

ЗВІТ
експертної групи

| | |
|---------------------|--|
| Заклад вищої освіти | Національний університет "Києво-Могилянська академія" |
| Освітня програма | 27218 Маркетинг |
| Рівень вищої освіти | Магістр |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

| | |
|-------------------------------|---|
| Назва ЗВО | Національний університет "Києво-Могилянська академія" |
| Назва ВСП ЗВО | не застосовується |
| ID освітньої програми в ЄДЕБО | 27218 |
| Назва ОП | Маркетинг |
| Галузь знань | 07 Управління та адміністрування |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Спеціалізація (за наявності) | відсутня |
| Рівень вищої освіти | Магістр |
| Вид освітньої програми | Освітньо-наукова |

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

| | |
|------------------------------------|---|
| Склад експертної групи | Горохова Тетяна Вадимівна, Лойко Єлизавета Миколаївна, Шипуліна Юлія Сергіївна (керівник) |
| Залучений представник роботодавців | не застосовується |
| Дати візиту до ЗВО | 31.03.2026 р. – 02.04.2026 р. |

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

| | |
|----------------------------------|---|
| Відомості про самооцінювання ОП | https://www.ukma.edu.ua/index.php/2019-04-24-11-09-54/doc_download/4598-vidomosti-pro-samoociniuvannia-osvitnoi-prohramy |
| Програма візиту експертної групи | https://www.ukma.edu.ua/index.php/2019-04-24-11-09-54/doc_download/4601-prohrama-onlain-vizytu-ekspertnoi-hrupy-pid-chas-provedennia-akredytatsiinoi-ekspertyzy |

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» відповідає критеріям оцінювання якості освітніх програм. Повна відповідність встановлена за Критерієм 3, де виявлено ознаки інноваційності. Позитивні практики ОНП включають: системне визначення та регулярне оновлення цілей і результатів навчання з урахуванням потреб стейкхолдерів, тенденцій науки, спеціальності та ринку праці; активне залучення стейкхолдерів на різних етапах формування програми; практикоорієнтованість через науково-дослідну, педагогічну та переддипломну практики; акцент на соціально відповідальний і етичний маркетинг. ОНП має цілісну структуру (120 ЄКТС: 64 обов'язкових, 36 вибіркових, 20 ЄКТС атестації) з логічним розподілом обов'язкових ОК у першому році. Практикоорієнтованість поєднує аудиторну роботу, практики та кваліфікаційну роботу, з методичним забезпеченням і самостійним вибором баз. Присутні профільні компоненти («Інтернет-маркетинг», «Торговельний маркетинг», «Управління бізнес-процесами»), тісна співпраця з бізнесом (Genesis, Serpstat, P&G, Ferrero), індивідуальні траєкторії через вибіркові ОК та перезарахування неформальної освіти. Реалізовано масштабну систему визнання результатів навчання, інтеграцію неформальної освіти, цифрові інструменти доступу до ОП («Конкурс НаУКМА», платформа «Smart»). Контрольні заходи, критерії оцінювання, нормативно врегульовані процедури та політика академічної доброчесності забезпечують прозорість і об'єктивність оцінювання. Кваліфікація НПП узгоджена з профілем ОК, застосовується конкурсний добір, регулярне стажування та підвищення кваліфікації. Наукова активність підтверджується публікаціями у Scopus та WoS. Створено цілісне освітнє середовище: безпека, доступність, матеріально-технічна база, інфраструктура та ресурси для ООП, консультативна та соціальна підтримка. Дотримано нормативної бази процедур розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП, залучення стейкхолдерів, врахування результатів попередніх акредитацій. Сформовано прозору модель управління ОП: права та обов'язки учасників чітко визначені, своєчасне оприлюднення змін, відкритий доступ до актуальної інформації через офіційні канали та цифрові платформи.

Недоліки

ЕГ виявлено такі недоліки, що не є критичними та суттєво не впливають на якість освітньої програми: - Відсутнє систематичне оприлюднення результатів громадського обговорення ОНП на сайті ЗВО. - Обсяг науково-дослідної практики скорочено з 7 ЄКТС (ОНП 2020 р.) до 3 ЄКТС (ОНП 2024 р. для набору 2025 р.), що зменшує дослідницьку складову ОНП. - 82,6% здобувачів відмічають перевантаження під час навчання (тижневе аудиторне навантаження з обов'язкових ОК у I та II семестрах — 18 годин, максимальне допустиме). - Силабуси ОК розміщені на платформі DistEdu після запису на курс, але не перебувають у відкритому публічному доступі. - Каталог вибіркових ОК з анотаціями доступний здобувачам лише через систему автоматизованого запису (САЗ). - Завдання підсумкового контролю, зокрема з ОК «Логістичний менеджмент», не містять критеріїв оцінювання окремих видів робіт. - Часткова невідповідність публікацій окремих НПП профілю закріплених ОК, зокрема за ОК «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі» та «Методологія наукових досліджень», «Логістичний менеджмент», «Торговельний маркетинг» - Не продемонстровано прикладів системної цифрової адаптації навчального контенту для осіб з особливими освітніми потребами. - Відсутні системні просвітницькі заходи з антикорупційної політики та етики саме для здобувачів цієї ОНП. - Внутрішня система забезпечення якості не в повній мірі виявляє проблеми реалізації ОНП та реагує на них.

Рекомендації

З метою покращення якості ОНП «Маркетинг» експертна група рекомендує наступне: - Забезпечити прозорість розгляду ОНП під час громадського обговорення шляхом оприлюднення його результатів на сайті ЗВО на регулярній основі. - Розглянути можливість повернення збільшеного обсягу науково-дослідної практики або запровадження інтегрованої дослідницько-практичної компоненти, що дозволить посилити наукову складову ОНП, паралельно продовжити розвиток елементів дуальної освіти через формалізацію співпраці з бізнес-партнерами. - Проаналізувати причини перевантаження здобувачів та оптимізувати розподіл навчального навантаження між семестрами. - Продовжити розвиток та масштабування існуючих практик цифровізації інформування вступників і визнання результатів навчання, зокрема шляхом завершення впровадження платформи «Smart» та її інтеграції з іншими цифровими сервісами університету до початку вступної кампанії 2026 року. - Забезпечити відкритий доступ до силабусів освітніх компонентів та каталогу вибіркових дисциплін з анотаціями на вебсайті ЗВО або кафедри для підвищення прозорості освітнього процесу. - До початку наступного навчального року НПП переглянути завдання підсумкового контролю та забезпечити чітке визначення критеріїв оцінювання за всіма видами робіт. - Забезпечити відповідність публікацій НПП профілю закріплених освітніх компонентів та розглянути можливість збалансування кадрового навантаження, зокрема щодо ОК, які забезпечує один викладач. - До 01.12.2026 впровадити практики цифрової інклюзії: субтитри, альтернативні формати, доступність контенту для осіб з особливими освітніми потребами. - До 01.10.2026 запровадити системні просвітницькі заходи з антикорупційної політики та етики для здобувачів ОП (лекції, тренінги). Запровадити системні заходи з цифрової адаптації навчальних матеріалів для осіб з особливими освітніми потребами. - Гаранту ОНП та зав. випускової кафедри посилити контроль за якістю навчально-методичного забезпечення. - ЗВО посилити внутрішній контроль за дотриманням Ліцензійних вимог, зокрема п. 37 для НПП, що забезпечують реалізацію освітнього процесу.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проєктування освітньої програми:

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

ОНП «Маркетинг» передбачає набуття всіх програмних результатів навчання, визначених у Стандарті вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» (наказ МОН №960 від 10.07.2019). Обов'язкові ОК (1.1.1-1.1.14) забезпечують набуття всіх ПРН. Формування кожного ПРН забезпечується кількома освітніми компонентами (від 2 до 12), зокрема ПРН 13 «Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта а також його підрозділами, визначити критерії та показники її оцінювання» набувається під час вивчення таких ОК як «Логістичний менеджмент» та «Маркетинговий аудит»; ПРН 9 та ПРН 15 досягаються під час вивчення 12 освітніх компонентів. ОК «Практика педагогічна» забезпечує набуття 9 ПРН, а «Практика переддипломна» – 10 ПРН. ОНП «Маркетинг» не є міждисциплінарною освітньою програмою. За результатами аналізу освітньої програми, силабусів освітніх компонентів, навчально-методичного забезпечення, розміщеного в електронному середовищі НаУКМА, що було продемонстровано під час Резервної зустрічі 1, звітів з практики, наданих ЗВО на запит ЕГ, кваліфікаційних робіт, розміщених у відкритому доступі в репозитарії НаУКМА (<https://surl.li/nsxzdab>) та іншої інформації, ЕГ констатує, що освітня програма «Маркетинг» дає можливість досягти всіх результатів навчання, визначених стандартом другого (магістрського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг».

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

Професійна кваліфікація за ОНП «Маркетинг» не присвоюється.

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

Під час експертного оцінювання, зокрема під час зустрічей з адміністрацією ЗВО та гарантом ОНП, було з'ясовано, що мета освітньо-наукової програми «Маркетинг» відповідає візії НаУКМА та узгоджується з його місією (<https://surl.li/ppjznb>). Зокрема, програма спрямована на підготовку проактивних візійних лідерів, здатних трансформувати складні системи, що відповідає загальній ідеї розвитку особистості, закладеній у місії ЗВО. Під час зустрічей також було відзначено, що важливим акцентом ОНП є розвиток соціально відповідального та етичного маркетингу, що відображає цінності ЗВО та його орієнтацію на підтримку прозорого («білого») бізнесу. За результатами аналізу змісту ОНП та спілкування з гарантом і стейкхолдерами експертна група встановила, що особливості програми безпосередньо пов'язані з її метою. Зокрема, освітньо-науковий характер ОНП забезпечує глибшу підготовку здобувачів та формування аналітичного мислення, що відкриває можливості для професійної діяльності як у бізнес-середовищі, так і в міжнародних аналітичних структурах (зустрічі 1, 3). Під час експертного оцінювання також встановлено, що освітня програма сприяє реалізації стратегічних цілей ЗВО. Зокрема, було відзначено, що програма враховує орієнтацію НаУКМА на післявоєнну відбудову України та розглядає маркетинг як інструмент позиціонування держави й залучення міжнародних партнерів (зустріч 3). Крім того, підтверджено, що ЗВО активно розвиває міжнародну співпрацю, зокрема через реалізацію програм подвійних дипломів із європейськими університетами (зустрічі 1, 3, 9). Під час зустрічей неодноразово наголошувалося на важливості дотримання принципів академічної доброчесності, що забезпечується через політику нульової толерантності до плагіату та перевірку студентських робіт із використанням системи StrikePlagiarism (зустрічі 1, 3, 4, 9). Таким чином, за результатами експертного оцінювання ЕГ встановила, що мета освітньої програми є узгодженою з місією університету, її особливості логічно пов'язані з визначеною метою, а реалізація програми сприяє досягненню стратегічних цілей закладу вищої освіти.

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

Під час зустрічей із адміністрацією, гарантом, здобувачами, випускниками та роботодавцями ЕГ встановила, що мета ОНП та ПРН визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін, з'ясування яких здійснюється через регулярні опитування здобувачів (зустрічі 4, 9), випускників (зустрічі 6, 9), фокус-групи, очні й дистанційні зустрічі (зустрічі 1, 6), а також постійну комунікацію в цифрових каналах (соцмережі, месенджери, корпоративна пошта). Президент НаУКМА повідомив про залучення стейкхолдерів до розробки стратегії розвитку ЗВО на 2026–2035 рр. (зустріч 3) <https://surl.li/orismex>. ЕГ з'ясувала, що на етапах проектування та оновлення ОНП робоча група отримує пропозиції від стейкхолдерів. На сторінці ЗВО щорічно оприлюднюється інформація про початок громадського обговорення проектів ОП із зазначенням контактів гаранта та посиланням на електронну форму <https://surl.lt/kqgiie>. Водночас ЕГ зазначає, що на момент експертизи посилання для ОНП «Маркетинг» було некоректним та стосувалося інших ОП <https://surl.li/lrcjiu>, а результати громадського обговорення на вказаній сторінці сайту не оприлюднювалися. Під час зустрічей підтверджено врахування пропозицій стейкхолдерів. За рекомендаціями випускників і роботодавців посилено фокус ОНП на соціально відповідальному та етичному маркетингу. За пропозиціями академічної спільноти посилено практичну складову через запровадження науково-дослідної, педагогічної та переддипломної практик. За рекомендаціями роботодавців оновлено зміст ОНП та введено ОК «Інтернет-маркетинг» і «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі» (зустрічі 1, 2). За ініціативою здобувачів окремі індивідуальні завдання трансформовано у командні проекти. ЕГ також встановила, що окремі пропозиції були реалізовані частково. Зокрема, використання платних баз даних (Nielsen, Kantar) не впроваджено через фінансові обмеження, натомість залучаються практики для гостьових лекцій (зустріч 1). Пропозицію щодо обов'язкових наукових публікацій трансформовано у мотиваційний механізм додаткових балів при захисті кваліфікаційної роботи (зустріч 1). Було скориговано навчальний план для розширення можливостей міжнародної мобільності. НПП адаптують силабуси, інтегруючи бізнес-кейси партнерів Genesis та YouControl (зустрічі 5, 6). За пропозицією здобувачів у силабусах вибіркового ОК додано інформацію про пререквізити (зустріч 4). Результати опитувань здобувачів доводяться у формі презентацій і повідомлень (зустріч 9) <https://surl.cc/sprhdo>. Таким чином, ЕГ дійшла висновку, що у ЗВО функціонує системний підхід до залучення заінтересованих сторін, їхні пропозиції враховуються при формуванні мети ОНП, ПРН, змісту та організації освітнього процесу. Водночас ЗВО доцільно посилити публічне висвітлення результатів громадського обговорення.

