопису, а в ОП «Маркетинг» 2020 року ОК 4 мав, на думку ЕГ, більш правильне формулювання «Проектний менеджмент», але зважаючи на автономію ЗВО, думка ЕГ не є догмою.

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

Відповідно ж до Положення «Про реалізацію права здобувачів ВО на вільний вибір ОК» <https://cutt.ly/XBeVEwX> згідно п. 2.2... «Форма семестрового контролю вибіркового ОК – залік», п. 2.3 «В Університеті формується 3-рівневий каталог вибіркового ОК...», п. 3.4 «Здобувачі другого (магістерського) РВО ознайомлюються зі змістом ОК на етапі подачі документів для вступу на навчання та здійснюють вибір ОК при зарахуванні на навчання», п. 3.8 «Здобувачі другого (магістерського) РВО здійснюють вибір ОК із Каталогу 1 обсягом не більше 3 кредитів ЄКТС, із Каталогу 2 – не більше 6 кредитів ЄКТС». Проте не зрозумілим у ОП «Маркетинг» редакції 2020 року і у додатку 1 ОП «Маркетинг» 2022 року є факт констатації конкретних вибіркового ОК, адже не зазначено із якого каталогу ці ОК та скільки їх можна обрати, а також наявність екзамену із окремих ВК, що, зважаючи і з повагою ставлячись до автономії ЗВО, є теоретично можливим, однак у ході зустрічей 4, 5, 10, 11 на цьому не наголошувалось, а зазначалось лише те, що здобувачі мають можливість обирати будь-які ОК просто із загальноуніверситетського каталогу на власний вибір на стадії вступу. Здобувачі мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію, враховуючи результати навчання за академічною мобільністю відповідно Положення «Про академічну мобільність учасників освітнього процесу ПНУ ім. Стефаніка» <https://cutt.ly/kBrv58w> та за неформальною освітою відповідно до Положення «Про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ПНУ ім. Стефаніка» <https://cutt.ly/iBrblQV>. ЕГ констатує, що відповідаючи на зауваження до минулої акредитації, ЗВО підтвердив, що: 1. збільшився рівень залучення фахівців-практиків до викладання навчальних дисциплін; 2. у ОП «Маркетинг» наявні ОК, які були рекомендовані роботодавцями; 3. варіативна частина за вибором здобувача вищої освіти не обмежена лише вузькопрофесійними дисциплінами і наявна можливість здобувачам вибрати дисципліну з інших освітніх програм, однак кількість каталогів і їх сутність не деталізовані.

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

ОП «Маркетинг» 2020 та 2022 років та НП передбачають практичну підготовку здобувачів другого (магістерського) РВО, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності. При формуванні ОП були передбачені необхідні види та кількість практично орієнтованих складових / компонентів, що дозволять здобувачам отримати необхідні практичні навички та фахові компетентності. При формуванні ОП і НП застосовуються різні види практичної підготовки: практичні заняття, навчальні екскурсії, підготовка проектів, долучення до роботи на прохання стейкхолдерів (зустріч 2 Р. Харук), зустрічі у межах гуртків кафедри «Marketing» <https://cutt.ly/XBrEeMA>, «Новітній маркетинг» <https://cutt.ly/yBrEobl> з роботодавцями, які постійно проводять тренінги, як то «Маркетинг-інтенсив», однак не передбачені лабораторні заняття навіть із такої обов'язкової ОК як ОК 9. «Маркетинговий аналіз». Особливе місце в системі практичної підготовки <https://cutt.ly/mBrRNl5>, на яку виділено 30 кредитів ЄКТС або 33,3% ОП посідає виробнича практика ОК 10. Науково-педагогічна практика – 12 кредитів ЄКТС або 13,3%, яка проводиться в 2-му та 3-му семестрах і на яку відведено 8 тижнів по 4 тижні у кожному із семестрів, а також ОК 11. Науково-дослідна практика, кваліфікаційна робота – 15 кредитів ЄКТС або 16,7%, яка проводиться в 1, 2 та 3 семестрах і на яку відведено 10 тижнів, з яких 2 тижні у 1-му семестрі та по 4 тижні у 2-му та 3-му семестрах, що можливе і в такому варіанті, зважаючи і з повагою ставлячись до автономії ЗВО. Практична підготовка займає особливе місце в організації освітнього процесу, адже на зустрічі 6 усі роботодавці, які до речі у більшості є випускниками ПНУ імені Стефаніка, це відзначили. Бази практики, як було наголошено на зустрічі 4, здобувачі другого (магістерського) РВО можуть обирати самостійно, а можуть скористатись тими, які пропонуються кафедрою менеджменту і маркетингу ПНУ ім. Стефаніка. Звіти з практики <https://cutt.ly/QBrTQnw>, які надано на запит ЕГ, вказують на прикладний характер та всесторонній аналіз діяльності об'єкта дослідження. Розгляд ЕГ етапів виконуваної роботи та змісту програми практики засвідчив, що аналізуються ті питання, які стосуються загальної характеристики об'єкта дослідження, особливостей маркетинг-міксу об'єкта дослідження, перспектив та шляхів вдосконалення маркетингової об'єкта дослідження та виконання індивідуального завдання до кваліфікаційної роботи і є необхідними для підготовки якісної кваліфікаційної роботи з маркетингу, що є необхідною умовою для здобувачів другого (магістерського) РВО. Потенційні роботодавці на зустрічі 6 відмітили високий рівень навичок та компетентностей здобувачів. ЕГ робить висновок щодо високого рівня практичної підготовки та її організації за ОП. Здобувачі показали належний рівень обізнаності із завданнями та процедурами, відзначили необхідний рівень якості керівництва практикою як з боку ЗВО, так і баз практики.

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

ОП «Маркетинг» передбачає набуття здобувачами другого (магістерського) РВО соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям, передусім цьому сприяють такі ОК, як: ОК 1. «Методологія та організація наукових досліджень», ОК 2. «Глобальна економіка», ОК 3. «Соціальна відповідальність», ОК 4. «Управління проектами», ОК 6. «Маркетинговий менеджмент», ОК 7. «Рекламний менеджмент», ОК 9. «Маркетинговий аналіз» з відповідним відображенням ПРН в силабусах ОК, про що наголошувалось і на зустрічах 4 (здобувачі), 11 (Мигович Т.М.). Зокрема, це навички міжособистісної комунікації, ініціативи та підприємливості, щодо написання проектів і подання заявок, прийняття обґрунтованих рішень, здатності брати на себе відповідальність і бути лідером, працювати в критичних умовах, працювати в команді, урахуванням крос-функціонального характеру в реалізації маркетингової діяльності, креативності та ін.. Здобувачі ОП «Маркетинг» на зустрічі 4 та Ірина Славінська на зустрічі 7 наголошували на важливості набуття соціальних навичок (soft skills) та були задоволені тим, що з окремих ОК передбачені ІНДЗ у вигляді таких завдань, як презентації або тим, що окремі завдання носять прикладний характер. Також на зустрічі 11 Тетяна Мигович наголосила на тому, що набуттю соціальних навичок сприяє і наявність наукових гуртків та проектно-освітній центр «Агенти змін» Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника <https://cutt.ly/bBrSra6>. Окрім того, особливу цінність для набуття soft skills має організація насиченої позааудиторної роботи в ПНУ ім. В. Стефаника <https://cutt.ly/JBrSMeU> (міжнародний конкурс «Золотий компас», всеукраїнський конкурс «Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку», конкурс студентських наукових робіт, науково-практичні конференції (в т.ч. за кордоном), клуби, РМВА MARKETING CHALLENGE, Маркетинг-інтенсив, Маркетинг-інтенсив 2.0, підготовка та презентація робіт на участь у Фестивалі соціальної реклами, Розробка персонального логотипа в Canva, освітньо-просвітницькі заходи, зустрічі з випускниками тощо), що дозволяє відстежувати актуальні професійні тренди та запити ринку, забезпечує розвиток міжособистісних комунікативних навичок, соціалізації. ЕГ вважає, що в межах ОП «Маркетинг» та в цілому в ЗВО створені широкі можливості для розвитку soft skills.

## **7. Зміст освітньої програми урахує вимоги відповідного професійного стандарту (за наявності).**

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг» відсутній. Професійна кваліфікація не присвоюється. Для визначення компетентностей/результатів навчання використовується Національна рамка кваліфікацій та Довідник кваліфікаційних характеристик професій. ЕГ переконалася в тому, що зміст ОП «Маркетинг» передбачає достатній обсяг ОК, спрямованих на формування необхідних фахових компетентностей та ПРН відповідно до даної професійної кваліфікації. Зазначено, що буде розглядатись можливість узгодження освітнього та професійного стандартів, оскільки затверджено перший професійний стандарт з маркетингу, а саме УАМ, до складу якої входить гарант та члени групи забезпечення, розробила Професійний стандарт «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку», який затверджено Наказом Міністерства економіки України 18 жовтня 2021 року №751-21.

## **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.**

Обсяг ОП «Маркетинг» та окремих ОК (у кредитах ЄКТС) реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та ПРН. Зокрема, НП та ОП «Маркетинг» 2020 та 2022 рр. для підготовки здобувачів другого (магістерського) РВО передбачено 90 кредитів ЄКТС або 2700 годин, з яких обсяг обов'язкових ОК разом із атестацією становить 66 кредитів ЄКТС або 1980 годин, а вибірових – 24 кредити ЄКТС або 720 годин. Обсяг аудиторних занять разом становить від загального обсягу 22,2% або 600 години, з яких обсяг аудиторних годин обов'язкових ОК становить 13,3% або 360 годин, а обсяг аудиторних годин вибірових ОК – 8,9% або 240 годин. Обсяг самостійної роботи студентів становить від загального обсягу 77,8% або 2100 години, а самостійної роботи студентів з обов'язкових ОК становить 60,0% або 1620 годин, а самостійної роботи студентів з вибірових ОК – 17,8% або 480 годин. У структурі аудиторних годин (600 год.) – 69,3% припадає на лекції (416 год.), а на практичні заняття – 30,7% (184 год.), тобто відсутні лабораторні заняття. Зміст самостійної роботи здобувачів ВО в межах окремої дисципліни визначається силабусом. В ході зустрічі 4 здобувачі зазначили, що під час СРС відбувається не тільки підготовка до аудиторних занять або до проходження поточного та підсумкового контролю за дисципліною, але й виконуються різноманітні творчі завдання, здійснюються наукові дослідження тощо. Позааудиторна робота включає в себе різні форми СР: опрацювання навчальних тем та питань, винесених на самостійне опрацювання; виконання «живих» кейсів; ІНДЗ; розв'язок управлінських маркетингових ситуацій; підготовка презентацій та виступів на задану тематику тощо. Значна частина припадає на оформлення графічно-аналітичних матеріалів, що публічно презентуються. Практикується також виконання ІНДЗ, результатом яких є підготовка наукових доповідей для гуртків, участь (із публікацією тез доповідей) у науково-практичних конференціях (в Україні та за кордоном), конкурсах й олімпіадах. Підтверджено, що один кредит ЄКТС становить 30 годин. Кількість ОК (обов'язкових та вибірових з урахуванням практик) не перевищує 16-ти на рік. ЕГ підтверджує і те, що згідно з Положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу...» <https://cutt.ly/xBrNYmg> тижневе навантаження при підготовці магістрів не перевищує 20 годин, а навчальний час, відведений для самостійної роботи студента, становить не менше 1/3 та не більше 2/3 загального навчального часу студента, відведеного для вивчення конкретної навчальної дисципліни. Кількість аудиторних навчальних годин для студентів денної форми навчання складає: з нормативних та вибірових дисциплін циклу загальної підготовки – 10



годин у 1 кредиті ЄКТС (1/3 від загальної кількості годин); з нормативних та вибіркових навчальних дисциплін циклу професійної підготовки за освітнім ступенем магістр – від 10 до 15 годин у 1 кредиті ЄКТС.

## **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.**

В ході акредитаційної експертизи ЕГ встановлено, що за ОП «Маркетинг» підготовка здобувачів другого (магістерського) РВО за дуальною формою не здійснюється, однак окремі елементи дуальної форми реалізуються в циклі практичної підготовки: навчання на робочих місцях на підприємствах, в установах та організаціях (базах практики) проходить відповідно до завдань виробничої практики. Разом з тим в ПНУ ім. В. Стефаніка розроблено Положення «Про дуальну форму здобуття вищої освіти у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаніка» <https://cutt.ly/RBrKHle>

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

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.**

Аналіз матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП та матриці забезпечення ПРН відповідними компонентами ОП, показав, що кожний ПРН дійсно чітко охоплено і у повній мірі можна досягти заявлених цілей ОК та змістом програми. ОК ОП «Маркетинг» підбираються таким чином, щоб максимально відповідати предметній області визначеної для ОП спеціальності, а також ОП «Маркетинг» постійно вдосконалюється як через введення нових обов'язкових та вибіркових ОК, так і через удосконалення тематики та змістового наповнення існуючих ОК. Викладання окремих ОК може здійснюватись англійською мовою. Здобувачі мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію, враховуючи результати навчання за академічною мобільністю та за неформальною освітою. При формуванні ОП були передбачені необхідні види та кількість практично орієнтованих складових / компонентів, що дозволять здобувачам отримати необхідні практичні навички та фахові компетентності. При формуванні ОП і НП застосовуються різні види практичної підготовки. ЕГ робить висновок щодо високого рівня практичної підготовки та її організації за ОП. ЕГ вважає, що в межах ОП «Маркетинг» та в цілому в ЗВО створені широкі можливості для розвитку soft skills. Зазначено, що буде розглядатись можливість узгодження освітнього та професійного стандартів, оскільки затверджено перший професійний стандарт з маркетингу, а саме УАМ, до складу якої входить гарант та члени групи забезпечення. ЕГ констатує, що обсяг ОП «Маркетинг» та окремих ОК (у кредитах ЄКТС) у повній мірі й реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та ПРН. Окремі елементи дуальної форми реалізуються в циклі практичної підготовки, розроблено Положення «Про дуальну форму здобуття вищої освіти у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаніка».

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

Враховуючи автономію ЗВО ЕГ констатує, що НП та ОП «Маркетинг» не передбачені курсові роботи і лабораторні заняття, які б дозволили б ґрунтовніше підготуватись до написання кваліфікаційної роботи. Курсова робота із ключових ОК відобразила б здатність здобувачів до самостійної професійної діяльності як фахівців освітнього ступеня «магістр», а ПРН 15. «... спеціалізованого програмного забезпечення» передбачає використання прикладних програм, які можна краще засвоїти на лабораторних заняттях та набути практичних навичок роботи з лабораторним обладнанням, наприклад з ОК 4. або ОК 9. Має місце ОК 11. Науково-дослідна практика, кваліфікаційна робота, який має місце кожного семестру та має закінчуватись написанням наукової публікації в межах підготовки кваліфікаційної роботи. Рекомендовано розділити науково-дослідну практику та кваліфікаційну роботу, щоб мати окремо можливість оцінювання. У ОП «Маркетинг» 2022 року ОК 4 має назву «Управління проектами», що не зовсім відповідає правопису, а в ОП «Маркетинг» 2020 року ОК 4 мав, на думку ЕГ, більш правильне формулювання «Проектний менеджмент», але зважаючи на автономію ЗВО, думка ЕГ не є догмою. Не зрозумілим у ОП «Маркетинг» редакції 2020 року і у додатку 1 ОП «Маркетинг» 2022 року є факт констатації конкретних вибіркових ОК, адже не зазначено із якого каталогу ці ОК та скільки їх можна обрати, а також наявність екзамену із окремих ОК, що, зважаючи і з повагою ставлячись до автономії ЗВО, є теоретично можливим. Рекомендовано чітко зазначити кількість каталогів вибіркових дисциплін і деталізувати їх сутність.

#### **Рівень відповідності Критерію 2.**

Рівень В

## **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.**

Зважаючи на наведені сильні сторони та позитивні практики, а також слабкі сторони, які можуть бути і в такому варіанті, зважаючи і з повагою ставлячись до автономії ЗВО, і рекомендації щодо удосконалення ОП, які суттєво не впливають на дану ОП у контексті Критерію 2, ЕГ вважає, що структура та зміст освітньої програми ОП «Маркетинг» мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 2.1, 2.6-2.9 та достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 2.2-2.5. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, то відповідність структури та змісту ОП «Маркетинг» вимогам Критерію 2 є достатньо високою.

## **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.**

На офіційному веб-сайті ПНУ ім. Стефаніка <https://cutt.ly/sBq5cNo> на момент проведення акредитаційної експертизи, у вільному доступі розміщено всю необхідну інформацію для прийому на навчання у розділі «Вступ. Покрокова інструкція». У розділі «Вступ у магістратуру» <https://cutt.ly/vBq5N4o> розміщені короткі інструкції, перелік необхідних документів для вступу, строки подачі заяв і т.д. Правила прийому <https://cutt.ly/HBq64Yu> на навчання за ОП є чіткими і зрозумілими для потенційних вступників, що було підтверджено на зустрічі з фокус-групою здобувачів освіти, гарантом ОП, із допоміжними (сервісними) структурними підрозділами. Правила прийому, які є чіткими, складеними у відповідності до Умов прийому, також є такими, що не містять дискримінаційних положень. Доступність до отримання вищої освіти для особливих категорій громадян здійснюється відповідно до законодавчих актів, положення яких регулюють права таких осіб на можливість здобувати вищу освіту.

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

Правила прийому на навчання повністю враховують особливості ОП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО. Для проходження конкурсного відбору вступники 2022 р. у зв'язку з введенням на території України воєнного стану (Указ Президента України №64/2022, <https://cutt.ly/WBwwakl>) мають скласти магістерський тест навчальних компетентностей або використати результати єдиного вступного іспиту з іноземної мови за 2019-2021 рр. та фаховий іспит. Програмові вимоги для проведення фахових випробувань готуються кафедрою менеджменту і маркетингу та затверджуються головою Приймальної комісії не пізніше ніж за три місяці до початку прийому заяв вступників. Програма фахового іспиту з маркетингу містить питання з таких обов'язкових ОК: Маркетинг, Маркетингові дослідження, Маркетингові комунікації, Маркетинг послуг, Логістика, Міжнародний маркетинг. Все це підтверджено під час зустрічі з гарантом ОП, потенційними абітурієнтами ОП магістерського рівня.

**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.**

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється положеннями: «Про академічну мобільність учасників освітнього процесу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаніка» (схвалено Вченою радою від 29 березня 2022 р., протокол № 2, <https://cutt.ly/gBwrbms>) та «Про порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін» (затверджено Вченою радою від 31 березня 2015 р., протокол № 3, <https://cutt.ly/uBwrlal>). За період реалізації ОП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО згідно з Відомостям про СО та інформації, отриманої під час розмови з гарантом ОП (зустріч 1), здобувачами ВО (зустріч 4) конкретних прикладів практики застосування вказаних положень не виявлено. Проте, в цілому у ПНУ ім. В. Стефаніка існує практика академічної мобільності студентів, що підтверджено під час розмови із представником міжнародного відділу та наявною інформацією на сайті у розділі «Відділ міжнародних зв'язків» (<https://cutt.ly/jBwyLXD>). Отож, ЕГ прийшла до висновку, що правила визнання ПРН, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності чіткі і зрозумілі, є доступними для всіх учасників освітнього процесу.

**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.**

Питання визнання РН, отриманих у неформальній освіті у ЗВО регулюється положенням «Про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»» (затверджено Вченою радою від 27 листопада 2019 р. із внесеними змінами від 2 лютого 2021 р., протокол № 3, <https://cutt.ly/OBws9Wz>). Під час зустрічі з гарантом ОП підтверджено, що зарахування результатів неформальної освіти з навчальних дисциплін проводять за заявою здобувача вищої освіти на ім'я керівника структурного підрозділу (декана факультету) або сертифіката про практику/стажування, або сертифіката про проходження онлайн-курсу, тренінгу тощо. На зустрічі зі здобувачами з'ясовано, що за 2020-2022 рр. протягом карантину та воєнним станом вони активно брали участь у проходженні курсів на онлайн порталах Coursera, Edex, Prometheus. Участь у таких курсах враховано при здачі екзамену або заліку на основі отриманих сертифікатів. Базовим джерелом інформації щодо отримання можливостей участі у міжнародній мобільності, у неформальній освіті є «Студентський путівник 2020-2021» (від 16 вересня 2020 р., <https://cutt.ly/sBwfdDi>), у якому повністю прописаний механізм участі та процедура навчання, у тому числі за кордоном. Позитивною практикою університету є формування бази інтернет-джерел, посилання на які надано у зазначеному путівнику. Враховуючи проаналізовану інформацію, ЕГ прийшла до висновку, що правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті є чіткими та зрозумілими, що підтверджено під час фокус-груп зі здобувачами. Випадки застосування правил визнання результатів неформальної освіти за ОП «Маркетинг» другого рівня вищої освіти присутні.

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

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.**

Правила прийому на навчання за ОП є чіткими і зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, та оприлюднені на офіційному веб-сайті університету та достатньою мірою враховують особливості ОП. Наявні чіткі та зрозумілі правила визнання РН, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, є легкодоступними для всіх учасників освітнього процесу. Гарантується визнання РН, отриманих під час участі в програмах академічної мобільності. Наявні чіткі та зрозумілі правила визнання РН, отриманих у неформальній освіті, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу.

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

При наявності регламентованих документів в ЗВО щодо академічної мобільності здобувачів, на ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) РВО така практика не використовується. Рекомендовано визначити можливості для започаткування практики академічної мобільності здобувачів ВО в контексті цієї ОП, враховуючи наявні можливості від ЗВО, особливо під час дії воєнного стану.

#### **Рівень відповідності Критерію 3.**

Рівень В

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.**

ОП в цілому узгоджена за підкритеріями Критерію 3. Чіткі та зрозумілі правила прийому до ЗВО, які цілком враховують особливості ОП «Маркетинг» магістерського рівня вищої освіти. Наявність у вільному доступі чітких та зрозумілих правил визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, отриманих у неформальній освіті. Однак, виявлений недолік в контексті підкритерію 3.3 стосовно відсутності випадків визнання РН, отриманих в інших ЗВО під час академічної мобільності не є суттєвим та не впливає на якість освіти і доступ до ОП. Варто зазначити, що така рекомендація була надана ЗВО попередньою ЕГ, при проведенні акредитації 12-14 жовтня 2020 р., але ЗВО не виконав цю рекомендацію.

### **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.**

ЕГ констатує, що згідно з положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу...» <https://cutt.ly/vVGDrdR> навчання за ОП Маркетинг здійснюється на очній (денній), та заочній формі навчання. Викладання на ОП проводиться у вигляді комбінації лекцій, лекцій-дискусій, практичних і семінарських занять (зокрема, «технологія перевернутого класу»), розв'язання ситуаційних завдань,

кейсів, «живих кейсів», самостійної роботи, проведення консультацій. З метою забезпечення цілей освітньої програми та досягнення ПРН передбачено проходження двох практик, здійснення підсумкового семестрового оцінювання, атестації здобувачів. На додатковий запит ЕГ було отримано відповідь щодо використання інформаційних, статистичних платформ та ресурсів, програмних продуктів при викладанні ОК ОП: ОК1 – Mendeley, Zotero; ОК2 – PowerBI; ОК3 – Trello; ОК4 – Trello, Hive, Hubspot; ОК5 – Trello, Hubspot, Monday; ОК6 – PowerBI, PowerPivot, Google Data Studio; ОК7 – Canva, InShot, PowerBI, Hubspot, Google Data Studio; ОК8 – Monday, Zoho; ОК9 – Statistica, Google Data Studio, EvIEWS 12 Student version. Аналіз табл. 3 звіту про самооцінювання дозволив констатувати відповідність методів навчання і викладання досягненню ПРН. Основними методами навчання є дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний, частково-пошуковий; використовуються інформаційні, дослідницькі, дистанційні технології. В умовах карантину та воєнного стану навчання здійснюється за допомогою системи дистанційного навчання Moodle, програмного продукту Zoom, платформи Google Meet. Відбувається поступовий перехід до використання дистанційної платформи навчання D-learn, можливості якої були презентовані під час зустрічі 11. Комунікації із студентами здійснюється через e-mail, web-сайт, соціальні мережі. Реалізація студентоцентрованого підходу у ЗВО регламентується Положенням «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти...» <https://cutt.ly/oBet7Tb>. Під час зустрічей 1, 4, 10 підтверджено право вільного вибору теми кваліфікаційної роботи, власної теми наукового дослідження, вибіркової дисципліни з метою формування критичного мислення здобувачів, що є ознаками студентоцентрованого підходу та реалізацією принципів академічної свободи. Здобувачі, а також представники асоціації випускників схвально відгукуються про методи викладання НПП, акцентуючи увагу на сучасному підході до викладання ОК, врахуванні потреб, думок та побажань здобувачів, розгляданні їх як самодостатніх суб'єктів освітнього процесу. Під час зустрічі 11 у процесі презентації функціонування сервера дистанційного навчання ЕГ продемонстровано можливість проводити опитування здобувачів в розрізі окремих предметів, результати якого є анонімними, і можуть бути інтерпретовані з метою підвищення якості освітнього процесу. Можливість вільно обирати зміст, форми і методи своєї навчальної та наукової діяльності, визначати формат контрольних заходів забезпечує академічну свободу викладача.