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

Аналіз тенденцій розвитку маркетингу та ринку праці здійснюється гарантом ОНП та робочою групою щорічно під час перегляду освітньої програми, а також у межах розробки нових освітніх компонентів. Джерелами інформації для аналізу виступають зазвичай зворотний зв'язок від роботодавців (міжнародні та вітчизняні компанії, такі як Genesis, Ferrero, Davines, YouControl), опитування випускників через громадську організацію «Асоціація випускників НаУКМА» (<https://kmaalumni.org.ua/pro-nas/>), рекомендації наукової спільноти та результати стажувань викладачів у закордонних ЗВО. Зокрема, під час перегляду ОП аналізується досвід австрійських, польських, шведських та французьких університетів, а також вітчизняних лідерів (КНУ ім. Т. Шевченка, КНЕУ, КПІ). Мета ОП була змінена за рекомендацією стейкхолдерів у бік соціально відповідального та етичного маркетингу («білий бізнес»), що є прямою відповіддю на запит сучасного ринкового середовища. В ОНП 2025 р. програмні результати навчання (ПРН) були розширені – додано ПРН 19 (за пропозицією здобувачів), ПРН 20 (від роботодавців щодо цифрових компетентностей) та ПРН 21 (від наукової спільноти щодо посилення дослідницької складової), що підтверджує врахування тенденцій розвитку спеціальності. Галуzeвий контекст враховано через орієнтацію на підготовку крос-функціональних фахівців, здатних працювати в різних секторах економіки. При розробці ОНП аналізувалися стратегії розвитку м. Києва та Київської області (зустріч 1). Регіональний аспект реалізується через співпрацю з місцевими науковими установами та бізнесом; наприклад, студенти беруть участь у проєктах, що стосуються регіональної інфраструктури, зокрема проєкти з очищення каналізації чи захисту дронів (зустріч 1). Водночас ОНП не має вузької спеціалізації, фокусуючись на підготовці фахівців, конкурентоспроможних у будь-якому регіоні України та світу. Під час формування мети враховувався досвід університетів Австрії, Німеччини та Чехії (зокрема Інституту менеджменту в Празі), звідки було запозичено кейс-метод та формат тьюторських семінарів. З досвіду КНУ ім. Т. Шевченка було запозичено підхід до класичного найменування дисциплін, що забезпечує фундаментальність освіти. ОНП впроваджує концепцію Liberal Arts та передбачає три види практики (науково-дослідну, педагогічну, переддипломну). Це забезпечує поєднання сильної академічної школи з практичною релевантністю для міжнародних корпорацій. Враховуючи визначені факти, ЕГ вважає, що мета ОНП та ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Експертна група встановила, що освітньо-наукова програма «Маркетинг» відповідає вимогам підкритеріїв 1.1-1.3, 1.5 та частково підкритерію 1.4 Критерію 1. Позитивними практиками за цим критерієм є системне визначення та регулярне оновлення програмних результатів навчання та мети ОНП з урахуванням потреб стейкхолдерів, тенденцій розвитку науки, спеціальності та ринку праці, а також регіонального та міжнародного контексту; активне залучення стейкхолдерів на різних етапах формування програми; практикоорієнтованість, що забезпечується через реалізацію трьох видів практик (науково-дослідної, педагогічної та переддипломної); а також акцент на соціально відповідальний та етичний маркетинг як особливість програми, що узгоджується з цінностями університету та сучасними потребами ринку.

Недоліки

Серед виявлених недоліків ЕГ відзначає некоректність посилання на електронну форму для подання пропозицій під час громадського обговорення ОНП «Маркетинг», а також неоприлюднення у відкритому доступі узагальнених результатів розгляду отриманих пропозицій.

Рекомендації

1. Гаранту до кінця навчального року оприлюднення на сторінці Громадське обговорення у відкритому доступі узагальнених результатів громадського обговорення ОНП із зазначенням отриманих пропозицій та рішень щодо їх урахування або відхилення. 2. При наступному обговоренні ОНП актуалізувати та забезпечити коректність посилань на електронні форми подання пропозицій під час громадського обговорення ОНП «Маркетинг».

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Загальний обсяг ОНП «Маркетинг» становить 120 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам ЗУ «Про вищу освіту» <https://surl.li/jfoisr> та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня затверджений Наказом МОН України від 10.07.2019 р. №960 <https://surl.li/cc/ivgayu>. Обов'язкові освітні компоненти становлять 64 кредити ЄКТС (53,3%), у т.ч. 14 ОК обсягом від 3 до 6 кредитів, 3 види практик загальним обсягом 9 кредитів (науково-дослідна, педагогічна та переддипломна по 3 кредити кожна). Атестація у формі підготовки та захисту магістерської роботи - 20 кредитів ЄКТС (16,7%). Вибіркові освітні компоненти становлять 36 кредитів ЄКТС (30%), з яких дисципліни професійної та практичної підготовки становлять 24 кредити, дисципліни вільного вибору - 12 кредитів. Відповідно до ст. 9-1 ЗУ «Про вищу освіту», опис ОНП «Маркетинг» містить інформацію, що підготовка здобувачів здійснюється за очною (денною) формою інституційного здобуття вищої освіти, з розрахунковим строком навчання 1 рік 10 місяців. Тривалість осіннього та весняного семестрів становить по 15 тижнів з урахуванням тижня самостійної роботи (ТСР), додатковий навчальний період весняного семестру -7 тижнів (Положення про організацію освітнього процесу НаУКМА, Наказ №300 від 14.06.21; Методичні вимоги до структури та змісту навчальних планів, Наказ №299 від 14.06.21 <https://surl.li/cc/xuhehn>). Обсяг 1 кредиту ЄКТС становить 30 годин, з яких третина це аудиторні заняття, дві третини підпадають на самостійну роботу (Методичні вимоги до структури та змісту навчальних планів, Наказ №299 від 14.06.21). Тижневе аудиторне навантаження не перевищує 18 годин. Порівняно з попередньою акредитацією відбулася зміна структури практик. Замість двох практик загальним обсягом 10 кредитів (науково-дослідна - 7 ЄКТС та педагогічна - 3 ЄКТС) введено три практики по 3 кредити (додано переддипломну, але скорочено науково-дослідну з 7 до 3 кредитів). Між навчальними планами вступу 2024 та 2025 є відмінність: у НП 2024 до обов'язкових включено «Інноваційний розвиток підприємства» (4 ЄКТС), яку у НП 2025 замінено на «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі» (4 ЄКТС) і перенесено до вибірових. Ця зміна відображає оновлення ОНП відповідно до потреб здобувачів та стейкхолдерів (підтверджено на зустрічі 2, Завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва). Спількування з гарантом ОНП (зустріч 1), академічним персоналом (зустріч 5) та здобувачами (зустріч 4) підтвердило факт вільного вибору дисциплін, зазначених у навчальному плані як «професійна та практична підготовка». Такий підхід регламентований Положенням про організацію освітнього процесу (Наказ №300 від 14.06.21) та Порядком формування індивідуальних планів здобувачів вищої освіти та проведення запису на вибіркові освітні компоненти за допомогою системи автоматизованого запису в Національному університеті "Киево-Могилянська академія" (Наказ №445 від 23.11.23 <https://surl.li/cc/qyicmu>).

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

ОНП структурована як послідовна траєкторія від фундаментальних знань до самостійного дослідження, що виражається через розподіл обов'язкових ОК по чотирьох семестрах і відображено у структурно-логічній схемі (розд. 2.2 ОНП). Зокрема, I семестр концентрує базові ОК (Англійська мова, Управління бізнес-процесами, Інтелектуальна власність, Логістичний менеджмент, Соціальна відповідальність, Торговельний маркетинг, Інтернет-маркетинг), які формують фундамент для прикладних дисциплін II семестру (Інноваційний маркетинг, Маркетинговий аудит, Маркетинговий менеджмент, Методика викладання, Методологія наукових досліджень, Науково-дослідна практика). У III семестрі викладаються інтеграційні ОК (Міжнародний маркетинг, Стратегічний маркетинг), які логічно спираються на попередні, а також вибіркові дисципліни професійної підготовки (24 ЄКТС) та вільного вибору (12 ЄКТС). IV семестр відведено під Практику педагогічну, Практику переддипломну та підготовку й захист кваліфікаційної роботи (20 ЄКТС). Під час зустрічі (1) з гарантом ОНП встановлено, що така модель обрана свідомо. Концентрація обов'язкових ОК у першому році дозволяє сформувати фундамент до дослідницького етапу та полегшити перезарахування під час академічної мобільності за рахунок вибірових ОК у другому році. Відповідність дисциплін заявленим результатам підтверджена матрицею відповідності програмних компетентностей (ЗК, СК) компонентам ОНП (розд. 4.2) та матриця забезпечення ПРН відповідними компонентами (розд. 5.2). У них видно, які саме компоненти формують ЗК1-ЗК11 та спеціальні компетентності СК1-СК14, а також до яких ПРН 1-21 вони прив'язані. Аналіз матриць дозволив ЕГ встановити, що кожен ПРН забезпечується кількома ОК, що також підтверджується у силабусах ОК. Зміни у компетентностях та ПРН обговорювалися на розширених засіданнях кафедри за участю стейкхолдерів та здобувачів (Протоколи №3 від 21.03.24, №9 від 01.11.24, №6 від 26.05.25). Слід відмітити, що атестація здійснюється у формі публічного захисту магістерської роботи (20 ЄКТС), яка має містити елементи проведення досліджень та/або здійснення інновацій. Кваліфікаційна робота підлягає перевірці на академічну доброчесність (StrikePlagiarism.com) та оприлюдненню в репозитарії НаУКМА eKMAIR. ОНП розроблена та оновлюється відповідно до Положення про освітні програми підготовки здобувачів ВО в НаУКМА (Наказ №314 від 10.07.2025 <https://surli.cc/snfzrf>) та Положення про організацію освітнього процесу (Наказ №300 від 14.06.21 <https://surli.cc/qyicmu>).

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

Зміст ОНП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг» та розроблена відповідно до Стандарту ВО другого (магістерського) рівня за спеціальністю «Маркетинг». У профілі ОНП визначені об'єкт вивчення (маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення економічних і соціальних інтересів), цілі та теоретичний зміст предметної області (сутність маркетингу як концепції управління бізнесом, понятійний апарат, принципи, функції; розроблення стратегій і прийняття управлінських рішень для імплементації маркетингу), а також методи та технології (загальнонаукові та спеціальні професійні методи, що забезпечують ефективну маркетингову діяльність) та інструменти (сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти). ЕГ проаналізувала ОНП та НП вступу 2024 і 2025 рр., силабуси обов'язкових ОК та анотації вибірових ОК, тематику кваліфікаційних робіт та їх поєднання з науково-дослідною, педагогічною та переддипломною практиками, що доводить відповідність ОНП «Маркетинг» предметній області спеціальності 075 «Маркетинг». ОНП включає такі обов'язкові ОК професійного циклу: «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Маркетинговий аудит», «Інноваційний маркетинг», «Міжнародний маркетинг», «Торговельний маркетинг», «Інтернет-маркетинг», а також дослідницького та педагогічного («Методологія наукових досліджень», «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі») та ОК загальної підготовки («Соціальна відповідальність», «Інтелектуальна власність», «Логістичний менеджмент», «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі»). Блок вибірових ОК професійної підготовки (зокрема E-commerce, Бренд-менеджмент, Математичне моделювання в маркетингу, Рекламний менеджмент, Конкурентна розвідка, Соціальний маркетинг, Інноваційні технології в маркетингу) розширює й поглиблює предметну область у сучасних напрямках маркетингу. Загальноуніверситетський каталог вільного вибору (12 ЄКТС) дозволяє здобувачам додатково обирати ОК інших спеціальностей та рівнів, включно з бакалаврськими (резервна зустріч 1). Перевірка тематики кваліфікаційних робіт (додаткові матеріали) підтвердила відповідність предметній області. Наприклад, побудова особистого бренду, використання штучного інтелекту в маркетинговій діяльності, торговельний маркетинг у FMCG-ритейлі, e-commerce, маркетинг веганських брендів. Тематика є актуальною, має теоретичне та прикладне значення. Мету ОНП визначено як підготовку висококваліфікованих фахівців із соціально-відповідального та етичного маркетингу, що відповідає місії НаУКМА та було сформульовано за ініціативою здобувачів і випускників (зустріч 1).

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

На вибірковій компоненті в ОНП «Маркетинг» відведено 36 кр. ЄКТС: 24 з кафедрального каталогу дисциплін професійної та практичної підготовки та 12 із загальноуніверситетського. Право на вільний вибір дисциплін регламентоване Положенням про організацію освітнього процесу (Наказ №300 від 14.06.21), Порядком формування індивідуальних навчальних планів та запису на вибіркові ОК через систему автоматизованого запису САЗ (Наказ №445 від 23.11.23), а також Положенням про визнання результатів навчання, здобутих через неформальну або інформальну освіту (Наказ №470 від 08.12.23) <https://surli.cc/oabbre>. У НП вибіркові ОК згруповані у два напрями: дисципліни професійної та практичної підготовки і дисципліни вільного вибору. Каталог вибіркових ОК з анотаціями оновлюється щорічно та оприлюднюється на платформі DistEdu <https://distedu.ukma.edu.ua> та в САЗ. Також магістри мають можливість обирати дисципліни бакалаврського рівня із загальноуніверситетського каталогу (резервна зустріч 1). Зворотний порядок (бакалаври обирають магістерські дисципліни) не передбачений. Технічно вибір здійснюється через систему автоматизованого запису (САЗ), яка забезпечує прозорість процедури: здобувач бачить перелік доступних ОК, кількість вільних місць та рейтинг. Якщо після першого етапу запису обрані ОК відбулися і кількість кредитів за рік становить 60 ЄКТС, індивідуальний план вважається сформованим; якщо ні, то відбувається корекція (п. 4.2.4, 4.2.5 Порядку, Наказ №445 від 23.11.23) <https://surli.cc/oabbre>. Після затвердження обрані дисципліни вносяться до індивідуального навчального плану здобувача. Аналіз індивідуальних навчальних планів здобувачів (додаткові матеріали) засвідчив різноманітність обраних траєкторій. Наприклад, здобувачка 1 курсу обрала «Стратегічне управління підприємством» та «Управління поведінкою споживача»; здобувачка 2 курсу - «E-commerce», «Бренд-менеджмент», «Конкурентна розвідка», «Менеджмент персоналу», «Психологія управління і бізнес-комунікації». Ознак псевдовибірковості не виявлено. Дисципліни реально різняться за змістом і тематикою, здобувачі обирають різні комбінації. Визнання результатів неформальної освіти також є складовою формування індивідуальної освітньої траєкторії. Наприклад, у межах ОК «Інтернет-маркетинг» здобувачам перераховано по 2 кредити ЄКТС на основі сертифікатів Genesis «Маркетинг ІТ продуктів» (Протокол Комісії 1 від 28.04.25); здобувачці перераховано 2 кредити на основі сертифікату «Менеджмент продуктового ІТ» (Протокол Комісії 2 від 16.12.25). За результатами зустрічей та аналізу матеріалів ЕГ встановила, що викладачі та здобувачі проінформовані про порядок вибору дисциплін і ця процедура в університеті послідовно дотримується. Під час зустрічі зі здобувачами (зустріч 4), вони підтвердили доступність інформації та зручність системи вибору. Здобувачка зазначила, що під час перебування на мобільності у Франції (УРЕС) перерахування дисциплін також відбувається відповідно до визначених процедур.

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

Практична підготовка на ОНП є обов'язковою і організовується відповідно до внутрішніх регламентів університету (Положення про організацію та проведення практик, Наказ №80 від 14.02.22). НП передбачає три послідовні елементи практики загальним обсягом 9 ЄКТС: ОК1.2.1 «Практика науково-дослідна» - 3 ЄКТС; ОК1.2.2 «Практика педагогічна» - 3 ЄКТС; ОК1.2.3 «Практика переддипломна» - 3 ЄКТС. Після проходження практик передбачено виконання та публічний захист кваліфікаційної (магістерської) роботи (20 ЄКТС). Це відображено в переліку обов'язкових ОК ОНП та формі атестації. Три види практик забезпечують наступність: науково-дослідна (II семестр) формує навички організації та виконання дослідження, здобувачі виступають на конференції та публікують тези доповідей <https://mbm.education/blog/3/38>; педагогічна (IV семестр) - ознайомлення з навчально-методичною роботою, розвиток викладацьких та комунікативних навичок; переддипломна (IV семестр) - формування навичок визначення й вирішення науково-практичних завдань із маркетингу, здобувачі презентують результати досліджень. Матриці відповідності (табл. 5.2 ОНП) демонструють внесок практичних компонентів у загальні та фахові компетентності. Базами практик виступають підприємства, організації та установи, що відповідають тематиці досліджень. Здобувачі обирають бази практик самостійно (зустріч 1). Для кожного виду практики підготовлено та оприлюднено програми практик (додані до акредитаційної справи). Перед початком практики проводяться настановчі зустрічі та надаються методичні матеріали (зустріч 1). Перевірка звітів з практик (додаткові матеріали) підтвердила зв'язок із маркетинговою проблематикою та досягнення визначених результатів навчання. До реалізації практико-орієнтованої складової ОНП також долучаються маркетологи-практики <https://mbm.education/blog/2/24>. Зокрема, у межах ОК «Інтернет-маркетинг» долучаються представники компанії Genesis та Serpstat (зустрічі 2 та 6); у «Маркетинговому менеджменті» - Ferrero (зустріч 6). Кафедра співпрацює з Міжнародною асоціацією маркетингових ініціатив (МАМІ), яка реалізує сертифікатну програму Customer Experience із залученням 16 експертів галузі маркетингових комунікацій (підтверджено на відкритій зустрічі). Про практичну орієнтованість ОНП також підкресливали стейкхолдери під час зустрічей з ЕГ, зокрема випускниця ОНП (старший менеджер Ferrero) зазначила, що проходження практики може стати початком кар'єри; випускниця (маркетинг-директор Davines, раніше L'Oréal) підтвердила, що саме кафедра допомогла їй знайти роботу через рекомендацію в L'Oréal (зустріч 6). ЕГ зазначає, що порівняно з редакцією ОНП (2020 р.) загальний обсяг практичної підготовки зменшився з 10 до 9 ЄКТС, а науково-дослідна практика скорочена з 7 до 3 ЄКТС, що є суттєвим зменшенням дослідницької складової для освітньо-наукової програми. Переддипломна практики (3 ЄКТС) частково компенсує це скорочення, проте ЕГ рекомендує розглянути повернення більшого обсягу дослідницької практики.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

Формування соціальних навичок на ОНП забезпечується поєднанням методів навчання й оцінювання, які безпосередньо спрямовані на взаємодію, комунікацію та командну роботу. Проектне навчання з презентаціями індивідуальних і командних завдань, ділові ігри, кейс-методи, дискусії, підготовка та захист звітів з практик, виступи на конференціях, рефлексія. Серед обов'язкових ОК передбачено вивчення: ОК1.1.5 «Соціальна відповідальність», що

підсилює громадянську відповідальність та соціальну орієнтацію фахівця. Здобувачі готують командні проекти корпоративної соціальної відповідальності, аналізують реальні кейси українських компаній, проводять презентації та рецензують роботи одне одного (підтверджено НПП на зустрічі 5). ОК1.1.11 «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі», що формує педагогічні, комунікативні та презентаційні навички. ОК1.1.3 «Інтелектуальна власність», де застосовуються ділові ігри та кейс методи щодо захисту авторських прав (підтверджено НПП на резервній зустрічі 2). ОК1.1.1 «Англійська мова», що формує навички професійної комунікації іноземною мовою. ОК1.1.13 «Міжнародний маркетинг» та ОК1.1.14 «Стратегічний маркетинг», де передбачені командні проектні роботи та обговорення стратегічних рішень. Серед вибіркового ОК професійної підготовки soft skills також формуються через, наприклад, «Мистецтво переговорів», «Психологія управління і бізнес-комунікації», тощо. Широкий вибір ОК також представлено у загальноуніверситетському каталозі, де здобувачі можуть додатково обирати дисципліни з інших спеціальностей та рівнів. На кафедрі менеджменту, маркетингу та підприємництва з 2021 року організуються Могилянські відкриті хакатони, що спрямовані на розвиток навичок критичного та підприємницького мислення, креативності, командної взаємодії та комунікації. Ефективність проектних та ігрових методів навчання підкреслено під час зустрічей з НПП кафедри (зустріч 5) та здобувачами (зустріч 4). Здобувачі також беруть участь у науково-практичних конференціях <https://mbm.education/blog/3/38>, круглих столах <https://mbm.education/blog/6/32>, заходах з бізнес-експертами <https://mbm.education/blog/2/24> та тренінгах, зокрема у сертифікатній програмі Customer Experience з МАМІ. Під час зустрічі (6) зі стейкхолдерами та випускниками було підтверджено результативність формування soft skills. Наприклад, випусниця ОНП (старший менеджер Ferrero) підкреслила значення ком'юніті та нетворкінгу, які формуються під час навчання.

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

Обсяг освітніх компонентів у магістерській ОНП «Маркетинг» узгоджений із вимогами другого циклу (FQ-EHEA), рівнем 7 НРК України та профілем програми (загальний обсяг 120 ЄКТС), що відповідає Закону України «Про вищу освіту» <https://surl.li/jfoisr> та Стандарту ВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» (Наказ МОН №960 від 10.07.2019 <https://surl.li/cc/ivgaaу>). У переліку компонентів ОНП та навчальних планах вступу 2024 і 2025 рр. наведено кредитність і форми контролю кожної дисципліни, що дозволяє співвіднести обсяг із трудомісткістю. Обов'язкова частина становить 64 ЄКТС, вибіркова - 36 ЄКТС, кваліфікаційна робота - 20 ЄКТС. Рівномірність навантаження забезпечена плануванням навчального процесу. Згідно зведених даних НП, тижневе навантаження з обов'язкових ОК становить 18 годин у I та II семестрах, 3 години у III семестрі та 4 години у IV семестрі; тижневе навантаження з вибіркового ОК, відповідно 6, 4, 30 та 8 годин по семестрах. Положення про організацію освітнього процесу в НаУКМА (Наказ №300 від 14.06.21) та Методичні вимоги до структури та змісту навчальних планів (Наказ №299 від 14.06.21) встановлюють, що обсяг 1 кредиту ЄКТС дорівнює 30 годин, з них третина це аудиторні години, дві третини - самостійна робота. Тижневе аудиторне навантаження не перевищує 18 годин. В силабусах ОК наявний розподіл навчального часу в годинах за видами робіт, що також підтверджено під час демонстрації платформи DistEdu (резервна зустріч 1). Під час зустрічі (2) з розробниками ОНП ЕГ встановила, що кредитні обсяги ОК визначаються колегіальним рішенням робочої групи та, за необхідністю, коригуються на розширеному засіданні кафедри з обговоренням зі НПП, стейкхолдерами та роботодавцями (Протоколи засідань кафедри №3 від 21.03.24, №9 від 01.11.24, №6 від 26.05.25). Зазначений розподіл затверджується навчальним планом та ухвалюється Вченою Радою НаУКМА. Відповідність обсягу компонентів програмним результатам навчання підтверджено матрицями в ОНП: «Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОП» (табл. 4.2) та «Матриця забезпечення ПРН відповідними компонентами» (табл. 5.2). Це дозволяє простежити, як кредитність і форми контролю кожної дисципліни корелюють із досягненням ПРН.