## **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).**

На офіційному сайті ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://cutt.ly/FVGJog6> розміщена інформація стосовно освітньої діяльності ЗВО, у тому числі на сторінці кафедри менеджменту і маркетингу розміщено інформацію щодо ОП, яка акредитується <https://cutt.ly/uVGJAEM>. Під час зустрічей 4, 10, 11 було встановлено, що учасники освітнього процесу отримують своєчасну, доступну, чітку, зрозумілу інформацію щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК у вигляді силабусів дисциплін, які розміщені у вільному доступі <https://cutt.ly/4VGydzU>. Кожен силабус містить опис дисципліни, зокрема мету та цілі курсу, компетентності, програмні результати навчання, структуру курсу, систему оцінювання курсу, оцінювання відповідно до графіку навчального процесу, ресурсне забезпечення, в тому числі з переліком сучасних літературних джерел вітчизняних та зарубіжних авторів. Силабус ОК «Рекламний менеджмент» наведений двома мовами: українською та англійською. Вибіркове опитування здобувачів підтвердило, що НПП ознайомлюють останніх із змістом дисципліни, програмними результатами навчання, порядком та критеріями оцінювання, змістом та строками індивідуальних завдань та самостійної роботи на перших заняттях з кожної навчальної дисципліни. Контроль та оцінка якості навчального процесу, критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти, рівні та види контролю чітко відображені у Положенні «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу...» (<https://cutt.ly/vVGDrdrR>). Здобувачі вищої освіти мають доступ до матеріалів ОК, що розміщені на сервері дистанційного навчання <https://cutt.ly/NVGL1CZ>. Під час резервної зустрічі експерти були ознайомлені із наповненням навчально-методичними матеріалами в системі Moodle на прикладі ОК «Рекламний менеджмент».

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

Ознайомлення з методичними рекомендаціями до написання та захисту дипломної роботи за другим (магістерським) рівнем вищої освіти (<https://cutt.ly/gVGXwtY>) та переліком рекомендованої тематики магістерських робіт (<https://cutt.ly/iVGXvol>) дозволило ЕГ дійти висновку, щодо практичного спрямування та дослідницького характеру дослідження. Обов'язковим розділом кваліфікаційної роботи є розділ, в якому наводяться результати наукових досліджень в рамках обраної тематики. Практичне спрямування дослідження підтверджується фактом працевлаштування випускниці ОП М.Гулей у ГО Науково-аналітичний центр Івано-Франківської ОТГ після презентації кваліфікаційної роботи (за участі стейкголдера Р.Харука). ЗВО видає 2 видання категорії Б в яких мають змогу публікувати свої праці здобувачі: Журнал Прикарпатського національного університету ім. В.Стефаника (<https://cutt.ly/qVGCJ1O>) та Актуальні проблеми розвитку економіки регіону (<https://cutt.ly/RVGCv2A>). Водночас, отримані наукові результати здобувачів публікуються у збірниках матеріалів конференцій (<https://cutt.ly/xVGBMhL>). За додатковим запитом ЕГ надано інформацію щодо публікації результатів наукових досліджень здобувачів (С.Надіївська, Д.Манзевита, П.Козин, Я.Новосад, О.Рожнів). Результати наукових досліджень НПП оприлюднюються у вигляді монографій, наукових статей, доповідей на наукових конференціях, інших наукових заходах (<https://cutt.ly/kVG4qAY>). Під час зустрічей 6, 10 з'ясовано, що поряд з викладацькою діяльністю НПП беруть активну участь у реалізації практичних проектів, із залученням окремих здобувачів вищої освіти. Зокрема, проф. І.Благуна та доц. С.Шурпа у межах компетенції дисциплін здійснюють наукове консультування

підприємств (<https://cutt.ly/7VG5X4q>; <https://cutt.ly/QVHqRKG>) займаються неформальною освітою; доц. Н.Гречаник є радником міського голови м. Івано-Франківськ, та розробником, учасником проєктів пов'язаних з розвитком міста (<https://cutt.ly/UVG7NeD>). На кафедрі здійснюється науково-дослідна робота: «Конвергенція та інтеграція регіонів України в Європейський економічний простір: зміст, формування та перспективи розвитку» (ДР 0113U003549). Водночас, подана на затвердження науково-дослідна тема: «Методичне забезпечення становлення діджитал маркетингу в Україні» (кер. проф. І.Благуно). На кафедрі функціонує з наукових гуртки: «Проблеми формування та управління асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг у контексті виходу на зовнішні ринки» (<https://cutt.ly/CVGNdW>), «Новітній маркетинг» (<https://cutt.ly/VVGMiKE>), «Marketing» (<https://cutt.ly/nVGMkOh>). Поєднання навчання, проведення наукових досліджень, їх практичної імплементації під час реалізації ОП підтверджується участю здобувачів Т.Баляк та Д.Рижих у складі команди «Marketing PNU» у II Міжнародній олімпіаді зі спеціальності Маркетинг (диплом III ступеня у номінації «Презентація»). Здобувачка О.Майданська у складі команди економічного факультету стала призером міжнародного конкурсу «Золотий компас» (III-тє місце у секції Маркетинг).

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

Оновлення змісту ОК у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» відбувається відповідно до Положенні «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу...» (<https://cutt.ly/vVGDrdR>). З матеріалів звіту про самооцінювання, та на зустрічах 2, 4, 6, 10 ЕГ з'ясовано, що ініціювання оновлення ОП може здійснюватись: 1) керівництвом ЗВО, структурного підрозділу, що виражається внесенням змін до циклу дисциплін гуманітарної підготовки (за рішенням ВР університету), внесенням змін до циклу самостійного вибору студента (за рішенням ВР навчальних підрозділів); 2) викладачами, за результатами участі у наукових конференціях, круглих столах, проходження стажування (в т. ч. за кордоном) з метою впровадження актуальних наукових досягнень і сучасних практик у галузі маркетингу; 3) стейкхолдерами-роботодавцями, під час розробки ОП та у процесі комунікацій із Гарантом і членами групи забезпечення, а також за результатами прогнозування розвитку галузі та потреб суспільства; 4) здобувачами, під час освітнього процесу. ЕГ констатує факт, що силабуси всіх обов'язкових освітніх компонентів ОП затверджені на засіданні кафедри 31 серпня 2022 р. перед початком навчального року. Водночас, на сторінці кафедри розміщені силабуси обов'язкових та вибіркових ОК ОП 2020р. Слід відмітити, що структура та зміст силабусів ОК ОП 2022р. у порівнянні з силабусами ОП 2020р. зазнала змін в сторону спрощення та зменшення інформації. Відповідно до висновків та рекомендацій попередньої експертизи ОП у силабусах оновлено список рекомендованої літератури, включено сучасні видання міжнародного рівня. На 2022-2023н.р. здобувачам запропонована оновлена тематика кваліфікаційних робіт, яка є актуальною, має теоретичне і прикладне значення, відповідає сучасному стану та перспективам розвитку науки, а також враховує особистий інтерес здобувача.

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

Інтернаціоналізація діяльності ЗВО реалізовується в контексті Стратегії інтернаціоналізації університету (<https://cutt.ly/fVHx17z>), а також студентської мобільності (<https://cutt.ly/SVHx7Ca>). Діяльність ЗВО щодо організації академічної мобільності учасників освітнього процесу, загального порядку організації різних програм академічної мобільності на території України та за кордоном регламентується Положенням «Про академічну мобільність учасників учасників освітнього процесу...» (<https://cutt.ly/WV8o6bp>). Інформація про академічну мобільність студентів, аспірантів, викладачів, про міжнародні стипендійні програми, конкурси, гранти знаходиться у вільному доступі на сайті університету (<https://cutt.ly/nVHFbEd>). Також оприлюднена інформація про наявність угод про співпрацю із 70-ма ЗВО із 21 країни світу (<https://cutt.ly/SVHx7Ca>). На сторінці кафедри розміщено угоди про співпрацю між ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» і трьома зарубіжними ЗВО, проте не визначено місце кафедри менеджменту і маркетингу в реалізації цих угод. Водночас, на зустрічі 8 начальник відділу міжнародних зв'язків підтвердила факт того, що здобувачі ОП Маркетинг не беруть участь у проєктах академічної мобільності, аргументуючи це обмеженими можливостями для вільного пересування між країнами внаслідок введення карантину та запровадження воєнного стану в Україні. Викладачі кафедри брали участь у реалізації проєктів ЄС TEMPUS «BUSEEG-RU-UA», грантгоlder - Віденський економічний університет, Австрія (<https://cutt.ly/SVHmdAK>) та ЄС ERASMUS+ITE-VE, грантгоlder – Університет Констанц, Німеччина. (<https://cutt.ly/JVHm16Y>). Результати реалізації зазначених грантових проєктів були продемонстровані ЕГ під час онлайн огляду матеріальної бази, що використовується у процесі реалізації ОП. Гарант програми Благуно І.І. у 2018р. пройшов міжнародне наукове стажування у Higher school of Social and Economic in Przeworsk, (м. Пшеворськ, Польща) (<https://cutt.ly/sVHPiZh>). Члени проєктної групи Н.Гречаник та С.Шурпа пройшли міжнародне наукове стажування «Європейська та польська системи вищої освіти: практика, досвід, інноваційні методи навчання» в Університеті економіки, (м. Бидгощ, Польща). НПП групи забезпечення також підвищують свою кваліфікацію шляхом публікацій в іноземних наукових виданнях, в тому числі, які індексуються у базах даних Scopus, Web of Science (зокрема, гарант програми Благуно І.І.). Здобувачі освіти та НПП на ОП мають вільний доступ до міжнародних інформаційних ресурсів та баз даних, що здійснюється через сайт наукової бібліотеки університету (<https://cutt.ly/9VHSDQw>).

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

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.**

Використання форм і методів навчання (зокрема, проведення лекцій-дискусій, застосування «технології перевернутого класу», розв'язання ситуаційних завдань, кейсів та «живих кейсів») у цілому забезпечує досягнення програмних результатів навчання. Освітній процес за ОП реалізовується в рамках студентоцентрованого підходу та принципів академічної свободи. Учасники освітнього процесу отримують інформацію щодо освітніх компонент у вигляді силабусів дисциплін, які розміщені у вільному доступі на сайті ЗВО. Здобувачі вищої освіти мають можливість брати активну участь у функціонуванні трьох наукових гуртків, на засіданнях яких розглядаються теоретичні на практичні аспекти сучасного маркетингу, у тому числі із залученням випускників ОП. НПП групи забезпечення беруть участь у позавикладацькій діяльності, в т.ч. в органах місцевого самоврядування, активно займаються неформальною освітою, що дає можливість оновлювати освітні компоненти на основі отриманого практичного досвіду. Серед позитивної практики ЕГ відмічає врахування гарантом та групою забезпечення недоліків та рекомендацій ЕГ попередньої акредитаційної експертизи ОП за критерієм 4 у повній мірі.

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

Здобувачі ОП не беруть участь у міжнародних грантових проєктах та не є учасниками міжнародної академічної мобільності. Рекомендовано активізувати участь здобувачів у міжнародній академічній мобільності; продовжувати формувати міжнародні зв'язки з метою реалізації спільних проєктів у рамках підписаних угод з кафедрою менеджменту та маркетингу ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

### **Рівень відповідності Критерію 4.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.**

Процес викладання та навчання за ОП Маркетинг забезпечує досягнення цілей та програмних результатів навчання. ОП має значний рівень узгодженості з вимогами за підкритеріями 4.1, 4.2, 4.3, 4.4. Мають місце певні недоліки за критерієм 4.5, що можуть бути усунені у процесі реалізації освітньої програми.

## **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.**

Прозорість критеріїв оцінювання досягається тим, що інформація щодо контрольних заходів знаходиться у силабусах ОК у відкритому доступі на сайті ЗВО. Контрольні заходи та їх форми, критерії визначаються Порядком організації та проведення оцінювання успішності студентів (<https://cutt.ly/7VCAA16>), згідно з яким система оцінювання знань здобувачів із кожної навчальної дисципліни включає поточний, модульний, семестровий контроль знань. На перших заняттях НПП знайомить здобувачів з процедурою проведення контрольних заходів та системою оцінювання, що підтверджено на зустрічі 4. Оцінки, отримані здобувачем за кожен вид роботи доводяться до здобувача у день його проведення. Графік іспитів фіксується електронним розкладом, розміщеним на сайті університету. Оцінювання здійснюється за національною, 100-бальною (50б. на семінарських заняттях та 50б. за екзамен) та шкалою ЄКТС («відмінно» – 90-100б., «добре» – 70-89б., «задовільно» – 51-69б., «незадовільно» – до 50б.). У силабусах наведено систему оцінювання курсу, оцінювання відповідно до графіку навчального процесу. На зустрічах 1, 10 з'ясовано, що окрім можливості отримати бали на семінарах, за самостійну роботу, виконання індивідуальних занять, на заліку/іспиті з окремих ОК (ОК2, ОК4, ОК6, ОК9) здобувачі можуть отримати до 10 балів на лекціях. ЕГ звертає увагу на непропорційність розподілу балів за тижнями навчання (ОК5). У силабусах ОК ОП 2022 р. по окремим ОК (ОК2, ОК4, ОК9), відсутність розподілу балів за тижнями навчання (ОК5). У силабусах ОК ОП 2020 р. система оцінювання курсу є більш інформативною: деталізовано загальну систему оцінювання курсу; семінарських занять; самостійної роботи; письмових робіт; визначаються умови допуску до підсумкового контролю. Водночас, в таблиці «Організація навчання курсу» загальна максимальна кількість балів не завжди дорівнює 50б., (ОК4 - 47, ОК6 – 40, ОК7 – 43, ОК9 – 40, ОК10 – 40, ОК4 – 40, ОК5 – 40, ОК7 – 43.), за окремими ОК ця сума перевищує 50б. (ОК8 – 60, ОК8 – 60) і не уточнено, яким чином здобувач може врегулювати різницю в балах. Для проведення контрольних заходів використовується сервер дистанційного навчання, що було підтверджено на зустрічі 4. На зустрічі 11 було надано інформацію щодо наявності тестових завдань на сервері дистанційного навчання. На додатковий запит ЕГ надано робочі програми ОК2, ОК7 у структурі яких є зразок екзаменаційного білета, який складається з 4-ох

завдань, одне з яких - вирішення тестів, в т.ч. на сервері дистанційного навчання. Атестація випускників ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, критерії оцінювання якої визначені методичними рекомендаціями до написання та захисту дипломної роботи (<https://cutt.ly/gVGXwrY>). ЕГ встановила, що в ОП форми семестрового контролю в межах одного циклу обов'язкових дисциплін різняться: за одними ОК - екзамен, за іншими - залік. На зустрічі 4 невдоволені чи зауважені з боку здобувачів щодо системи контролю знань виявлено не було.

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

ОП Маркетинг передбачено, що формою атестації здобувачів є захист кваліфікаційної роботи, що відповідає Стандарту вищої освіти спеціальності Маркетинг другого (магістерського) рівня освіти (Наказ МОН України № 960 від 10.07.2019 р.). Для проведення атестації формується екзаменаційна комісія. Формування складу, організація, порядок роботи, підведення підсумків роботи екзаменаційної комісії у ЗВО регулюється Положенням «Про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (<https://cutt.ly/SVLIXZb>). Згідно методичних рекомендацій до написання та захисту дипломної роботи за другим (магістерським) РВО (<https://cutt.ly/gVGXwrY>) кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми в сфері сучасного маркетингу, тобто проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов та вимог, що сприяє набуттю інтегральної компетенції.

## **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.**

Правила проведення контрольних заходів є доступними учасникам освітнього процесу, знаходяться у відкритому доступі та регламентуються такими документами: Положенням «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти...» (<https://cutt.ly/oBet7Tb>); Порядком організації та проведення оцінювання успішності студентів...» (<https://cutt.ly/MVLJ4ci>); Положенням «Про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії...» (<https://cutt.ly/SVLIXZb>); Наказом ректора «Про використання тестової форми проведення семестрових екзаменів та підсумкової атестації» (<https://cutt.ly/yVLKN6w>). Моніторинг якості освітнього процесу у формі опитування, тестування сприяє забезпеченню об'єктивності оцінювання контрольних заходів. Цьому ж сприяє практика оцінки знань у тестовій формі з використанням комп'ютерних технологій відповідно до зазначеного вище наказу ректора. Для студентів, які навчаються за індивідуальним графіком також передбачено контроль якості знань (<https://cutt.ly/uVZgX37>). Процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів регламентуються у ЗВО такими Положеннями: «Про запобігання академічному плагіату...» (<https://cutt.ly/oVLVfP1>); «Про Комісію з питань етики та академічної доброчесності...» (<https://cutt.ly/RVLVT8h>); «Про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів» (<https://cutt.ly/MVLJ4ci>) та Кодексом честі ЗВО (<https://cutt.ly/LVLV7Ma>). Згідно п.8.3. Положення «Про організацію освітнього процесу...» (<https://cutt.ly/vVGDrdr>) здобувачам, які одержали під час екзаменаційної сесії одну-три незадовільні оцінки, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість у встановлені терміни. Повторне складання екзаменів допускається не більше двох разів з кожної ОК: один раз викладачеві, другий – комісії, яка створюється керівником навчального структурного підрозділу. Друга перездача реалізується виключно у тестовій формі. Рішення комісії є остаточним. Якщо здобувач повторно отримав незадовільну оцінку, то його відраховують з університету за академічну неуспішність або скеровують (за його згодою) на повторне вивчення дисципліни. Порядок оскарження процедури та результатів контрольних заходів регламентуються Положенням «Про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів» (п.7 «Порядок оскарження результатів (семестрового) підсумкового контролю» (<https://cutt.ly/MVLJ4ci>)). Здобувачі мають право звернутися до завідувача кафедри, щодо оскарження (апеляції) результатів семестрового (підсумкового) контролю, який своїм розпорядженням створює апеляційну комісію у складі з 3-ох викладачів, в т.ч. викладача, дії якого оскаржуються, та розглядає апеляцію в присутності здобувача. Рішення апеляційної комісії є остаточним, оскарженню не підлягає, доводиться до відома здобувача, який підтверджує це особистим підписом в протоколі апеляційної комісії. Під час зустрічі 4 здобувачі виявились поінформованими про можливість оскарження результатів контролю, та не змогли навести приклади виникнення конфліктних ситуацій.

## **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.**

В університеті політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності регулюються такими загальнодоступними документами: Положенням «Про запобігання академічному плагіату...»

(<https://cutt.ly/oVLVfP1>); Положенням «Про Комісію з питань етики та академічної доброчесності...» (<https://cutt.ly/RVLVT8h>); Кодексом честі ЗВО (<https://cutt.ly/LVLV7Ma>). Інституційно академічна доброчесність реалізується Відділом запобігання та виявлення корупції, який забезпечує приймання та розгляд повідомлень, в тому числі від викривачів про можливі факти вчинення працівниками університету корупційних або пов'язаних з корупцією правопорушень а також Комісією з питань етики та академічної доброчесності. Також у ЗВО наявна Гаряча лінія з ректором та скриньки довіри. Під час зустрічей з, 9 підтверджено, що ЗВО використовує системи Unicheck (<https://unicheck.com/>) та Plagiat.pl (<https://plagiat.pl>) з метою виявлення текстових збігів/ідентичності/схожості у кваліфікаційних роботах здобувачів, в т.ч. ОП Маркетинг. При перевірці робіт визначена верхня межа можливих збігів у 25% тексту, в т.ч. і з власними працями. За час перевірки робіт 42 здобувачі були відраховані за виявлення плагіату в роботі, проте жоден з них не здобував освіти за ОП Маркетинг. Перевірка на плагіат здійснюється на безкоштовній основі у терміни передбачені графіком виконання кваліфікаційної роботи, але за бажанням здобувача може бути здійснена додаткова перевірка на платній основі. У випадку, якщо кваліфікаційна робота не допускається до захисту через виявлення плагіату до здобувача вищої освіти застосовуються заходи академічної відповідальності: від доопрацювання до відмови у захисті диплому та анулювання попередніх результатів. Відповідальність за виявлений плагіат несеться солідарно: як автором тексту, так і науковим керівником. Електронні версії робіт зберігаються у внутрішній системі програм перевірки на плагіат та у внутрішньому репозитарії, який адмініструється науковою бібліотекою, або на сторінці структурного підрозділу. Під час освітнього процесу здобувачів інформують про принципи академічної доброчесності, що підтвердила зустріч 4. З цією метою проводять зустрічі кураторів груп та/або гарантів ОП із здобувачами освіти, інформують про необхідність дотримання Кодексу честі університету, норм Положення «Про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності...». Ставлення здобувачів ЗВО до процедури дотримання академічної доброчесності з'ясовується під час періодичних опитувань.

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

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.**

Серед сильних сторін варто відмітити те, що контрольні заходи є чіткими, зрозумілими, інформація щодо них є доступною здобувачам, форма атестації здобувачів відповідає вимогам Стандарту; процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження є чітко регламентованими і відомими здобувачам. Позитивною практикою є використання університетом двох систем перевірки текстів наукових робіт на унікальність: Unicheck та Plagiat.pl.; залучення до проведення контрольних заходів за ОК ОП ресурсних можливостей сервера дистанційного навчання; відсутність випадків академічної недоброчесності на ОП в результаті перевірки випускних кваліфікаційних робіт.

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

Застосування різних форм семестрового контролю в межах одного циклу обов'язкових дисциплін; непропорційність розподілу балів за тижнями у силабусах окремих ОК ОП. Рекомендовано із врахуванням автономії та за можливості застосовувати для всіх обов'язкових ОК одного циклу одну форму контролю – екзамен; забезпечити пропорційний розподіл балів в силабусах усіх дисциплін.

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

Рівень В

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.**

Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та заходи з популяризації принципів академічної доброчесності мають високий рівень узгодженості вимогам за підкритеріями 5.2, 5.3, 5.4. Мають місце певні недоліки за підкритерієм 5.1, що можуть бути усунені у процесі реалізації освітньої програми.