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

Структура ОНП «Маркетинг» вибудована так, щоб у кожному семестрі поєднувати теорію з реальними бізнес-задачами та інструментами. Обов'язковий перелік ОК включає, зокрема: ОК1.1.7 «Інтернет-маркетинг» (3 кр.), ОК1.1.6 «Торговельний маркетинг» (3 кр.), ОК1.1.9 «Маркетинговий аудит» (4 кр.), три види практик загальним обсягом 9 кр. та кваліфікаційну роботу (20 кр.), що забезпечує практикоорієнтований фокус програми. Практична складова підсилена конкретними цифровими інструментами й кейсами. У межах ОК «Інтернет-маркетинг» здобувачі працюють із сучасними аналітичними платформами: Serpstat (безкоштовний доступ надано ТОВ «СЕРПСТАТ», зустріч 2), GoogleAnalytics, ARIS Cloud, Creately; у «Маркетинговому аудиті» та «Маркетинговому менеджменті» використовуються бази даних YouControl (безкоштовний доступ від ТОВ «Ю-КОНТРОЛ»); у «Управлінні бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі» - CRM-ERP системи на базі Simbioz (підтверджено на зустрічі 5 з НПП). Організаційно освітній процес підтримується через платформу DistEdu (адаптовано Moodle) <https://distedu.ukma.edu.ua>, Zoom та MS Teams (ліцензовані, забезпечуються НаУКМА). Практикоорієнтованість також забезпечується залученням роботодавців до реалізації ОК: Procter & Gamble у «Торговельному маркетингу»; Genesis та Serpstat у «Інтернет-маркетингу» (гостьові лекції, воркшопи, доступ до програм для генерації контенту, підтверджено на зустрічі 2); Ferrero у «Маркетинговому менеджменті» (проводяться щорічні лекції з досліджень ринку та споживачів, підтверджено на зустрічі 6). Кафедра є асоційованим членом МАМІ, яка реалізує сертифікатну програму Customer Experience з trade marketing, consumer marketing, digital

marketing, event та influencer marketing (підтверджено на відкритій зустрічі). Пропозиції роботодавців інтегруються у тематику занять та практичні кейси. Інтеграція профільних задач у освітній процес підтверджується також стартап-проектами. Наприклад, стартап Outex, розроблений за участю здобувачів, зайняв третє місце у Франції (зустріч 2); у межах ініціативи JoinNow зі створення стартап-шкіл з Київським академічним університетом (проект МОН) здобувачі-магістри 2-го курсу на дисципліні «Рекламний менеджмент» розробляли маркетингову складову для наукового стартапу Flow Unlock, який відібрано для презентації у Франції (підтверджено гарантом ОНП). Підготовка здобувачів за дуальною формою навчання на ОНП «Маркетинг» наразі не здійснюється. В НаУКМА чинне Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти (Наказ №479 від 08.12.20) <https://surli.cc/zjdjyd>. Під час зустрічі (3) з керівництвом ЗВО декан ФЕН зазначила, що кафедра веде консультації та переговори з партнерами щодо запровадження дуальної освіти за ОНП. На сьогоднішній день на ОНП «Маркетинг» немає здобувачів, які навчаються за дуальною формою освіти.

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

ОНП «Маркетинг» прямо декларує орієнтацію на цілі сталого розвитку. У профілі програми визначено фокус на соціально-відповідальний та етичний маркетинг як наскрізний принцип підготовки, що інтегрується у зміст і результати навчання. Серед ключових слів ОНП, сформульованих за ініціативою здобувачів (зустріч 1, гарант ОНП), зазначено «соціальна відповідальність» та «етика». Це підтверджується наявністю конкретних навчальних компонентів та матриць відповідностей. ОК1.1.5 «Соціальна відповідальність» (4 ЄКТС) формує у здобувачів здатність інтегрувати етичні, соціальні та екологічні виміри в маркетингові рішення. Здобувачі готують проекти КСВ на основі реальних прикладів українських компаній, аналізують їх, презентують та обговорюють (підтверджено НПП на зустрічі 5). ОК1.1.4 «Логістичний менеджмент» (4 ЄКТС) підсилює здатність планувати й впроваджувати інноваційні зміни з урахуванням соціально-екологічних наслідків та довгострокової стійкості. Цікавим є досвід співвикладання цієї дисципліни професорки (НаУКМА) разом університетом Віадрина, Німеччина. <https://mbm.education/blog/4/41>. ОК1.1.10 «Маркетинговий менеджмент» (4 ЄКТС) забезпечує здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта з урахуванням принципів сталого розвитку та ефективності. Крім того, на кафедрі менеджменту, маркетингу та підприємництва створено Центр аналітики та бізнес-моделювання сталого розвитку <https://mbm.education/tsentr-analitu>, який є платформою для інтеграції досліджень у навчальний процес (підтверджено гарантом ОНП на зустрічі 1 та професоркою НаУКМА на зустрічі 5, яка є головою цього Центру). Здобувачі залучаються до участі у наукових конференціях <https://mbm.education/blog/3/2025-35> та реалізації наукових проєктів <https://mbm.education/blog/4/45>, що фіксує інституційну відповідність вимогам національної політики з імплементації ЦСР. У СО зазначено, що ОНП забезпечує набуття компетентностей, спрямованих на досягнення Глобальних Цілей Сталого Розвитку (Резолюція ГА ООН №70/1 від 25.09.2015, Указ Президента України №722 від 30.09.2019). Обґрунтування пов'язане з метою, фокусом і змістом ОНП та їх узгодженням зі Стратегією розвитку НаУКМА на 2026-2035 рр. <https://surli.cc/iocuhc>, яка продовжує філософію Liberal Arts Education з урахуванням потреб повоєнної відбудови України. Матриці відповідності компетентностей і ПРН до ОК (табл. 4.2, 5.2 ОНП) відображають системне формування як загальних (зокрема ЗК9 - антикорупційна складова, ЗК10 - громадянські якості), так і фахових компетентностей через обов'язкові дисципліни та практики.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП «Маркетинг» має повну відповідність за всіма підкритеріями Критерію 2, окрім 2.5. Структура ОНП є цілісною й логічною: загальний обсяг 120 ЄКТС з чітким поділом на 64 ЄКТС обов'язкових компонентів, 36 ЄКТС вибіркових та 20 ЄКТС атестації (магістерська робота), що відповідає другому циклу FQ-EHEA / 7 рівню НРК. Це дозволяє збалансувати базову професійну підготовку із персоналізацією траєкторій через вибірковість. Логіка побудови підтверджена структурно-логічною схемою та матрицями: відповідності компетентностей компонентам (табл. 4.2) і забезпечення ПРН (табл. 5.2). Це демонструє, як конкретні дисципліни забезпечують заявлені компетентності й результати навчання. Концентрація обов'язкових ОК у першому році навчання є обґрунтованою через формування фундаменту до дослідницького етапу та полегшення перезарахування під час академічної мобільності. Практикоорієнтованість забезпечується поєднанням аудиторної роботи з трьома видами практик (науково-дослідна, педагогічна, переддипломна) та виконанням кваліфікаційної роботи. Для практик визначено методичні матеріали та настановчі зустрічі, здобувачі обирають бази самостійно. У змісті ОНП зафіксовано профільні прикладні компоненти: «Інтернет-маркетинг», «Торговельний маркетинг», «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі». Слід відмітити тісну співпрацю зі стейкхолдерами, а саме: залучення бізнес-експертів (Genesis, Serpstat, Procter & Gamble, Ferrero) до викладання ОК, наданням безкоштовного доступу до професійних платформ (наприклад, Serpstat, YouControl); реалізація сертифікатної програми Customer Experience з МАМІ; інтеграція стартап-проектів у навчальний процес. Індивідуальні траєкторії забезпечуються 36 ЄКТС вибірковості: 24 ЄКТС з кафедрального каталогу професійної підготовки та 12 ЄКТС із загальноуніверситетського каталогу вільного вибору, через систему автоматизованого запису (САЗ). Магістри додатково мають можливість обирати дисципліни бакалаврського рівня. Аналіз індивідуальних планів здобувачів засвідчив різноманітність обраних комбінацій, псевдовибірковості не виявлено. Діючий механізм перезарахування неформальної освіти (наприклад, сертифікати Genesis - 4 здобувачі) підтверджує реальність формування індивідуальних траєкторій. ОНП прямо декларує

орієнтацію на соціально-відповідальний та етичний маркетинг, визначений за ініціативою здобувачів і випускників. На кафедрі функціонує Центр аналітики та бізнес-моделювання сталого розвитку, що забезпечує інтеграцію досліджень у навчальний процес. Зміст ОНП повністю охоплює предметну область спеціальності 075 «Маркетинг». Тематика кваліфікаційних робіт є актуальною, відхилень від предметної області не виявлено. Соціальні навички формуються через обов'язкові ОК (командні проєкти, ситуативні ігри, педагогічна практика) та позааудиторні заходи (Могилянські відкриті хакатони з 2021 р., конференції, круглі столи тощо).

Недоліки

ЕГ встановила внутрішню неузгодженість між посиленням дослідницької складової ОНП та одночасним скороченням обсягу науково-дослідної практики. Зокрема, при оновленні ОНП у 2024 р. було додано 3 нових дослідницьких компетентності (СК12-14) та 3 ПРН (19-21), що засвідчує посилення орієнтації програми на формування дослідницьких навичок. Водночас обсяг науково-дослідної практики було скорочено з 7 ЄКТС (ОНП 2020) до 3 ЄКТС (ОНП 2024), тобто більш ніж удвічі. Це скорочення відбулося на тлі високої наукової активності здобувачів: 87% беруть участь у конференціях, 82,6% мають публікації тез, 52,2% долучені до наукової теми кафедри (опитування від 01.02.2025). ЕГ вважає, що скорочення основного практичного компоненту дослідницького циклу не узгоджується із заявленим освітньо-науковим характером програми та розширеним переліком дослідницьких ПРН. Введення переддипломної практики (3 ЄКТС) частково компенсує це скорочення, проте загальний обсяг практичної підготовки зменшився з 10 до 9 ЄКТС. Разом з тим, виявлений недолік суттєво не впливає на якість підготовки за ОНП.

Рекомендації

Робочій групі під час наступного перегляду ОНП розглянути можливість збалансування обсягу науково-дослідної практики (наразі 3 ЄКТС) з розширеним переліком дослідницьких компетентностей (СК12-14) та ПРН (19-21), доданих у 2024 р., з урахуванням освітньо-наукового характеру програми та високої наукової активності здобувачів.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

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

Правила прийому на навчання за ОНП «Маркетинг» (ID 27218) розроблено відповідно до Наказу МОН України №168 від 10.02.2025 «Про затвердження Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2025 році» та оприлюднені на офіційному вебсайті НаУКМА <https://vstup.ukma.edu.ua/> у спеціалізованому розділі «Офіційні документи» у підрозділі «Правила прийому» <https://surl.li/scfhqv>. Зазначені Правила є вичерпними, чіткими та зрозумілими для потенційних вступників, оскільки містять детальну інформацію про всі етапи конкурсного відбору, чіткі строки та порядок реєстрації заяв, вимоги до переліку документів, а також прозорий механізм розрахунку конкурсного бала. Конкурсний відбір на програму здійснюється на основі результатів Єдиного вступного іспиту (ЄВІ), а також Єдиного фахового вступного випробування (ЄФВВ) за програмою предметного тесту з управління та адміністрування. Такий підхід гарантує об'єктивність оцінювання та рівність прав усіх абітурієнтів, базуючись виключно на їхніх академічних досягненнях, що свідчить про відсутність дискримінаційних положень. Для вступників на основі вже здобутого ступеня магістра або спеціаліста (на контрактну форму навчання) передбачено можливість вибору: подання результатів ЄВІ/ЄФВВ або проходження внутрішнього іспиту з іноземної мови (<https://surl.li/cmogex>) та фахового випробування (<https://surl.li/bfsczw>) безпосередньо у закладі. Завідувач кафедри повідомив що високий рівень прозорості та публічності інформування абітурієнтів також підтверджується функціонуванням власної автоматизованої системи «Конкурс НаУКМА» (<https://surl.li/gonyab>), (Резервна зустріч 2). Цей цифровий інструмент дозволяє вступникам у режимі реального часу відстежувати ліцензійні обсяги, кількість поданих заяв, статуси своїх заявок, пріоритетність та поточні рейтингові позиції. За свідченням представників закладу, дана система забезпечує оперативніше оновлення даних порівняно із загальнодержавними ресурсами. Крім того, вступники мають відкритий доступ до архівних даних попередніх вступних кампаній, включаючи прохідні бали та фактичний набір, що значно підвищує прогнозованість вступу та довіру до процедур ЗВО (Резервна зустріч 2). У контексті розвитку інноваційних підходів до інформування, ЕГ було презентовано (Резервна зустріч 2) прототип цифрової платформи «Smart», розробленої для ознайомлення абітурієнтів зі змістом освітніх компонентів програми. Система передбачає доступ до детальної інформації про дисципліни, обсяги кредитів ЄКТС, викладацький склад та семестри викладання. Унікальним елементом платформи є інтеграція авторських відгуків здобувачів освіти, що дозволяє вступникам здійснити більш усвідомлений вибір освітньої траєкторії (Резервна

зустріч). На момент проведення акредитації також встановлено, що правила прийому на 2026 рік перебували на стадії активного обговорення академічною спільнотою, що підкреслює безперервність процесу вдосконалення умов доступу до програми (Резервна зустріч 2).