### **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.**



Академічна та професійна кваліфікація НПП, задіяних до реалізації ОП «Маркетинг», забезпечує досягнення визначених відповідною ОП цілей та ПРН, адже освітній процес за цією ОП забезпечують висококваліфіковані НПП. Гарант та склад групи забезпечення спеціальності дозволяють на належному рівні здійснювати підготовку здобувачів ВО. Після попередньої умовної акредитації реалізовано ряд змін, які підтверджено наказами, що отримано на запит ЕГ <https://cutt.ly/rBtO3TZ> та <https://cutt.ly/QBtPPwX>: відбулось переобрання гаранта ОП, змінився склад проєктної групи, змінився завідувач кафедри менеджменту і маркетингу, що, на думку ЕГ, позитивно відобразилось на реалізації ОП. Така інформація знайшла своє підтвердження в ході зустрічей 3, 4, 6, 7, 9. На основі даних Таблиці 2. Зведена інформація про викладачів ОП до Відомостей про СО та наданих документів на запит ЕГ <https://cutt.ly/3BtDQKC> проаналізована базова освіта, стаж роботи, публікації, науковий ступінь, вчене звання тощо. Так, гарант, професор Благуна І.І. має 9 пунктів педагогічності, з яких 7 відповідають предметній області. Доценти Шурпа С.Я., Васильченко С.М. та проф. Зварич І.Д. мають 5 пунктів педагогічності, проф. Романюк М.Д. має 8 пунктів, а доцент Мигович Т.М. 9 пунктів, тобто НПП відповідають ліцумовам і, зокрема, пп. 37, 38 щодо досягнень у профдіяльності та мають не менше 4-х досягнень за останні п'ять років. НПП мають достатню публікаційну активність щодо фахових публікацій саме за тематикою ОК, які вони викладають та через наявність публікацій, які проіндексовані у МНМБ Scopus і WoS та у фахових виданнях України. Проте, частині викладачів необхідно посилити публікаційну активність щодо фахових публікацій за тематикою ОК, які вони викладають. НПП постійно вивчають досвід провідних підприємств, відвідують конференції, курси (у т.ч. на платформах Prometheus та Coursera) та отримують сертифікати за результатами інформальної освіти щодо участі в у вебінарах, за гуртки та онлайн-курси. ЕК встановлено відповідність сертифікатів підвищення кваліфікації НПП предметній області ОК. НПП консультують бізнес, наприклад, довідка Благуна І.І. від ТзОВ «Фірма «Надія» від 23.09.2020 року №01-6/375, довідка Шурпи С.Я. від ТзОВ «Фірма «Надія» від 29.11.2021 року №01-6/203 на основі договору про співпрацю з ТзОВ «Фірма «Надія» від 11.10.2018 року №51с/18, посвідчення Гречаник Н.Ю. №709 радника міського голови міста Івано-Франківська, які надані за запит ЕГ.

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

Процедури конкурсного добору викладачів є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП «Маркетинг». Зокрема процедура конкурсного добору НПП ПНУ ім. В. Стефаніка відповідає чинному законодавству, про що підтверджено на зустрічі 9 та регулюються Положенням «Про порядок заміщення посад НПП» <https://cutt.ly/aBvгHVi>. ЕГ підтверджує структурованість та достатню прозорість процедури відбору НПП, що діє в ПНУ ім. В. Стефаніка. НПП мають необхідний рівень професіоналізму для успішної реалізації ОП «Маркетинг», тобто викладачі мають кваліфікацію, яка відповідає ОК згідно з Рекомендаціями Національного Агентства, зокрема: науковий ступінь (вчене звання); досвід науково-педагогічної діяльності; наукові публікації, пов'язані зі спеціалізацією ОК; досвід практичної роботи та інші показники професійної активності, що зазначено у Відомостях про самооцінювання та Таблиці 2. Зведена інформація про викладачів ОП. На зустрічі 9 підтверджено, що під час проведення конкурсу на заміщення посад НПП саме їхній професіоналізм та спроможність забезпечити викладання відповідно до цілей ОП є вирішальними для результатів конкурсного добору. Конкурс на заміщення посад НПП проводиться з дотриманням таких принципів: відкритості, гласності, таємного та вільного волевиявлення, добровільної участі у виборах, демократичності, забезпечення рівності прав учасників виборів. У ході зустрічі 9, ЕГ підтвердила, що професор, доцент, старший викладач обираються за конкурсом таємним голосуванням строком до 5 років, але не менше 2 років. Кандидатури претендентів на обрання обговорюються на засіданнях кафедр, факультетів в їх присутності або за рішенням трудового колективу без їх участі. Під час обговорення враховується спеціальність і кваліфікація за дипломом про вищу освіту, науковий ступінь, вчене звання, науково-практичні досягнення й кількість наукових праць, підвищення кваліфікації/стажування за останні п'ять років як в Україні, так і за кордоном, обсягом не менше 180 годин тощо. Висновки кафедри про професійні та особистісні якості претендентів затверджуються голосуванням та передаються на розгляд конкурсної комісії. Конкурсна комісія ПНУ ім. В. Стефаніка при проведенні конкурсу на заміщення посад НПП враховує інформацію про види та результати професійної діяльності кандидата за спеціальністю, а також враховує рейтинг та оцінку студентів. Здійснюється моніторинг професіоналізму НПП, що підтверджується інформацією із зустрічей 4, 9, 11. Зокрема, в ЗВО здійснюється опитування студентів щодо ефективності роботи НПП з точки зору освітнього процесу «Викладач очима студентів». ЕГ дійшла висновку, що все окреслене забезпечує формування такого колективу НПП, який має достатньо високий рівень професіоналізму для успішної реалізації ОП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО.

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

ПНУ ім. В. Стефаніка залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу. Зокрема роботодавці запрошуються до обговорення ОП та коригування її змісту, сприяють практичній підготовці, що було підтверджено у ході зустрічей 4, 6. Участь роботодавців передбачає і підписання угоди щодо проведення практики з студентами ЗВО; організації та контролю проходження практики студентами у конкретних підрозділах бази практики; виконанні завдань практики. Базами практики виступають підприємства (установи, організації) різних видів та форм власності; органи державної влади та місцевого самоврядування; громадські організації, з якими підписані угоди про проходження практики <https://cutt.ly/vBysdKa>. НПП у свою чергу проходять стажування на цих підприємствах. ЕГ підтверджує, що ПНУ ім. В. Стефаніка та кафедра менеджменту і маркетингу, а також гарант і члени проєктної групи активно залучають роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу, але доцільно залучати роботодавців на всі науково-практичні конференції, до роботи у конкурсах і не обмежуватись гуртками.

Активність роботодавців зумовлюється встановленням довгострокових відносин і взаємовигідністю співпраці через подальше працевлаштування кращих випускників ОП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО. Зокрема, здобувачі ОП «Маркетинг» після проходження виробничої практики неодноразово, на основі оцінки їх професійних компетентностей, отримували пропозицію працевлаштування (Кицька Оксана, Сарабин Тетяна, Білодід Лілія, Гулей Мар'яна, Рожнів Олег).

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

ПНУ ім. В. Стефаника залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців. Зокрема, безпосередньо на зустрічі 11 професор Зварич Ігор Теодорович підтвердив цей факт, окрім цього долучався і к.е.н, директор з маркетингу ПП «БК Ярковиця» Земляков І. Кафедра менеджменту і маркетингу ПНУ ім. В. Стефаника регулярно та систематично організовує зустрічі з професіоналами в галузі економіки, про що повідомляється на сайті та соціальних мережах. Зокрема, регулярно є зустрічі з провідним економістом світу, уродженцем Івано-Франківська, Романом Шереметою (Case Western Reserve University, Faculty Director of MBA Program в Weatherhead School of Management) <https://cutt.ly/kByur5> у 2018 році, <https://cutt.ly/8Bygnpz> у 2019 році. Кафедра менеджменту і маркетингу впровадила практику читання гостьових лекцій. Так, 26.11.2020 року проведено лекцію із випускником програми, відомим бізнесменом-мільйонером Богданом Боєчко, котрий працює на світових ринках агропродукції: <https://cutt.ly/kByhj0Y>. Цьому також сприяє наявність наукових гуртків та проектно-освітній центр «Агенти змін» ПНУ ім. В. Стефаника <https://cutt.ly/bBrSra6>. Так, в рамках проведення гуртка Marketing <https://cutt.ly/hVujQoV> та «Новітній маркетинг» <https://cutt.ly/СVujFOu> залучались випускники ОП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО, які діляться своїм досвідом формування кар'єрного шляху та доведенням до аудиторії інформації про сучасні маркетингові інструменти та технології, що свідчить про високий рівень залучення до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців.

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

Професійний розвиток викладачів ОП у ПНУ ім. В. Стефаника регулюється Положенням «Про стажування та підвищення кваліфікації наукових, педагогічних і науково-педагогічних працівників ПНУ ім. В. Стефаника» <https://cutt.ly/SByq3Gc>. Інформацію про підвищення кваліфікації, стажування штатних працівників зазначено на веб-сторінці кафедри менеджменту і маркетингу <https://cutt.ly/AVylouC>. На зустрічі 9 підтверджено, що ПНУ ім. В. Стефаника сприяє професійному розвитку викладачів, використовуючи матеріальне і нематеріальне стимулювання, зокрема фінансуючи видання монографій та фахових видань, що входять до міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science. Введено в дію Положення «Про заохочувальні відзнаки» <https://cutt.ly/fByzqGO>. У кожному структурному підрозділі проводиться рейтинг викладачів, відповідно до Положення «Про рейтингове оцінювання ефективності роботи науково-педагогічних працівників ПНУ ім. В. Стефаника» <https://cutt.ly/FBywuzZ> та Положення «Про рейтингове оцінювання ефективності роботи кафедри ПНУ ім. В. Стефаника» <https://cutt.ly/MBywkAX>. На зустрічах 8, 11 підтверджено, що процедуру моніторингу рівня професіоналізму викладачів у ПНУ ім. В. Стефаника здійснює навчально-науковий центр якості надання освітніх послуг і дистанційного навчання, одним із напрямів діяльності якого є проведення внутрішньоуніверситетського моніторингу. Здійснюється моніторинг професіоналізму НПП, що підтверджується інформацією із зустрічей 4, 9, 11. Зокрема, в ЗВО здійснюється опитування студентів щодо ефективності роботи НПП з точки зору освітнього процесу «Викладач очима студентів». ПНУ ім. В. Стефаника забезпечує підвищення фаховості викладачів через залучення до участі в міжнародних проектах <https://cutt.ly/dVuxbHE>. і в межах проекту Erasmus+ «Удосконалення практико-орієнтованої підготовки викладачів професійної освіти і навчання» (ITE-VET) №574124-EPP-1-2016-1-DE-EPPKA2-SVNE-JP: Університету Констанц (Німеччина), Віденського університету економіки і бізнесу (Австрія), Університету Валенсії (Іспанія). Разом з тим необхідно і далі готувати наукові розробки та подавати їх на різні конкурси, у т.ч. і Національного фонду досліджень України, а тому необхідно завершити процедуру затвердження профільної держбюджетної теми кафедри для проведення наукових досліджень.

#### **6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.**

ПНУ ім. В. Стефаника стимулює розвиток викладацької майстерності. Зокрема, під час зустрічі 9 було підтверджено те, що у колективному договорі <https://cutt.ly/hByvJfH>, який міститься у документах на сайті ЗВО передбачені преміювання, стимулювання творчої праці й педагогічного новаторства, надбавки працівникам. В ПНУ ім. В. Стефаника діє система стимулювання розвитку викладацької майстерності відповідно до Положення «Про підтримку НПП університету, які публікують праці у виданнях, що входять до наукометричних баз Scopus та Web of Science», <https://cutt.ly/wBybiEE>. Після завершення процедури рейтингування у структурних підрозділах, кращі викладачі отримують надбавки до посадового окладу. Для закінчення дисертаційних робіт, написання підручників, монографій НПП надається творча відпустка відповідно до Положення «Про порядок надання творчих відпусток» <https://cutt.ly/wBybiEE>. Моральною формою заохочення викладачів є відзнаки: медаль «За заслуги перед університетом», «Подяка ректора» відповідно до Положення «Про заохочувальні відзнаки» <https://cutt.ly/fByzqGO>. До форм нематеріального стимулювання можна віднести роботу навчально-методичного центру «Університет

обдарованої дитини», що діє при Науковому парку ПНУ ім. В. Стефаника <https://cutt.ly/IVynuli>. Отже, для стимулювання розвитку НПП у ПНУ ім. В. Стефаника використовуються традиційні методи роботи (інформування про конференції, гранти, стажування, проведення відкритих занять), а також НПП мають можливість пройти курси підвищення кваліфікації як на базі ЗВО, так і інших ЗВО як на території України, так і за кордоном.