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

Правила прийому на навчання в НаУКМА переглядаються щороку та затверджуються Вченою радою університету. Конкурсний відбір на ОНП «Маркетинг» базується на результатах Єдиного вступного іспиту (ЄВІ) та Єдиного фахового вступного випробування (ЄФВВ). Програма предметного тесту ЄФВВ з управління та адміністрування відповідає галузевим особливостям спеціальності 075 та охоплює базові знання, необхідні для навчання на магістерському рівні. Для вступників на основі вже здобутого ступеня магістра чи спеціаліста (на контрактну форму) передбачено можливість складання фахового іспиту безпосередньо у закладі, програма якого переглядається кафедрою для забезпечення відповідності програмним результатам навчання. Під час проведення акредитації гарант програми повідомив, що правила прийому на 2026 рік наразі перебувають у стадії активного обговорення Вченою радою, проте ще не були остаточно затверджені (Резервна зустріч 2). У найближчому майбутньому ЗВО планує розширення ліцензованого обсягу через високий попит на програму. Декан факультету повідомив ЕГ про те, що за підтримки університету триває процес розробки програми подвійного диплома з Université Paris-Est Créteil (UPEC, Франція). Відповідно, при відкритті цієї програми правила вступу будуть переглянуті для забезпечення міжнародної мобільності та узгодження процедур відбору з іноземним партнером (Зустріч 3). Також заплановано подальшу цифровізацію інформування абітурієнтів через розвиток платформи «Smart».

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

Система визнання результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах (зокрема в межах академічної мобільності) на ОНП «Маркетинг» (ID 27218), є нормативно врегульованою та реалізується у тісному зв'язку з практичним досвідом здобувачів освіти та базується на положеннях національного законодавства, міжнародних актів, зокрема Лісабонської конвенції. Вона регламентується «Положенням про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (Наказ №300 від 14.06.2021) та «Положенням про порядок участі у програмах внутрішньої і міжнародної академічної мобільності» (Наказ №2 від 03.01.2024). Надійність процедур забезпечується встановленими вимогами до учасників (середній бал не нижче 80, знання іноземної мови, наукова активність) і багатоступеневим відбором. За повідомленням здобувачки освіти, процедура включає подання заявки до міжнародного відділу, підготовку мотиваційного листа, проходження інтерв'ю та супровід на всіх етапах мобільності, при цьому комунікація є системною та своєчасною (Зустріч 4). Інформаційна доступність процедур забезпечується через сайт міжнародного відділу (<https://dfc.ukma.edu.ua/>), зокрема у вкладці «Програми навчання і стажування, ініційовані НаУКМА» (<https://surl.li/gfmnto>) та відповідних розділах для здобувачів (<https://surl.li/fkjnr>), а також через викладачів, одногрупників і організаційні заходи. Здобувачка підтвердила, що інформація є доступною та додатково роз'яснюється під час зустрічей і комунікації з міжнародним відділом (Зустріч 4). Алгоритм визнання є чітко структурованим і охоплює етапи до, під час і після мобільності. Здобувачка освіти зазначила, що порядок перезарахування дисциплін, вимоги до їх вибору та кількість кредитів є відкритими і зрозумілими, а також деталізуються під час спеціальних зустрічей. Вибір дисциплін здійснюється самостійно з можливістю консультацій із кафедрою, що забезпечує узгодженість індивідуальної освітньої траєкторії (Зустріч 4). Визнання результатів навчання здійснюється на основі сутнісного співставлення ПРН, що відповідає європейським підходам. Практична реалізація процедур має сталий характер: понад 30 здобувачів пройшли навчання у провідних закордонних університетах. Впроваджено також практики віртуальної мобільності (University of Marburg, Justus-Liebig-Universität Gießen). Досвід здобувачки, яка перебуває на мобільності у Франції (UPEC), підтверджує ефективність процедур: забезпечено індивідуальний графік, гнучке узгодження з викладачами та постійну підтримку міжнародного відділу (Зустріч 4). Вона поінформована про подальші дії щодо перезарахування та можливість перескладання дисциплін. Відсутність труднощів, високий рівень обізнаності здобувачів і їх активна участь у мобільності свідчать про ефективність і послідовність системи. Її розвиток підтверджується ініціативами щодо впровадження програм подвійних дипломів у співпраці з Університетом Париж-Схід Кретьє (UPEC, Франція).

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

Визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти на ОНП «Маркетинг» (ID 27218), здійснюється на засадах студентоцентрованості та прозорості. Процедура врегульована «Положенням про визнання результатів навчання, здобутих через неформальну або інформальну освіту» (Наказ №470 від

08.12.23) (<https://surl.li/ystlxj>) і передбачає можливість перезарахування результатів, що відповідають компетентностям ОНП, у межах до 6 кредитів ЄКТС. Інформування здобувачів є системним і здійснюється через офіційний сайт НаУКМА, ресурси факультету та кафедри (<https://uaeconomy.education/>, <https://mbm.education/>), соціальні мережі, а також під час організаційних зустрічей. Здобувачі підтвердили обізнаність щодо можливостей перезарахування та доступність процедур (Зустріч 4), що свідчить про належну комунікацію правил. Практика перезарахування є сталою та підтверджена як документально, так і під час зустрічей. Зокрема, здобувачі підтвердили випадки перезарахування результатів навчання на основі курсів компанії Genesis у межах дисципліни «Інтернет-маркетинг» (Зустріч 4), що узгоджується з рішеннями комісій (Протоколи №1 від 28.04.25; №2 від 16.12.25). При цьому здобувачі зазначили, що такі курси є доступними, зокрема безкоштовними в межах співпраці з партнерами (Зустріч 4), що підвищує залученість до неформальної освіти. Під час зустрічі зі стейкхолдерами підтверджено системну співпрацю ЗВО з бізнесом, зокрема компанією Genesis, яка не лише долучається до оновлення змісту освітніх компонентів, а й забезпечує здобувачам можливість проходження профільних курсів як елементу неформальної освіти (Зустріч 6). Такі курси розробляються за участі практиків (у тому числі маркетологів різного рівня та топменеджменту), інтегруються в освітній процес, супроводжуються проведенням гостьових лекцій, навчальних інтенсивів та ознайомчих візитів до компанії. Представниця компанії також зазначила, що здобувачі, які проходили відповідні курси, надалі працевлаштовуються у компанії або її дочірніх структурах (Зустріч 6), що підтверджує практичну спрямованість та прикладну цінність таких освітніх активностей. Додатково встановлено, що викладачі залучаються до навчальних програм компанії та інтегрують отримані матеріали у власні курси, що забезпечує актуалізацію змісту освітньої програми відповідно до вимог ринку. Здобувачі продемонстрували розуміння процедур визначення обсягу кредитів залежно від співвіднесення результатів навчання з освітніми компонентами, а також підтвердили наявність можливостей оскарження рішень комісії (Зустріч 4), що свідчить про прозорість і справедливість процедур.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

НаУКМА забезпечено повну відповідність вимогам критерію 3 щодо доступу до освітньої програми та визнання результатів навчання за ОНП «Маркетинг». За підкритерієм 3.1 встановлено, що правила прийому є чіткими, зрозумілими, недискримінаційними та повністю відповідають чинному законодавству; додатково впроваджено цифрові інструменти («Конкурс НаУКМА», платформа «Smart»), які підвищують прозорість і усвідомленість вибору вступників. За підкритерієм 3.2 зміст вступних випробувань відповідає особливостям спеціальності та забезпечує об'єктивний відбір, а практика регулярного перегляду правил прийому свідчить про їх актуалізацію відповідно до змін освітнього середовища. За підкритерієм 3.3 функціонує нормативно врегульована та ефективна система визнання результатів навчання, здобутих в інших ЗВО, що реалізується відповідно до європейських підходів (зокрема принципу сутнісного співставлення результатів навчання) та підтверджується значною кількістю кейсів академічної мобільності і високим рівнем обізнаності здобувачів. За підкритерієм 3.4 впроваджено прозору та дієву систему визнання результатів неформальної та інформальної освіти, яка має практичне застосування та інтегрована у співпрацю з бізнесом, що сприяє підвищенню практичної підготовки здобувачів. Загалом, реалізація вимог критерію має системний характер, відзначається високим рівнем цифровізації, інтеграцією з міжнародним та професійним середовищем, а також наявністю зразкових практик. Зразкові практики. Реалізація системи визнання результатів навчання (підкритерій 3.3) на засадах сутнісного співставлення програмних результатів навчання, що відповідає європейським підходам (Лісабонська конвенція), поєднується з її реальною масштабною імплементацією (значна кількість учасників академічної та віртуальної мобільності, індивідуальний супровід здобувачів, гнучке узгодження освітніх траєкторій), що свідчить про високий рівень зрілості та ефективності системи. Зразковою є практика інтеграції результатів неформальної освіти у формальну освітню програму (підкритерій 3.4) через системну співпрацю з бізнесом (зокрема компанією Genesis), яка включає не лише можливість перезарахування результатів навчання, а й спільну розробку освітнього контенту, проведення гостьових лекцій, інтенсивів та забезпечення подальшого працевлаштування здобувачів. Така модель поєднує освітній процес із реальними потребами ринку праці та демонструє високий рівень практикоорієнтованості програми. Додатково варто відзначити впровадження цифрових інструментів підтримки доступу до освітньої програми (зокрема система «Конкурс НаУКМА» та платформа «Smart»), що підвищують прозорість вступу та усвідомленість вибору освітньої траєкторії.

Недоліки

Недоліки за критерієм 3 не встановлено.

Рекомендації

Рекомендується завершити впровадження платформи «Smart» до початку вступної кампанії 2026 року.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень А

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Освітній процес за ОНП «Маркетинг» побудовано відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту» <https://surl.li/jfoisr>, Стандарту ВО за спеціальністю 075 (Наказ МОН №960 від 10.07.2019 <https://surl.li/ivgayu>) та принципів студентоцентрованого навчання й академічної свободи. Організація освітнього процесу регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в НаУКМА (Наказ №300 від 14.06.21) та Наказом про організацію освітнього процесу в умовах воєнного стану (Наказ №354 від 19.08.25). <https://surl.li/imjgkw>. На ОНП застосовуються сучасні методи навчання, підтвержені аналізом силабусів: проектно-орієнтоване навчання з командними та індивідуальними завданнями на основі реальних кейсів (кейси Procter & Gamble у «Торговельному маркетингу», проекти з Serpstat у «Інтернет-маркетингу»); проблемно-орієнтований підхід, де викладач виступає фасилітатором (дискусії, обговорення, дебати - підтверджено в силабусах «Соціальна відповідальність», «Інтелектуальна власність»); колаборативне навчання через роботу в міні-групах та взаємооцінювання; навчання через дослідження, де здобувачі залучаються до конференцій (87% за опитуванням), публікацій тез (82,6%), наукових тем кафедри (52,2%). Інноваційною формою підсумкового оцінювання є проєкт «Цифровий сторітелінг», який інтегрує творчі та аналітичні навички. Навчання організоване у синхронному (аудиторні заняття) та асинхронному (платформа DistEdu, Zoom, MS Teams) режимах. Під час зустрічі (4) здобувачі підтвердили студентоцентрованість навчання, дотримання принципів академічної свободи та зазначили, що рівень їх задоволеності вивчається через опитування. За результатами опитування здобувачів вищої освіти другого рівня вищої освіти щодо задоволеності ОНП «Маркетинг» (23 відповіді, 01.02.2025): 100% здобувачів підтвердили зрозумілість форм і методів навчання; задоволеність лекціями та семінарами (95,7% на рівні 4-5); 56,5% зазначили, що на початковому етапі навчання все було зрозуміло і доступно. Водночас 82,6% здобувачів повідомили про перевантаження під час навчання, що потребує уваги з огляду на збалансованість навантаження.