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

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.**

НПП мають високу педагогічну активність, відповідають ліцумовам і, зокрема, пп. 37, 38, та мають не менше 5-х досягнень за останні п'ять років, що відповідають предметній області. Встановлено відповідність сертифікатів підвищення кваліфікації НПП предметній області ОК. Відзначимо структурованість та достатню прозорість конкурсу на заміщення посад НПП, що діє в ПНУ ім. В. Стефаника. Конкурсна комісія ПНУ ім. В. Стефаника при проведенні конкурсу на заміщення посад НПП враховує інформацію про види та результати професійної діяльності кандидата за спеціальністю, а також враховує рейтинг та оцінку студентів, тобто все окреслене забезпечує формування такого колективу НПП, який має достатньо високий рівень професіоналізму для успішної реалізації ОП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО. Роботодавці запрошуються до обговорення ОП та коригування її змісту, сприяють практичній підготовці через підписання угоди щодо проведення практики, подальшому працевлаштуванню кращих випускників ОП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО. Кафедра менеджменту і маркетингу ПНУ ім. В. Стефаника регулярно та систематично організовує зустрічі з професіоналами в галузі економіки, про що повідомляється на сайті та соціальних мережах, тобто залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців, які діляться своїм досвідом формування кар'єрного шляху та доведенням до аудиторії інформації про сучасні маркетингові інструменти та технології, що свідчить про високий рівень залучення до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців. ПНУ ім. В. Стефаника сприяє професійному розвитку викладачів, використовуючи матеріальне і нематеріальне стимулювання, зокрема фінансуючи видання монографій та фахових видань, що входять до міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science. ПНУ ім. В. Стефаника стимулює розвиток викладацької майстерності, адже передбачено і преміювання, і стимулювання творчої праці й педагогічного новаторства, і надбавки працівникам.

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

Частині викладачів необхідно посилити публікаційну активність щодо фахових публікацій за тематикою ОК, які вони викладають. Доречним було б створення Асоціації роботодавців, діяльність якої на постійній основі передбачатиме отримання від потужних роботодавців напрацювань і активне залучення їх на всі науково-практичні конференції, до роботи у конкурсах і не обмежуватись гуртками та аудиторними заняттями. Необхідно і далі готувати наукові розробки та подавати їх на різні конкурси, у т.ч. і Національного фонду досліджень України, а тому необхідно завершити процедуру затвердження профільної держбюджетної теми кафедри для проведення наукових досліджень.

### **Рівень відповідності Критерію 6.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.**

Зважаючи на наведені сильні сторони та позитивні практики, а також рекомендації щодо удосконалення ОП у контексті Критерію 6, ЕГ вважає, що людські ресурси ОП «Маркетинг» мають достатньо високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 6.2, 6.4 та 6.6. До того ж, враховуючи значну узгодженість за підкритеріями 6.1, 6.3, 6.5, зауваження з якого поправити можна досить оперативно, а також використовуючи голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, то відповідність людських ресурсів за Критерієм 6 є достатньо високою, адже недоліки є несуттєвими. Отже, склад, наукова спрямованість і кваліфікація, залученість до виконання міжнародних програм, стажування, професійна майстерність є достатні для успішної реалізації ОП «Маркетинг». НПП кафедри менеджменту і маркетингу забезпечує належний рівень відповідності академічної і професійної кваліфікації. Відмічаємо активний рівень включеності стейкхолдерів до організації освітнього процесу за ОП. Система професійного розвитку забезпечує досягнення цілей і ПРН. ПНУ ім. В. Стефаника забезпечує умови для професійного розвитку та постійного підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників.

## **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.**

Інформація про фінансові ресурси університету за 2011-2021 рр. знаходиться на сайті, у розділі «Публічна інформація - Фінансова діяльність» (<https://cutt.ly/SBwIzMv>), у вигляді звітів про надходження та використання коштів. Згідно цієї інформації, яка була ретельно проаналізована, ЕГ прийшла до висновку, що фінансові ресурси Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника у повній мірі задовольняють досягнення визначених ОП цілей та ПРН. ЕГ ознайомлювалася з матеріально-технічною базою університету, що використовується під час реалізації ОП та, безпосередньо, економічного факультету в режимі прямого ефіру. Відповідно до запиту ЕГ, гарантом надано презентацію матеріально-технічної бази університету. ЕГ також переглянуто віртуальний тур (<https://cutt.ly/QBwOtoq>) по ЗВО. Університет є сучасним і потужним навчально-науковим комплексом, має сучасну матеріальну та розвинену інфраструктуру. Університет використовує матеріально-технічні ресурси, необхідні для викладання дисциплін включених до ОП, що є достатніми для досягнення визначених цілей і результатів ОП. Відповідно до вимог даного підкритерію встановлено, що у навчальних аудиторіях є зручні меблі, інтерактивні дошки, мультимедійні проектори, на запит ЕГ отриманий рахунок № 46 від 12 січня 2018 р. про придбане обладнання в рамках проекту Tempus та ERASMUS. Поруч є комп'ютерні лабораторії, де здобувачі можуть користуватися комп'ютерами та планшетами, зони відпочинку, спортивні зали, актовий зал, бібліотека, окремі читальні зали для економістів, облаштована їдальня з телевізорами і т.д.. У цей час у ЗВО навчання проходить дистанційно з використанням власного удосконаленого програмного забезпечення «D-learn» (<https://cutt.ly/fBwZ7hd>), що підтвердилося на зустрічах з усіма учасниками освітнього процесу. Електронну бібліотеку університету (<https://cutt.ly/aBwOHoM>) наповнено фондами для здобувачів цієї ОП. ЕГ зазначає, що бібліотечний фонд ЗВО забезпечений сучасними читальними залами, центрами для коворкінгу та залами для роботи з електронними каталогами. Всі зали освітлені та відповідають нормативним вимогам щодо безпеки праці. Потреба студентів у гуртожитках забезпечує усіх бажаючих. ЕГ з'ясувала наявність необхідного для реалізації ОП навчально-методичного забезпечення: ОП забезпечена науково-методичними розробками, посібниками, підручниками та іншими інформаційними ресурсами необхідними для її реалізації. На запит ЕГ отриманий перелік літератури з економічного напрямку іноземною мовою. Також, на запит отриманий перелік програмного забезпечення, який використовується під час викладання певних ОК за фахом. ЕГ встановила, що наповнення фондів бібліотеки, навчально-методичне забезпечення, наявне сучасне обладнання та програмне забезпечення, фінансові ресурси є достатніми для реалізації ОП.

### **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.**

Під час експертизи встановлено, що доступ викладачів та здобувачів до інфраструктури та інформаційних ресурсів – є безоплатним. У бібліотеці працюють читальні зали, у вільному доступі є електронний каталог сучасної навчальної літератури. 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 із здобувачами вищої освіти та представниками студентського самоврядування. Для здобувачів створено можливості користування лабораторією виховної та психолого-педагогічної роботи, молодіжним центром «PARAGRAPH», медичним пунктом та стадіоном у вільний від навчання час. Все це підтверджено на зустрічах з гарантом, НПП, здобувачами та студентським самоврядуванням.

### **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.**

Під час огляду матеріально-технічної бази встановлено, що освітнє середовище є цілком безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти. На зустрічі зі здобувачами з'ясовано, що в аудиторіях затишно, з ними регулярно проводяться роз'яснювальні бесіди та інструктажі з техніки безпеки, наявні вогнегасники. Умови проживання в гуртожитках задовольняють потреби здобувачів: кімнати облаштовані для 3-ох або 4-ох осіб, у приміщенні є тренажерний зал, зона відпочинку – кампус, де проводяться зустрічі, збори, обговорення. У коридорах гуртожитків і приміщеннях університету є засоби протипожежної безпеки, плани евакуації. ЕГ дійшла до висновку, що освітнє середовище дозволяє задовольнити потреби та інтереси здобувачів. ЕГ з'ясувала, що під час прийняття рішень стосовно організації освітнього середовища, вирішальним чинником, що береться до уваги – є потреби та інтереси студентів, у ЗВО – студентоцентризований підхід, що підтверджено під час фокус-груп з гарантом, адміністрацією, НПП. Також, у контексті цього підкритерію, з'ясовано, що під час прийняття рішень щодо організації освітнього середовища першочерговими є потреби та інтереси студентів, що підтверджують зустрічі з керівництвом та НПП. Також на зустрічі зі студентським самоврядуванням ЕГ дізналася про те, що ЗВО активно співпрацює з органами студентського самоврядування, на потреби органу виділяються фінансові ресурси, керівництво щире та відкрите до здобувачів і вони задоволені співпрацею з ректоратом та деканатом. В університеті функціонує навчально – виробнича лабораторія виховної та психолого-педагогічної роботи (<https://cutt.ly/ABw1haL>), до якої здобувачі мають можливість звертатися з особистими чи іншими проблемними питаннями. Варто відмітити, що розроблений наказ

ректора № 102 від 24 лютого 2022 р. «Щодо функціонування університету під час запровадження воєнного стану чи інших потенційних загроз» (<https://cutt.ly/IBw1oeD>).

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

ЕГ з'ясувала, що підтримка здобувачів забезпечується шляхом організаційного, інформаційного, та соціального супроводу. На зустрічах зі здобувачами та самоврядуванням зрозуміло, що робота ЗВО проводиться якісно, забезпечується організаційна підтримка, наявна ефективна індивідуальна взаємодія викладачів із студентами. Здобувачами, самоврядуванням під час фокус-груп були підкреслені позитивні та ефективні взаємовідносини із ЗВО. При розмові зі студентським сенатом встановлено, що здобувачам надається якісна організаційна та інформаційна підтримка (будь-який студент може без зайвих проблем отримати швидко довідку, знайти на сайті ЗВО інформацію, яка його цікавить). Консультативну і соціальну підтримку надає Навчально-виробнича лабораторія виховної та психолого-педагогічної роботи при університеті (отримання консультацій з приводу кар'єрного старту, психологічна підтримка). 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. Також створено недержавний фонд стипендіальної підтримки студентів (<https://cutt.ly/IBw3xrz>). Водночас, у ЗВО не регламентовано порядок надання різних видів підтримки здобувачам вищої освіти, у т.ч. підтримки осіб з особливими потребами, під час дистанційного навчання.

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

Протягом експертизи з'ясовано, що університет вживає усі залежні від нього заходи для забезпечення умов для здобуття права на освіту здобувачам з особливими освітніми потребами. Під час огляду матеріально-технічної бази експертна група побачила, що у ЗВО наявні відповідні входні двері, пандуси, поручні і спеціальні туалетні кімнати для таких осіб. В контексті цього підкритерію, у ЗВО розроблені наступні нормативно-правові документи: положення «Про порядок навчання студентів за індивідуальним графіком» (затверджено наказом ректора № 768 від 4 грудня 2014 р. зі змінами від 25 вересня 2019 р., <https://cutt.ly/oVeKCAt>), план графік пристосування приміщень в питанні задоволення потреб осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп (<https://cutt.ly/4BeLk5u>). На ОП здобувачів з особливими потребами немає, що підтверджено під час фокус-груп. Отож, ЕГ пересвідчилася в тому, що ЗВО вжив усіх розумних, залежних від нього заходів, аби забезпечити умови для здобуття права на освіту тим здобувачам, які мають особливі освітні потреби.

#### **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.**

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у Прикарпатському національному університеті визначені у відповідності до чинного законодавства України, а також у таких нормативно-правових актів університету, як: Статут університету (<https://cutt.ly/mBe1TYQ>), у якому визначено право здобувачів освіти на захист від будь-яких форм експлуатації, фізичного та психічного насильства, Порядок реагування на доведені випадки булінгу (цькування) і насильства у закладі освіти та відповідальність причетних осіб, положення «Про організацію запобігання та протидії насильству (в тому числі булінгу) в освітній громаді університету» (наказ ректора №148 від 31 березня 2022р., <https://cutt.ly/kVe3Fmd>). Під час роботи з'ясовано, що конфліктних випадків під час реалізації ОП «Маркетинг» не виникало, це підтверджено здобувачами і викладачами. Зі слів учасників освітнього процесу встановлено, що кафедра проводить різні види бесід зі студентами. Виховна робота за даною проблематикою періодично проводиться на кураторських годинах. На зустрічі зі здобувачами встановлено, що конфліктних і дискримінаційних ситуацій під час реалізації ОП не виявлено. Здобувачами наголошено, що в університеті постійно дють телефон довіри та електронна скринька довіри. ЕГ пересвідчилася в тому, що правила вирішення конфліктних ситуацій чіткі і зрозумілі для всіх учасників освітнього процесу й передбачають процедури щодо розгляду повідомлень про сексуальні домагання, дискримінацію та корупцію. Щодо інституційного забезпечення – у ЗВО наявна відповідальна особа з питань запобігання корупції, що підтверджено під час зустрічі із допоміжними підрозділами.