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

Учасники освітнього процесу за ОНП «Маркетинг» отримують інформацію щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК від викладачів під час першого заняття за кожною ОК. На платформі DistEdu <https://distedu.ukma.edu.ua> розміщені силабуси, навчальні матеріали, завдання та критерії оцінювання. У силабусах ОК прописані: результати навчання з посиланням на конкретні ПРН, методи викладання і навчання та форми оцінювання для кожного ПРН, тематичний план, умови визначення навчального рейтингу з конкретними балами за кожен вид роботи, вимоги та критерії оцінювання, політика академічної доброчесності, політика безпеки освітнього процесу в умовах воєнного стану (Наказ №354 від 19.08.25) та політика відповідального використання ШІ (Наказ №332 від 29.07.25). <https://surl.li/imjgkw>. У публічному доступі на сайті кафедри <https://mbm.education> розміщені: ОНП, інформація про НПП, гостьові лекції <https://mbm.education/lektsii>, конференції <https://mbm.education/blog/3/38>, новини та події. Каталог вибіркового ОК з анотаціями доступний здобувачам через систему автоматизованого запису (САЗ) у персональних кабінетах (підтверджено під час демонстрації каталогу на резервній зустрічі 1). Силабуси ОК також не знаходяться у відкритому доступі. Підсумкові форми контролю (екзамен, д/залік, захист тези) оприлюднені у навчальних планах та силабусах ОК. Постійна комунікація із здобувачами здійснюється через платформу DistEdu, електронну пошту та месенджери. За результатами опитування здобувачів вищої освіти другого рівня вищої освіти щодо задоволеності ОНП «Маркетинг» (23 відповіді, 01.02.2025): 100% підтвердили, що вчасно отримали інформацію про форми контрольних заходів та критерії оцінювання; 100% зазначили, що критерії оцінювання навчальних досягнень є зрозумілими; 100% вважають оцінювання знань об'єктивним та неупередженим; 95,7% ознайомлені з процедурою оскарження результатів контрольних заходів. Під час зустрічі (4) здобувачі підтвердили доступність та зрозумілість інформації. На зустрічі (5) з НПП підтверджено, що силабуси оприлюднюються на DistEdu перед початком семестру та оновлюються щорічно.

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

ЗВО забезпечує інтеграцію навчання і досліджень під час реалізації ОНП «Маркетинг» на магістерському рівні. Наукова складова ОНП реалізується через обов'язкові ОК: ОК1.1.12 «Методологія наукових досліджень» (4 ЄКТС), ОК1.2.1 «Практика науково-дослідна» (3 ЄКТС) та кваліфікаційну (магістерську) роботу (20 ЄКТС). Практичний посібник для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня освітньо-наукової програми «Маркетинг

»охоплює повний цикл дослідницької роботи: від вибору наукової теми до публікації результатів та захисту магістерської роботи. Здобувачі в процесі навчання не тільки отримують сучасну інформацію від НПП на лекційних та практичних заняттях, але й беруть участь у наукових дослідженнях кафедри. На кафедрі менеджменту, маркетингу та підприємництва виконуються НДР за темами: «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними процесами (2019–2024, №0119U103840); «Теоретико-методологічні підходи до трансформації бізнесу на засадах сталого розвитку» (2025-2030, №0125U000738). Функціонує Центр аналітики та бізнес-моделювання сталого розвитку <https://mbm.education/tsentr-analytyku> (підтверджено проф. кафедри на зустрічі 5), до роботи якого залучаються здобувачі. За результатами опитування здобувачів вищої освіти другого рівня вищої освіти щодо задоволеності ОНП «Маркетинг» (23 відповіді, 01.02.2025): 87% брали участь у конференціях; 82,6% мають надруковані тези доповідей; 26,1% є авторами наукових статей у фахових виданнях; 52,2% долучені до наукової теми кафедри; 30,4% опанували сертифікатні курси. Спільні публікації зі здобувачами за даними відповідно 23 (2023), 42 (2024), 30 (2025). Здобувачі виступають на науково-практичних конференціях, організованих кафедрою <https://mbm.education/blog/3/38>, беруть участь у круглих столах <https://mbm.education/blog/6/32> та наукових проєктах <https://mbm.education/blog/4/45>. У додаткових документах, наданих на запит, ЕГ було перевірено дійсну наявність наукових публікацій серед здобувачів за профілем кафедри та наукових тематик. Силабуси кількох ОК побудовані як авторські курси на основі наукових досліджень викладачів. Зокрема, «Інноваційний маркетинг» базується на дослідженнях автора з нейромаркетингу та онлайн-взаємодії стейкхолдерів; «Маркетинговий аудит» побудований на основі науково-методичних та практичних досліджень розробника курсу. У списках рекомендованої літератури силабусів ОК зазначені публікації викладачів кафедри, що підтверджує інтеграцію власних наукових результатів у навчальний процес. Під час зустрічі (4) здобувачі підтвердили залученість до наукової роботи та можливість обирати теми досліджень відповідно до власних інтересів.

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

Відповідно до даних СО та на зустрічі (5) з академічним персоналом було підтверджено, що викладачі систематично оновлюють зміст ОК. Рішення щодо оновлення ОК приймаються на розширених засіданнях кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва за участю НПП, стейкхолдерів та роботодавців (Протоколи засідань кафедри №3 від 21.03.24, №9 від 01.11.24, №6 від 26.05.25). Серед ключових оновлень ОНП 2024 р.: додано нові компетентності (ЗК9-11, СК12-14) та ПРН 19-21 з урахуванням потреб ринку праці та пропозицій стейкхолдерів; ОК «Інтернет-маркетинг» переведено з вибіркового до обов'язкового; введено ОК «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі» (НП 2025). Під час зустрічі (1) гарант ОНП зазначила, що ініціатором оновлення фокусу ОНП на соціально-відповідальний та етичний маркетинг виступили самі здобувачі та випускники ОНП. Викладачі оновлюють зміст ОК шляхом включення результатів власних наукових публікацій до рекомендованих джерел. Аналіз силабусів підтвердив наявність актуальної літератури (2021-2025 рр.): публікації професорів кафедри з нейромаркетингу, онлайн-взаємодії стейкхолдерів та сталого розвитку включені до силабусів «Інноваційного маркетингу» та «Логістичного менеджменту»; міжнародні публікації 2023-2025 рр. зазначені у рекомендованій літературі. А також відбувається інтеграція наукових здобутків отриманих в результаті реалізації міжнародних проєктів, таких як: HORIZON-INFRA-2024-DEV-02 (2025-2028); SEEDplus: Strengthening Entrepreneurial Ecosystem Development HORIZON-EIE-2022-SCALEUP-01 (2023-2025); 4InnoPipe Project funded by EIT-HEI (2023-2024); SMART4FUTURE “Smart Innovation for Sustainable Future” (2023-2024) <https://mbm.education/blog/4> Оновлення змісту ОК також відбувається за результатами взаємодії з бізнес-партнерами. Залучення експертів Genesis та Serpstat до «Інтернет-маркетингу» (підтверджено на зустрічах 2 та 6) інтеграція сертифікатної програми Customer Experience з MAMI (відкрита зустріч); співвикладання «Логістичного менеджменту» з університетом Віадрина, Німеччина <https://mbm.education/blog/4/41>. Кафедра впровадила Політику відповідального використання ІІІ (Наказ №332 від 29.07.25), що відображено у силабусах ОК та свідчить про оперативне реагування на сучасні виклики.

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

НаУКМА у відповідності зі Стратегією розвитку на 2026-2035 рр. <https://surli.cc/rvqugz>, що продовжує філософію Liberal Arts Education, імплементує міжнародні практики у навчальний процес, у тому числі на ОНП «Маркетинг». Реалізація можливостей міжнародної мобільності НПП та здобувачів здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (Наказ №300 від 14.06.21 <https://surli.cc/imjgkw>) та угод з університетами-партнерами. Інтернаціоналізація освітнього процесу реалізується через обов'язковий ОК «Англійська мова» (6 ЄКТС), який формує навички академічної комунікації англійською мовою, включаючи підготовку презентацій, наукових статей та академічного листування (відповідно до силабусу ОК). ОК «Міжнародний маркетинг» (4 ЄКТС), спрямований на розуміння глобальних маркетингових процесів. Досвід співвикладання ОК «Логістичний менеджмент» між професором кафедри (НаУКМА) разом Європейським університетом Віадрина (Німеччина) створює міждисциплінарний та міжкультурний освітній простір <https://mbm.education/blog/4/41>. НПП кафедри залучені до міжнародних проєктів HORIZON-INFRA-2024-DEV-02 (2025-2028); SEEDplus: Strengthening Entrepreneurial Ecosystem Development HORIZON-EIE-2022-SCALEUP-01 (2023-2025); 4InnoPipe, що фінансується EIT-HEI (2023-2024); SMART4FUTURE «Smart Innovation for Sustainable Future» (2023-2024) <https://mbm.education/blog/4>. Результати міжнародних проєктів інтегруються у зміст ОК. Публікації НПП, що входять у наукометричні бази Scopus та WoS включені до рекомендованих джерел за ОК. Здобувачі залучаються до проєктної діяльності, наприклад, у межах ініціативи JoinNow (проєкт МОН), проєкт Flow Unlock відібраний для

презентації у Франції (підтверджено гарантом ОНП). Здобувачі мають можливість проходити академічну мобільність в університетах-партнерах: під час зустрічі (4) здобувачка ОНП повідомила про мобільність у Франції (UPES - Університет Париж-Естес-Кретьей), де вивчає дисципліни за ОНП з подальшим перезарахуванням. На момент акредитаційного візиту кафедра перебуває на фінальному етапі оформлення програми подвійних дипломів з університетом UPES (Франція). З наступного навчального року здобувачі зможуть взяти участь у цій програмі (підтверджено на зустрічі з деканом ФЕН). За результатами опитування здобувачів вищої освіти другого рівня вищої освіти щодо задоволеності ОНП «Маркетинг» від 01.02.2025: 100% здобувачів підтвердили, що отримують інформацію щодо можливостей академічної мобільності. Водночас фактичний рівень участі у мобільності залишається невисоким (4,3% за опитуванням). Враховуючи активну участь НПП у проєктах Horizon Europe та EIT, міжнародне співвикладання, програму подвійних дипломів на етапі оформлення та наявні приклади мобільності здобувачів, ЕГ відзначає позитивну динаміку інтернаціоналізації ОНП. ЕГ рекомендує посилити залученість здобувачів до програм міжнародної академічної мобільності та забезпечити системне інформування про можливість, що відкриває програма подвійних дипломів.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ відзначає узгодженість ОНП за підкритеріями 4.3- 4.5 та часткову узгодженість за підкритеріями 4.1, 4.2. Навчання і викладання за ОНП «Маркетинг» побудовано на засадах студентоцентрованого підходу та академічної свободи. На ОНП застосовується широкий спектр сучасних методів навчання: проєктно-орієнтований та проблемно-орієнтований підходи, колаборативне навчання, навчання через дослідження, кейс-методи, ділові ігри та дебати. Аналіз силабусів ОК підтвердив, що для кожного ПРН визначено конкретні методи викладання та форми оцінювання, що забезпечує прозорість та вимірюваність досягнення результатів навчання. Інформування здобувачів організовано через платформу DistEdu, де розміщені силабуси, навчальні матеріали та критерії оцінювання. Опитування здобувачів вищої освіти другого рівня вищої освіти щодо задоволеності ОНП «Маркетинг» засвідчило високий рівень задоволеності. Поєднання навчання і досліджень забезпечується обов'язковими ОК дослідницького циклу, залученням здобувачів до НДР кафедри та спільними публікаціями. Оновлення змісту ОК відбувається систематично на засіданнях кафедри, з урахуванням результатів наукових досліджень НПП, пропозицій стейкхолдерів та сучасних тенденцій маркетингу. Інтернаціоналізація реалізується через участь НПП у проєктах Horizon Europe та EIT, міжнародне співвикладання з Європейським університетом Віадрина (Німеччина), мобільність здобувачів та програму подвійних дипломів з університетом Франції UPES на етапі оформлення.

Недоліки

У ході аналізу опитування здобувачів ОНП «Маркетинг» від 01.02.2025, ЕГ було виявлено, що 82,6% здобувачів (19 із 23) повідомили про перевантаження під час навчання. Зважаючи на те, що тижневе аудиторне навантаження з обов'язкових ОК у I та II семестрах становить 18 годин (максимально допустиме), а обов'язкові ОК сконцентровані переважно у першому році навчання, ЕГ вважає цей показник таким, що потребує системного аналізу з боку кафедри та адміністрації ЗВО. Силабуси ОК розміщені на платформі DistEdu та доступні здобувачам після запису на курс, однак не перебувають у відкритому публічному доступі. Каталог вибіркового ОК з анотаціями доступний здобувачам виключно через систему автоматизованого запису (САЗ) у персональних кабінетах. Відсутність зазначених документів у відкритому доступі обмежує можливості абітурієнтів та інших зацікавлених сторін ознайомитися зі змістом ОНП до вступу.