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

##### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.**

Матеріально-технічна база на рівні, здатному забезпечити досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання. Наповнення фондів бібліотеки, навчально-методичне забезпечення, сучасне обладнання та програмне забезпечення є достатніми для реалізації ОП та забезпечує безперешкодне досягнення визначених ОП цілей та ПРН. ЗВО надає безоплатний доступ учасникам освітнього процесу до інформаційних ресурсів та відповідної інфраструктури, потрібної для навчання, викладацької та наукової діяльності. Освітнє середовище є безпечним для життя і здоров'я студентів, дозволяє задовольнити їхні потреби та інтереси. Університет створює умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами та забезпечує необхідні види підтримки для здобувачів, що навчаються за даною ОП.

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

У ЗВО не регламентовано порядок надання різних видів підтримки здобувачам вищої освіти, у т.ч. підтримки осіб з особливими потребами, під час дистанційного навчання. Рекомендовано налагодити механізми надання усіх видів підтримки (освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна) здобувачам вищої освіти, у т.ч. підтримки осіб з особливими потребами для умов дистанційного навчання.

### **Рівень відповідності Критерію 7.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.**

Відповідно до визначених сильних сторін та позитивних практик, а також наведених рекомендацій щодо удосконалення ОПП у контексті Критерію 7, ЕГ вважає, що освітнє середовище та матеріальні ресурси ОПП «Економіка» початкового рівня вищої освіти мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 7.1-7.3 та 7.5, 7.6, достатній рівень узгодженості за підкритерієм 7.4. Фінансові та матеріально-технічні ресурси, а також навчально-методичне забезпечення ОП достатні для досягнення цілей та ПРН. Наявний безкоштовний доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів. Освітнє середовище є безпечним для життя і здоров'я студентів, створені належні умови щодо реалізації прав на освіту особам з особливими освітніми потребами, наявні чіткі та зрозумілі політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій, надаються усі види підтримки здобувачам вищої освіти. Взагалі, освітнє середовище та матеріальні ресурси повністю відповідають вимогам цього критерію, з недоліками, що не є суттєвими, а скоріше є рекомендаціями для ЗВО стосовно удосконалення ОП у контексті цього критерію.

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

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регламентуються Положенням «Про освітні програми...» (<https://cutt.ly/CVMGaEi>), відповідно до якого розроблення нової ОП включає такі етапи: формування робочої групи ОП; аналіз актуальності ОП та оцінювання достатності наявних ресурсів; визначення профілю ОП; визначення освітнього змісту ОП; розроблення системи оцінювання якості ОП з метою її удосконалення. Затвердження ОП здійснюється за розпорядженням декана про створення робочої групи з розробки (перегляду) ОП. Кафедра, яка була ініціатором запровадження ОП оприлюднює її на сайті ЗВО з метою відкритого публічного обговорення. Після громадського обговорення кафедра на своєму засіданні затверджує/не затверджує проєкт ОП. У разі позитивного рішення проєкт затверджується ВР факультету, навчально-методичним відділом, науково-методичною радою ЗВО, Вченою радою, Ректором. Постійний моніторинг ринку праці, наявність зворотного зв'язку із академічною спільнотою, із здобувачами ОП, роботодавцями, ініціатива гаранта є інформаційною передумовою для перегляду ОП. ОП щорічно частково оновлюють у частині всіх компонентів, крім цілей і програмних результатів навчання. Відповідно до протоколу №1 ВР від 02.02.2021р. та наказу ректора № 22/06-12-с від 04.02.2021р. затверджено уточнений кадровий склад ОП та кадровий склад освітнього процесу. При оновленні ОП Маркетинг 2022 р. були враховані пропозиції стейкхолдерів (Витяг з протоколу №12 засідання кафедри менеджменту і маркетингу від 28.05.2021р., <https://cutt.ly/IV153u>). Зокрема, було прийнято пропозицію Р.Короля щодо введення в цикл загальної підготовки ОП ОК «Глобальна економіка». Решту пропозицій Р.Харука, Т.Кубарича, Г.Берлін, М. Гулей стосовно нових ОК враховано при формуванні переліку вибіркових компонентів ОП, що було підтверджено стейкхолдерами на зустрічі 6. У ЗВО створено (наказ ректора №896 від 27.12.2019р.) Центр забезпечення якості (<https://cutt.ly/IVMNXVw>), що здійснює моніторинг освітньої діяльності, академічної доброчесності та формує аналітичні дані академічної діяльності для ефективного управління якістю освіти. Серед основних функцій Центру слід виокремити: вивчення ставлення здобувачів щодо якості освіти: викладання, ОП і ОК; вивчення ставлення викладачів щодо якості освіти: організації освітнього процесу, управління ЗВО; вивчення ставлення роботодавців щодо обсягів та якості знань і умінь, необхідних для працівників; вивчення ставлення

випускників щодо їх задоволеності освітою, та шляхів її покращення; збір статистичної інформації про якість освіти у ЗВО, у т.ч. вивчення незалежних рейтингів та державної статистики; розроблення загально-університетської документації у сфері якості освіти; координація робіт з розробки документації структурних підрозділів у сфері якості освіти.

## **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.**

Центр забезпечення якості здійснює опитування здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/UVM7s4S>), результати якого розглядаються на засіданні кафедри, економічного факультету (за потреби - Вченої ради університету). Зокрема, проводить опитування щодо провадження ОП (<https://cutt.ly/iV1qivJ>). Пропозиції здобувачів ОП щодо вдосконалення ОП акумулюються гарантом та НПП протягом усього часу провадження освітнього процесу в різних формах - під час навчання, індивідуальних занять, опитування, через форму зворотного зв'язку. Процедура опитувань здобувачів, структура опитувальників, методологія проведення анкетування, опрацювання та оцінка результатів регламентуються Положенням «Про моніторинг і оцінювання процесів забезпечення якості освіти» (<https://cutt.ly/IV1r6fK>). В цьому положенні також наводяться зразки анкети для опитувань здобувачів. Оцінка якості роботи НПП здійснюється за допомогою соціологічного моніторингу «Викладач очима студента» (<https://cutt.ly/MVM5TL6>). Таке опитування проводиться після завершення екзаменаційної сесії кожного семестру. Отримані результати використовують для удосконалення якості навчання. З метою розширення участі здобувачів у моніторингу якості освіти та оцінюванні роботи НПП у ЗВО впроваджено систему студентського моніторингу якості освіти, функціонування якої регламентується Положенням «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти...» (<https://cutt.ly/oBet7tb>). П. 6.3.11. цього Положення передбачено створення факультетських груп, до складу яких входять старости академічних груп та керівники органів студентського самоврядування. Такий моніторинг проводиться двічі на рік, інформація про його результати і рекомендації передаються декану факультету та органам студентського самоврядування. Опитування спрямовані на оцінювання роботи НПП, оцінювання рівня забезпечення ресурсами освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти, якості та об'єктивності системи оцінювання, організації практики тощо. В рамках акредитації ОП Маркетинг 3-6 вересня 2022р. було проведено опитування здобувачів (<https://cutt.ly/6V1hO2X>). Узагальнені результати дослідження знаходяться у відкритому доступі на сайті ЗВО (<https://cutt.ly/RV1hsOu>). На зустрічах 4, 5 присутні здобувачі ОП Маркетинг, студентського самоврядування, підтвердили проведення періодичних опитувань, можливість надавати пропозиції щодо удосконалення освітнього процесу гаранту та НПП групи забезпечення. Наприкінці вивчення кожної ОК здобувачі мають можливість на сервері дистанційного навчання взяти участь в опитуванні щодо особливостей та можливостей вдосконалення викладання кожної дисципліни ОП. Можливість здобувачів впливати на управлінські процеси у ЗВО забезпечується представництвом у складі ректорату (<https://cutt.ly/hV1yZ86>), Вченої ради університету (<https://cutt.ly/dV1u2of>) Вченої ради факультету (<https://cutt.ly/AV1iqmA>), Ради з якості (функціонує при Центрі забезпечення якості освіти університету) (<https://cutt.ly/TV1iTsU>).

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

Під час зустрічі з роботодавцями та іншими стейкхолдерами ЕГ з'ясувала, значний ступінь залученості роботодавців у освітній процес. Запрошені відмітили тісні комунікації з гарантом ОП та членами групи забезпечення та можливість брати участь у розробці та зміні ОП. Рецензії-відгуки на ОП Маркетинг 2020 р. надали директор ТОВ «23 ресторани» О.Токмиленко; директор ПП «Колегія» Т.Срібняк; директор ТДВ «Івано-Франківський хлібокомбінат» Г.Іщак. Серед розробників ОП Маркетинг 2022 р. є директор з маркетингу ТОВ «Надія» Р.Король; Голова громадської організації «Науково-аналітичний центр Івано-Франківської об'єднаної громади», депутат міської ради, радник міського голови Р.Харук, міський голова м. Івано-Франківськ Р.Марцінків. Угоди з цими роботодавцями, а також з ТОВ «ВІО ЕДЖЕНСІ» розміщені на сторінці кафедри (<https://cutt.ly/bV1dgaе>). В рамках акредитації ОП Маркетинг 3-6 вересня 2022 р. було проведено опитування роботодавців (<https://cutt.ly/GV1g2vv>). Узагальнені результати дослідження знаходяться у відкритому доступі на сайті ЗВО (<https://cutt.ly/RV1hsOu>). Відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу...» (<https://cutt.ly/vVGDrdrR>) атестація здобувачів здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Зміст і послідовність проходження практики визначається програмою практики, яка розробляється кафедрою за участі представників роботодавців. Реакція ЗВО на пропозиції роботодавців полягає у впровадженні в освітній процес окремих ОК: до обов'язкових - «Глобальна економіка» ОП. (Р.Харук); до вибірових - «Регіональний маркетинг» (Р.Харук), «Прогнозування у маркетингу» (Т.Кубарич), «Цифровий маркетинг» (Г.Берлін), «Маркетинг некомерційних організацій» (М.Гулей) (Витяг з протоколу №12 засідання кафедри менеджменту і маркетингу від 28.05.2021р., <https://cutt.ly/IV153u>). Випускники та роботодавці залучаються до заходів, ініційованих кафедрою. Зокрема, у рамках функціонування наукового гуртка «Новітній маркетинг» з 11.02.21р. по 19.02.21р. організувано курс лекційних та практичних занять «Маркетинг-інтенсив». Серед лекторів були: І.Богатчук (практикуючий Digital-Маркетолог), Д.Рижих (арбітражна команда Traffic Squad), С.Давосир (таргетолог компанії «Lutsenko Agency»), Т.Сарабин (директор «Оксфорд Медікал»).

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

Процедура збирання інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП реалізовується через підтримання особистих контактів з гарантом програми та членами групи забезпечення. Також ця інформація акумулюється викладачами кафедри менеджменту і маркетингу через використання соціальних мереж (<https://cutt.ly/dV1v561>), організацію зустрічей з випускниками ОП в рамках циклу гостьових лекцій. Зібрана інформація відображається на сторінці кафедри (<https://cutt.ly/EV1c61C>), де можна простежити траєкторію працевлаштування близько 50 випускників ОП. Щодо кожного випускника надається вичерпна інформація: фото, роки навчання, місця та роки роботи. Серед випускників ОП працівники маркетингових відділів підприємств різних форм власності та сфер, органів влади, засновники власного бізнесу, науковці. Випускниками ОП Маркетинг є члени групи забезпечення Н.Гречаник, С. Шурпа (Гундяк), роботодавці, учасники зустрічі 6 Т.Кубарич, Р.Харук, Г.Берлін. Під час зустрічі 5 випускники програми М.Гулей, І.Богатчук, Т. Сарабин зазначили, що задоволені рівнем знань отриманими в ЗВО.

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

Вчасне виявлення та реагування на недоліки освітнього процесу забезпечується проведенням внутрішніх аудитів системи забезпечення якості, що регламентується положенням «Про порядок проведення внутрішніх аудитів системи забезпечення якості...» (<https://cutt.ly/QV1WnzX>). У звіті про самооцінювання зазначається, що під час процедур внутрішніх аудитів була звернена увага на: покращення структури та наповнення сайту кафедри; вчасного підвищення кваліфікації та проходження стажування викладачами кафедри; підвищення публікаційної активності у міжнародних виданнях, що входять до відомих наукометричних баз; забезпечення відповідності наукових публікацій освітнім компонентам при формуванні навчального навантаження кафедри. ЕГ відмічає, що зазначені недоліки враховані гарантом та членами групи забезпечення.

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

Попередня акредитаційна експертиза ОП Маркетинг за (другим) магістерським рівнем була проведена 12.10.2020-14.10.2020рр. ЕГ були висунуті зауваження щодо даної ОП. Більшість з них були враховані при вдосконаленні освітнього процесу: забезпечена регулярність та змістовність проведення опитувань здобувачів; здобувачі ознайомлені із правилами визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті та поінформовані про можливості проходження курсів на авторитетних онлайн платформах (Coursera, Prometheus, ВУМ); розподіл аудиторних годин в силабусах відповідає навчальному плану; використовуються сучасні методи навчання, комп'ютерні технології, що сприяє у повній мірі досягненню ПРН; актуалізовано списки рекомендованої літератури у силабусах; посилено публікаційну активність НПП у напрямках дисциплін, викладання яких забезпечується ОП; прийняті до уваги пропозиції випускників та роботодавців щодо компетентностей сучасного маркетолога, змін до переліку ОК ОП; посилено ступінь відповідності тематики наукових публікацій окремих НПП ОК; здобувачі ОП Маркетинг беруть участь у всеукраїнських олімпіадах та конкурсах студентських наукових робіт; спостерігається достатня поінформованість здобувачів щодо змісту нормативних документів ЗВО, що регламентують політику та процедури вирішення конфліктних ситуацій; приділяється значна увага не лише унікальності тексту наукових публікацій, а й іншим аспектам академічної та наукової доброчесності; відбувається інформування здобувачів про нормативні документи університету, що регламентують політики врегулювання конфліктних ситуацій; на сторінці кафедри присутня вичерпна інформація щодо кар'єрного шляху випускників ОП. Водночас, надалі відсутня практика академічної мобільності здобувачів в контексті цієї ОП; представники студентського самоврядування не долучені до погодження ОП.

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

В академічній спільноті ЗВО сформована культура якості, яка дозволяє в повній мірі досягнути цілі освітнього процесу за ОП Маркетинг. Учасники академічної спільноти змістовно долучені до процедур внутрішнього забезпечення якості на усіх етапах реалізації освітнього процесу. Здійснюється постійний моніторинг якості освіти через опитування адміністрації, здобувачів, випускників, роботодавців, викладачів. Створена дієва система внутрішнього аудиту, в яку залучені і НПП кафедри менеджменту і маркетингу. Система управління якістю ЗВО функціонує відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та ДСТУ ISO 9001:2015 «Системи управління якістю. Вимоги» (<https://cutt.ly/bV1SWZJ>). Обов'язки щодо формування культури якості у ЗВО розподілені відповідно до наказу ректора №496 від 17.09.2020р. (<https://cutt.ly/QV1HWu7>) між такими структурними підрозділами: центр забезпечення якості; рада за якістю; науково-методична рада; центр соціальних досліджень; навчально-методичний відділ; науково-дослідна частина; центр дистанційного навчання та моніторингу освітньої діяльності; інформаційно-обчислювальний центр; кафедри ЗВО; відділ виробничої (навчальної) практики; комісія з питань етики та академічної доброчесності; адміністрація системи виявлення текстових збігів; деканати; відділ міжнародних



зв'язків; навчально-виробнича лабораторія виховної та психолого-педагогічної роботи; відділ з питань запобігання та виявлення корупції.

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

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.**

У ЗВО функціонує Центр забезпечення якості, основним завданням якого є формування та впровадження процедур внутрішнього забезпечення якості; обов'язки структурних підрозділів щодо формування культури якості у ЗВО чітко визначені і розподілені відповідно до наказу ректора; здобувачі мають можливість активно впливати на процеси забезпечення якості освітньої програми через участь у складі ректорату, Вченої ради університету, Вченої ради факультету, Ради з якості; існує практика зворотного зв'язку зі здобувачами, випускниками, роботодавцями як безпосередньо, так і через опитування, в т.ч. з метою перегляду ОП; здобувачі мають можливість пройти опитування щодо якості викладання кожної ОК ОП; випускова кафедра здійснює збір, та аналіз інформації щодо траєкторії працевлаштування випускників ОП; працівниками ЗВО періодично здійснюються внутрішні аудити; при реалізації даної ОП враховано більшість зауважень попередньої акредитаційної експертизи.

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

Здобувачі ОП активно долучаються до обговорення ОП, однак відсутні серед розробників. Рекомендовано зазначити найбільш активних здобувачів серед розробників ОП.

### **Рівень відповідності Критерію 8.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.**

Процеси внутрішнього забезпечення якості ОП мають високий рівень узгодженості вимогам за підкритеріями 8.1, 8.3.-8.7. Мають місце певні недоліки за підкритерієм 8.2., що можуть бути усунені у процесі реалізації освітньої програми.

## **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.**

Правила, щодо прав та обов'язків усіх учасників освітнього процесу є чіткими та зрозумілими. Вони регулюються: Статутом ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника» (затверджено наказом МОНУ №1137 від 23.09.2016р., <https://cutt.ly/DBGrIJa>), положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу» (схвалено Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника», протокол №11 від 29.12.20 р., <https://cutt.ly/eBrsqje>), положенням про рейтингове оцінювання ефективності роботи науково-педагогічних працівників ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника» (схвалено Вченою радою від 21.11.14р., протокол №10, зі змінами від 03.11.2 р., протокол №09, <https://cutt.ly/7Brfxrs>), положенням про рейтингове оцінювання ефективності роботи кафедри (схвалено Вченою радою від 21.11.14р., протокол №10, зі змінами від 29.12.20 р., протокол № 11, <https://cutt.ly/ZBrfEfq>), положенням про рейтингове оцінювання здобувачів вищої освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника» (затверджено Вченою радою, протокол №10 від 21.11.14р., <https://cutt.ly/LBrfPaP>), положенням про електронний журнал обліку навчальної роботи здобувачів освіти (схвалено Вченою радою від 29.12.20 року, протокол №11, <https://cutt.ly/fBrf3EV>), положенням про організацію та проведення практики (згідно наказу ректора від 27.11.19р., <https://cutt.ly/eBrf5ts>), положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу (згідно наказу ректора від 03.01.17р., <https://cutt.ly/vBrge28>), положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (затверджено Вченою радою від 29.11.17р., протокол № 11, <https://bit.ly/30MxМуМ>), порядком розподілу навчальних дисциплін між НПП кафедр університету (згідно наказу ректора від 31 січня 2020 р., <https://cutt.ly/hBrkLc>), положенням про науково-методичну раду (згідно наказу ректора від 11.01.19р. №23, <https://bit.ly/3qS4CIZ>), положенням про дистанційне навчання (згідно наказу ректора №778 від 30.11.18р., <https://cutt.ly/EBrgRg3>), правилами призначення і виплати академічних і соціальних стипендій (затверджено Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника», протокол №1 від

31.01.2017р., <https://cutt.ly/NBrgLiS>) та ін. Проаналізовані ЕГ документи (<https://cutt.ly/OBrg15n>) та положення розміщені на офіційному веб-сайті університету і є легкодоступними для учасників освітнього процесу. Під час проведення зустрічей з НПП та зі здобувачами з'ясовано, що складнощів у розумінні цих правил і процедур між учасниками освітнього процесу під час реалізації ОП немає. Також, під час фокус-груп зі студентами, підтверджений факт того, що здобувачів ОП «Маркетинг» ознайомлюють з усіма необхідними документами, що містять правила і процедури, що, безпосередньо, регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу.

## **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 пропозицій заінтересованих сторін.**

Посилання на веб-сторінку, яка містить інформацію про оприлюднення на офіційному веб-сайті ЗВО відповідного проекту ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня з метою одержання зауважень та пропозицій стейкхолдерів – є активним (<https://cutt.ly/7Brkrsn>). Пропозиції, коментарі, зауваження щодо програми можна надати через відповідну гугл-форму, або через e-mail: [kmim@pnu.edu.ua](mailto:kmim@pnu.edu.ua), [ivan.i.blahun@pnu.edu.ua](mailto:ivan.i.blahun@pnu.edu.ua) (гарант), [mykhailo.romaniuk@pnu.edu.ua](mailto:mykhailo.romaniuk@pnu.edu.ua), [nataliia.hrechanyk@pnu.edu.ua](mailto:nataliia.hrechanyk@pnu.edu.ua), [svitlana.shurpa@pnu.edu.ua](mailto:svitlana.shurpa@pnu.edu.ua). В той же час, не є зрозумілою дата оприлюднення ОП у відкритому доступі та відсутня таблиця пропозицій учасників освітнього процесу та стейкхолдерів. На запит ЕГ отримані: витяг з протоколу №6 засідання кафедри від 03 грудня 2021 р. про пропозиції стейкхолдерів визначення нових баз практики для студентів та програм внутрішньої мобільності студентів, на якому ухвалено розглянути та затвердити пропозиції нові бази практик для студентів та програми внутрішньої мобільності студентів; витяг з протоколу №12 від 28 травня 2021 р. про рекомендації стейкхолдерів щодо можливості запровадження дисциплін до ОП «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти. Надання цих та інших пропозицій роботодавцями, здобувачами підтверджено під час відповідних фокус-груп. Отже, ЕГ підтверджує факт того, що процес збирання, узагальнення, обговорення пропозицій стейкхолдерів повною мірою відпрацьований.

## **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.**

На офіційному веб-сайті ЗВО (<https://cutt.ly/uBrzVRE>), зокрема на веб-сайті кафедри менеджменту і маркетингу (<https://cutt.ly/RBrz2qr>) оприлюднені: Освітньо-професійна програма (затверджено Вченою радою від 26 квітня 2022 р., протокол № 4, <https://cutt.ly/hVrxIUU>), навчальні плани денної та заочної форм навчання рівня магістр (<https://cutt.ly/oVrxjIB>), силабуси освітніх компонентів, включених до ОП (<https://cutt.ly/hVrxnJL>). Під час роботи ЕГ з учасниками освітнього процесу, із стейкхолдерами було з'ясовано, що наведена інформація про ОП «Маркетинг» оприлюднюється вчасно, ця інформація зрозуміла, а її обсяг є достатнім для забезпечення абітурієнтів зробити поінформований вибір щодо вступу, а роботодавців – щодо цілей та змісту ОП.

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

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.**

Офіційний веб-сайт університету інформативний, необхідну інформацію можна легко і швидко знайти, що забезпечує високий рівень реалізації ОП «Маркетинг». Правила, щодо прав та обов'язків усіх учасників освітнього процесу є чіткими та зрозумілими, вони охоплюють усі типи внутрішніх нормативно-правових актів, що діють у ЗВО та є легкодоступними для тих, чії права та обов'язки регулюють. Своєчасне оприлюднення на офіційному веб-сайті точної та достовірної інформації про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

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

Відсутність дати оприлюднення відповідного проекту та загальної таблиці пропозицій та зауважень від здобувачів, роботодавців та ін. Рекомендовано сформулювати узагальнюючий документ, де буде прописана загальна інформація про стейкхолдерів, рекомендації чи зауваження, дата отримання повідомлення та дата прийняття рішення про відхилення або врахування.

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

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.**

ЕГ вважає, що рівень прозорості та публічності є достатнім, задля забезпечення високої якості надання освітніх послуг. ОПП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 9.1-9.3. Правила, щодо прав та обов'язків усіх учасників освітнього процесу є чіткими, зрозумілими та легкодоступними. Враховуючи цілісність оцінювання за всіма підкритеріями, ОПП цілком відповідає Критерію 9 з недоліками, що не є суттєвими. Наявність таких недоліків не є суттєвим порушенням вимог Критерію 9, а швидше є рекомендацією ЗВО, які за короткий термін можна усунути. Варто наголосити, що за результатами попередньої акредитації у 2020 р. наявна така сама рекомендація від ЕГ, котра не виконана ЗВО.

### **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, колоквиумів, 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:

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

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

*Додатки до звіту:  
Відсутні*

\*\*\*

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 добросовісно.

*Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.*

Керівник експертної групи

**Нянько Віталій Миколайович**

Члени експертної групи

**Чаплінський Юрій Богданович**

**Ніколаєв Дмитро Петрович**