Рекомендації

1. Гаранту ОНП, завідувачу кафедри, робочій групі ОНП до початку наступного навчального року проаналізувати причини перевантаження здобувачів під час навчання (82,6% за результатами опитування від 01.02.2025) та розглянути можливості оптимізації розподілу навчального навантаження між семестрами. 2. Гаранту ОНП до початку наступного навчального року забезпечити розміщення силабусів ОК, каталогу вибіркового ОК з анотаціями у відкритому доступі на сайті ЗВО або кафедри для забезпечення прозорості та інформування абітурієнтів, роботодавців та інших зацікавлених сторін відповідно до принципів ESG 2015.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

Критерії оцінювання регламентовані Положенням про критерії оцінювання <https://surl.cc/oewdxc>, де визначено форми контр. заходів (поточний, підсумковий (семестровий) контроль, захист результатів практики та курс. робіт, атестація). Згідно п.1.7, поточний контроль здійснюється під час практичних, семінарських і лабораторних занять, що дозволяє системно перевіряти досягнення конкретних результатів в межах кожного ОК. Форми проведення контролю та бали за окремі види робіт визначаються викладачем у силабусі ОК з урахуванням його цілей і ПРН. Відповідно до Положення про рейтингову систему оцінювання <https://surl.li/jlslyb> (затв. Наказом № 250 від 06.07.2022, п.2.1.2), усі види робіт сумарно оцінюються за 100-бальною шкалою. Збалансованість оцінювання досягається через пропорційний розподіл балів між роботою протягом семестру та підсумковим контролем, що сприяє об'єктивності результатів оцінювання. Згідно п.2.1.4, частка підсумкового контролю не перевищує 30% для заліку та 40% для іспиту, що гарантує валідність накопичувального оцінювання. Під час зустрічей з ЕГ здобувачі та НПП підтвердили цю практику, а також уточнили, що розподіл балів визначається з урахуванням специфіки ОК. Критерії оцінювання оприлюднюються у силабусах на платформі DistEdu. У них детально визначено методи оцінювання, види завдань, дедлайни та розподіл балів, що забезпечує прозорість і зрозумілість вимог. Наповнення платформи було продемонстровано ЕГ під час Резервних зустрічей 1 та 2, а також підтверджено, що НПП на початку кожного курсу додатково роз'яснюють критерії оцінювання (Зустріч 4, 5). ЕГ встановила, що завдання за ОК мають високий рівень практикоорієнтованості, включаючи реальні кейси від компаній Ferrero, Genesis, YouControl, Davines, що дозволяє перевіряти як теоретичні знання, так і прикладні компетентності. Це підтверджено здобувачами, випускниками та НПП під час зустрічей. ЕГ проаналізувала приклади завдань для підсумкового контролю, надані ЗВО за запитом та констатує, що рівень складності завдань відповідає ПРН. Разом з тим, ЕГ зазначає, що в екз. завданні з Логістичного менеджменту не вказано критерії оцінювання конкретних видів завдань. Електронний журнал оцінок на DistEdu дозволяє здобувачам здійснювати постійний моніторинг результатів навчання і отримувати коментарі від викладача щодо виконаних завдань (Зустріч 4, Резервна зустріч 1). Для підвищення ефективності самоконтролю НПП розробляють тести для самоперевірки. Системність і адекватність підходів підтверджується також результатами анонімних опитувань здобувачів щодо кожного ОК, які проводяться двічі на рік Центром забезпечення якості освіти аналізуються (Зустріч 9) та використовуються для коригування змісту і форм оцінювання. ЕГ констатує, що контрольні заходи, методи, інструменти та критерії оцінювання є узгодженими з цілями та ПРН, мають чітке визначення, адекватний рівень складності та забезпечують об'єктивне встановлення рівня досягнення результатів навчання.

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

Атестація здобувачів на ОНП «Маркетинг» здійснюється у повній відповідності до Стандарту другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» (наказ МОН №960 від 10.07.2019). Підсумковою формою атестації є публічний захист кваліфікаційної (магістерської) роботи. Оскільки освітня програма є науковою, для стимулювання здобувачів у НаУКМА запроваджено додаткову умову для отримання оцінки «відмінно» - публікацію за темою дослідження наукової статті. Відповідно до Практичного посібника для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня освітньо-наукової програми «Маркетинг» <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/26423> (Рекомендовано до друку Вченою радою Факультету економічних наук Національного університету «Києво-Могилянська академія», протокол №9 від 24.09.2025, стор. 76) серед критеріїв оцінювання магістерської роботи визначено п. 4.1 «Публікація наукової статті» 10 балів. ЕГ вважає, що це сприяє глибшому досягненню ПРН у частині дослідницьких компетентностей (ЗК6 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, ЗК11 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні, СК3 Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу, СК9 Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу) та здатності презентувати результати наукового пошуку. Складання ЄДКІ за спеціальністю «Маркетинг» не передбачено.

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

Процедури проведення контр. заходів регламентовані Положеннями: Про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/olaask>), Про рейтингову систему оцінювання (<https://surl.li/jlslyb>), Про критерії оцінювання знань (<https://surl.cc/oewdxc>) тощо. Усі документи є у відкритому доступі (<https://surl.li/aplvsd>), що забезпечує прозорість, визначеність і доступність правил для всіх учасників освітнього процесу. Форми контролю, методи та критерії оцінювання узгоджені з ПРН та деталізуються у силабусах. Наприклад, в ОК «Стратегічний маркетинг» передбачено 70 б. за роботу протягом семестру (семінари - 35 б., кейси - 20 б., проекти - 15 б.) та 30 б. за екзамен (теоретичний, тестовий і практичний блоки), що забезпечує комплексну перевірку знань і компетентностей. В ОК

«Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі» поєднання командних, індивідуальних і підсумкових завдань також забезпечує повне покриття результатів навчання (45 б. за командні завдання, 20 б. за інд. проєкт, 5 б. за презентацію, 30 б. за складання заліку у вигляді письмової роботи. Силабуси з критеріями, дедлайнами та розподілом балів розміщуються на DistEdu і роз'яснюються НПП на першому занятті. Об'єктивність оцінювання забезпечується автоматизованим тестуванням на DistEdu (рандомізація, обмеження часу). Для підсумкової атестації відповідно до Положення про атестацію, порядок створення організації і роботу ЕК (<https://surl.li/wimovo>) призначається зовнішній голова ЕК. Додатково функціонує система анонімного анкетування (Зустрічі 4, 9), результати якої впливають на оцінювання діяльності НПП. Процедури ліквідації академічної заборгованості визначені: перескладання дозволено не більше двох разів (викладачу та комісії), що виключає суб'єктивність (<https://surl.li/olaask>). У разі конфліктів залучаються завідувач кафедри та декан; діють Комітет з етики та Рада у справах студентства. Прикладом є звернення Студради, за результатами якого викладач скоригував свою манеру викладання, щоб уникнути некоректних аналогій (Зустріч 10). Процедури перескладання та оскарження результатів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу, Положенням про апеляційну комісію (<https://surl.li/bkehrt>) та Порядком оскарження рішень щодо підсумкового контролю (<https://surl.li/wakfje>). Заява здобувачем подається в день оголошення результатів, створюється комісія (не менше 5 осіб), яка може ухвалити рішення про перескладання. Практика застосування підтверджена здобувачами під час зустрічі 4. Здобувачі під час зустрічей 4, 9 підтвердили, що визначені процедури є доступними, зрозумілими та застосовуються системно без вибірковості. Випадки звернень щодо оскарження результатів розглядаються відповідно до встановлених процедур із наданням обґрунтованих рішень. Таким чином, ЕГ вважає, що правила і процедури є чітко визначеними, доступними та ефективно застосовуються на практиці, забезпечуючи об'єктивність оцінювання і захист прав здобувачів освіти.

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

Політика академічної доброчесності в НаУКМА регламентована Положенням про академічну доброчесність здобувачів освіти (<https://surl.li/kzeexp>), Про академічну доброчесність наукових і науково-педагогічних працівників (<https://surl.li/hjidfr>), Політикою відповідального використання генеративного штучного інтелекту (<https://surl.lu/nizeub>), Кодексом етики (<https://surl.li/pynhkk>), а також Наказом №108 від 16.03.2020 про обов'язкову перевірку курсових та кваліфікаційних робіт на дотримання вимог академічної доброчесності (<https://surl.li/obudvt>), де визначено принципи та процедури реалізації заходів, зокрема алгоритми перевірки робіт, встановлення порушень та застосування відповідальності. Відповідно до п. 2.2 Положення (<https://surl.li/kzeexp>), здобувачі протягом перших двох місяців після вступу підписують письмову присягу щодо дотримання академічної доброчесності. Перевірка кваліфікаційних робіт здійснюється за допомогою StrikePlagiarism (раніше Unicheck) та поєднується з експертною оцінкою наукового керівника та членів екзаменаційної комісії. Під час Резервної зустрічі 1 ЕГ було продемонстровано звіт перевірки, а також підтверджено, що результати технічної перевірки інтерпретуються з урахуванням змісту роботи, характеру запозичень і авторського внеску здобувача. Порогові значення технічних запозичень (10–20%) використовуються як орієнтовний індикатор і не є самостійною підставою для прийняття рішень, що виключає формальний підхід до встановлення порушень. Відповідно до Політики (<https://surl.lu/nizeub>), обов'язковим є декларування використання ШІ, а оцінювання здійснюється з урахуванням рівня самостійності та критичної обробки матеріалу. Додатковим механізмом прозорості є обов'язкове розміщення кваліфікаційних робіт у відкритому репозитарії eKMAIR (<https://surl.li/nsxzd>). Процедури реагування на порушення є чітко визначеними та застосовуються на практиці. Так, відповідно до пп. 3.2–3.9 (<https://surl.li/kzeexp>) за порушення норм доброчесності здобувачами передбачено повторне оцінювання, повторне вивчення дисципліни або відрахування. Фактичне застосування цих норм підтверджено під час зустрічі 8, де було повідомлено про випадок відрахування здобувачки, та зустрічі 1, де Гарант навела приклад зниження оцінки за некоректне використання ШІ, що свідчить про невибірковість і дієвість процедур. У силабусах освітніх компонентів (пп. 8, 10) наведено посилання на відповідні нормативні документи, що забезпечує обізнаність здобувачів. Випадків ігнорування звернень або нерозгляду порушень не зафіксовано. ЕГ констатує, що нормативна база є повною, несуперечливою та орієнтованою на практичну реалізацію, процедури виявлення та розгляду порушень включають як автоматизовані, так і експертні етапи, а їх застосування підтверджено на практиці, що спростовує твердження про неефективність системи забезпечення академічної доброчесності.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ дійшла висновку, що освітньо-наукова програма «Маркетинг» відповідає вимогам підкритеріїв 5.2-2.4 та частково підкритерію 5.1 Критерію 5. Проте, виявлені недоліки не є системними і не впливають на якість освітньої програми. ЕГ вважає, що за Критерієм 5 ОПН «Маркетинг» відповідає рівню В. Позитивними практиками за даним критерієм є наступне: форми контрольних заходів, критерії оцінювання та процедури їх реалізації є чітко визначеними, прозорими та такими, що забезпечують об'єктивне оцінювання здобувачів; процедури проведення контрольних заходів, оскарження результатів, ліквідації академічної заборгованості та врегулювання конфліктів інтересів є нормативно врегульованими, доступними та застосовуються на практиці; політика академічної

добросовісності включає як нормативне забезпечення, так і інструменти реалізації (технологічні та організаційні), а також підтверджується реальними прикладами застосування санкцій у випадку порушення норм.

Недоліки

ЕГ виявлено, що завдання підсумкового контролю, зокрема з Логістичного менеджменту, не містять критеріїв оцінювання окремих видів робіт.

Рекомендації

НПП до початку наступного навчального року переглянути завдання підсумкового контролю та зазначити критерії оцінювання за кожним видом завдань.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Критерій 6. Людські ресурси:

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

ОНП реалізується кафедрою менеджменту, маркетингу та підприємництва Факультету економічних наук НаУКМА. За результатами аналізу Таблиці 2 (СО), силабусів ОК та зустрічей з гарантом (зустріч 1), НПП (зустріч 5) та здобувачами (зустріч 4) встановлено відповідність академічної та професійної кваліфікації більшості викладачів ОК, які вони викладають. Для реалізації ОНП залучено 11 НПП: 6 докторів наук та 5 кандидатів наук, з них 9 - штатні працівники, 2 - сумісники (Кравчук П.Ю. та Перезовова І.В.). Було виявлено, що залучені до викладання НПП мають наукові публікації, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS, наукові праці у фахових виданнях, монографії та тези доповідей. На сайті кафедри <https://mbm.education> та на сайті ЗВО <https://surli.cc/cxhcjpn> наведено інформацію про НПП, їхні наукові профілі та публікації. Професійна кваліфікація викладачів забезпечується через підвищення кваліфікації та стажування, в т.ч. міжнародні: Ковшова І.О. - Uppsala Universitet (2023); Чала Н.Д. - Університет ім. Лібега Гіссен (2023), тощо. Членство НПП у професійних організаціях підтверджене: МАМІ, УАРМБО, EdTech Ukraine Association, FAO Agricultural Trade Expert Network. Аналіз відповідності НПП у розрізі ОК свідчить про повну відповідність публікацій профілю дисципліни для: Ковшової І.О. (Маркетинговий менеджмент), Боднар О.В. (Маркетинговий аудит), Романченко Н.В. (Міжнародний маркетинг), Тарасюка М.В. (Управління бізнес-процесами), Гавриленко Т.В. (Соціальна відповідальність), Нестеренко Л.О. (Англійська мова), Пічик К.В. («Інтернет-маркетинг» та «Інноваційний маркетинг») та двох сумісників: Кравчук П.Ю. (ОК «Інтелектуальна власність») та Перезової І.В. (ОК «Стратегічний маркетинг»). Водночас ЕГ встановила, що публікації окремих НПП мають слабку кореляцію або не відповідають профілю закріплених за ними ОК. Зокрема, публікації проф. Россохи В.В., який забезпечує ОК «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі» та «Методологія наукових досліджень», стосуються аграрної економіки (dairy enterprises, rural development, food consumption), а не методики викладання або методології досліджень у сфері маркетингу. Чала Н.Д. (ОК «Логістичний менеджмент») має публікації, які стосуються сталого розвитку, відновлювальної енергетики, мотивації покоління та підприємництва, але не логістичного менеджменту. При цьому вона має потужний професійний досвід (стажування в University of Berkeley, Глазго, Віадріна, IESE Business School) та є головою Центру аналітики та бізнес-моделювання сталого розвитку. Публікації доц. Пічик К.В. для ОК «Торговельний маркетинг» мають слабку кореляцію з дисципліною. Також Пічик К.В. одноосібно забезпечує 3 обов'язкових ОК (10 ЄКТС з 55, 18,2%), що створює ризик залежності від одного викладача. Зазначимо, що під час попередньої акредитації (2021 р.) ЕГ фіксувала слабку кореляцію публікацій у Гавриленко Т.В. (Соціальна відповідальність), наразі цю рекомендацію виконано, публікації відповідають профілю ОК.

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

Процедура конкурсного добору викладачів є прозорою і дозволяє обрати фахових викладачів у предметних галузях, про що свідчать відомості про самооцінювання, спілкування з гарантом (зустріч 1), НПП (зустріч 5), керівництвом ЗВО (зустріч 3) та допоміжними структурними підрозділами (зустріч 8). Конкурсний добір регулюється

Положенням про порядок обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників НаУКМА (Наказ №197 від 28.04.2025 <https://surli.cc/qtznaj>). Відповідність кандидатур претендентів вимогам визначає конкурсна комісія, склад якої затверджується наказом Президента НаУКМА. Для оцінки рівня професійної кваліфікації претендента кафедра може запропонувати провести відкрите заняття, за результатами якого ухвалюється висновок про відповідність вакантній посаді. Конкурсний добір здійснюється із врахуванням професійних вимог: відповідність диплому ОНП, наявність наукового ступеня та вченого звання, сертифікати про стажування та підвищення кваліфікації, досвід викладацької і практичної роботи, наявність фахових публікацій та навчально-методичних видань. Усі НПП, залучені до реалізації ОНП, виконують не менше 5 пунктів п.38 Постанови КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності». Водночас роль гаранта ОНП у процедурах конкурсного добору залишається не до кінця формалізованою: основна роль належить кафедрі та факультету, що було зафіксовано і під час попередньої акредитації.

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

НаУКМА залучає до організації та реалізації освітнього процесу за ОНП «Маркетинг» представників бізнесу та роботодавців у різні способи: через рецензування ОНП (Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив, Лореаль Україна, Procter & Gamble, Київський БКК); залучення роботодавців до проведення занять у межах окремих ОК протягом семестру (Procter & Gamble - ОК «Торговельний маркетинг»; Genesis та Serpstat - ОК «Інтернет-маркетинг»; Ferrero - ОК «Маркетинговий менеджмент»); участь у Днях кар'єри; виступи на бізнес-форумах та науково-практичних конференціях кафедри; керівництво практикою та стажуванням здобувачів; залучення до експертного оцінювання проєктних робіт та кейсів компаній-партнерів; участь у захисті кваліфікаційних робіт; участь у Могилянських Відкритих Хакатонах. Кафедра має тривалу історію співпраці з Міжнародною Асоціацією Маркетингових Ініціатив (МАМІ). У рамках цієї співпраці реалізується сертифікатна програма «Customer Experience», до якої залучено 16 галузевих експертів (підтверджено на відкритій зустрічі). На зустрічі (6) зі стейкхолдерами та випускниками підтверджено активну зацікавленість роботодавців у працевлаштуванні випускників ОНП та їхню залученість до формування змісту ОК. Гостьові лекції від бізнес-партнерів проводяться регулярно та задокументовані на сайті кафедри <https://mbm.education/lektsii>. Зокрема, у 2023–2025 рр. проведено лекції з нейромаркетингових інструментів, маркетингових комунікацій, позиціонування брендів, Growth philosophy, комунікацій в IT-компаніях, Marketing EQ & Nielsen IQ, рекламної діяльності, а також лекції від компанії Genesis <https://mbm.education/blog/2/33>. Проводиться опитування керівників стажування від роботодавців, яке передбачає оцінювання рівня підготовки здобувачів. За результатами опитування здобувачів від 01.02.2025: 100% підтвердили наявність гостьових лекцій від практиків; 78,3% мають досвід роботи за фахом, що свідчить про практичну орієнтацію ОНП. Представниками роботодавців рекомендовано осучаснення забезпечення практичних занять комп'ютерними програмами. У відповідь кафедра у співпраці з ТОВ «Серпстат» отримала безкоштовний доступ до онлайн-платформи, а у співпраці з ТОВ «Ю-Контрол» - доступ до баз даних підприємств та компаній України <https://mbm.education/blog/2/24>.

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

Сприяння професійному розвитку викладачів ОНП регламентується Положенням про підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників НаУКМА (Наказ №224 від 26.04.2024) та Положенням про оцінювання результатів професійної діяльності НПП НаУКМА (Наказ №35 від 29.01.2024) <https://surli.cc/lpboiw>. У НаУКМА регулярно проводяться заходи з професійного розвитку викладачів: Школа професійного розвитку викладачів НаУКМА (стажування пройшли Романченко Н.В., Россоха В.В., Чала Н.Д., Боднар О.В.); програма Профі+; щорічні Конференції викладацької майстерності; тренінги та семінари з актуальних питань забезпечення якості <https://surli.cc/ttrkjb>. НПП кафедри також проходять підвищення кваліфікації за зовнішніми програмами: Genesis «Маркетинг IT-продуктів», «Менеджмент IT-продуктів», «Аналітика (Data analytics)» (2023-2025, Пічик К.В., Гавриленко Т.В.); курси зі штучного інтелекту в освіті (2024-2025, Тарасюк М.В.); міжнародне стажування в Краківському університеті економіки (2023, Боднар О.В.). Міжнародна мобільність НПП за 2023–2025 рр.: Ковшова І.О. - Uppsala Universitet, Швеція (2023); Чала Н.Д. - Університет Матея Бела, Словаччина, Університет Глазго, Великобританія, Університет ім. Лібега Гіссен, Німеччина (2023), IESE Business School, Іспанія (2025); Пічик К.В. - UPEC, Франція, програма Erasmus+ (2025-2026). Рейтингування НПП здійснюється щорічно за 10 критеріями, серед яких: вплив на якість освітньої діяльності, впровадження освітніх та наукових практик, вплив на інтернаціоналізацію, вимірюваний економічний ефект. Понад 90% НПП, задіяних на ОНП, за 2024 та 2025 роки отримали оцінки «відмінно». Результати оприлюднюються Центром забезпечення якості освіти <https://surli.cc/dfaxu>. Стимулювання викладацької майстерності здійснюється через щорічні конкурси, що фінансуються випускниками НаУКМА та благодійниками: «Викладач року ФЕН» (лауреати з ОНП: Пічик К.В. у 2024, Ковшова І.О. у 2023, Россоха В.В.); «Кращий викладач» (номінація Dragon Capital, лауреати: Ковшова І.О., Пічик К.В.); «Викладач-наставник» (Ковшова І.О.); «Викладацька майстерність» від Ernst & Young. Також здійснюється преміювання за публікації у міжнародних виданнях (Пічик К.В., Чала Н.Д., Ковшова І.О.) та оплата міжнародних відряджень (Пічик К.В., Чала Н.Д.).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП «Маркетинг» є узгодженою за всіма підкритеріями Критерію 6, окрім підкритерію 6.1. Кваліфікація НПП узгоджена із закріпленими ОК (за відомостями самооцінювання, Табл. 2), викладачі мають релевантні наукові ступені (6 докторів, 5 кандидатів наук), усі виконують не менше 5 п. п. 38 Ліцензійних умов. Процедури конкурсного добору регламентовані (Наказ №197 від 28.04.2025) і застосовуються послідовно. Стажування викладачів відбувається на постійній основі: за 2023-2025 рр. троє НПП пройшли міжнародні стажування у провідних університетах Європи (Uppsala, Глазго, IESE, UPEC). Стала практика довготривалої співпраці з МАМІ, представниками авторитетних бізнесів (P&G, Genesis, Serpstat, Ferrero). Регулярне підвищення кваліфікації НПП забезпечується через Школу професійного розвитку НаУКМА, програму Профі+ та зовнішні курси. Достатній рівень наукової активності НПП підтверджений публікаціями у Scopus та WoS.

Недоліки

ЕГ виявила суттєвий недолік за кодом 6.1.1 - часткову невідповідність публікацій окремих НПП профілю закріплених ОК. Публікації проф. Россохи В.В., який забезпечує ОК «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі» та «Методологія наукових досліджень», стосуються аграрної економіки (інноваційна активність молочних підприємств, сільський розвиток територіальних громад, трансформація продовольчого споживання) і не розкривають аспекти закріплених ОК. Публікації проф. Чалої Н.Д., яка забезпечує ОК «Логістичний менеджмент», стосуються сталого розвитку, відновлювальної енергетики, мотивації поколінь та підприємництва, однак не корелюють з логістичним менеджментом. Доц. Пічик К.В. Публікації доц. Пічик К.В. до ОК «Торговельний маркетинг» мають слабку кореляцію з дисципліною (стосуються e-commerce, нейромаркетингу та Big Data). Водночас ЕГ не вважає за доцільне знижувати оцінку критерію нижче рівня В з таких підстав: усі НПП, залучені до реалізації ОНП, виконують вимоги п. 38 Ліц. умов (не менше 5 пунктів), що свідчить про формальну відповідність кадрового забезпечення встановленим нормативним вимогам; зазначений недолік має локальний характер і стосується частини НПП, тоді як для більшості НПП відповідність публікацій профілю освітніх компонентів підтверджена; відповідні НПП мають високий рівень академічної та професійної кваліфікації, що частково компенсує виявлену невідповідність (Россоха В.В. - д.е.н., має 5 публікацій у Scopus, експерт НАЗЯВО; Чала Н.Д. - д.н. з держ. управління, проф., проходила стажування в Berkeley, Глазго, IESE; Пічик К.В. має 20 років досвіду, переможець конкурсу «Найкращий викладач ФЕН 2024», досвід практичної роботи у VALIO LTD маркетинговим аналітиком); недолік є усунувим без структурних змін ОНП, тобто доповнення переліку публікаціями за профілем ОК є реалістичним завданням для зазначених НПП. Рекомендацію попередньої акредитації 2021 р. щодо аналогічного зауваження (Гавриленко Т.В.) виконано, що підтверджує спроможність кафедри усунувати такі недоліки.

Рекомендації

1. Науково-педагогічним працівникам, залученим до реалізації ОНП, до початку 2026–2027 навчального року забезпечити відповідність наукових публікацій профілю закріплених за ними освітніх компонентів, зокрема за ОК «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі», «Методологія наукових досліджень», «Логістичний менеджмент», «Торговельний маркетинг» та відобразити відповідні публікації у навчально-методичному забезпеченні ОК.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Реалізація ОНП «Маркетинг» забезпечена розвинутою інфраструктурою корпусів №6 та №7. Освітня діяльність здійснюється у навчальних корпусах №6 та №7. Згідно з даними самооцінювання та результатами візиту, ЗВО приділяє значну увагу створенню інклюзивного та безпечного середовища: під час огляду матеріально-технічної бази (Зустріч 7) було продемонстровано, що корпус №7 є повністю безбар'єрним та обладнаний інформаційними таблицями зі шрифтом Брайля, що дозволяє задовольнити потреби здобувачів освіти з особливими освітніми потребами. Важливою технологічною перевагою в умовах воєнного стану є енергоавтономність закладу: за повідомленням Президента НаУКМА (Зустріч 2), корпус №7 забезпечений сонячними панелями, а на кожному

поверсі встановлені блоки резервного живлення. Наявність діючої системи автономного живлення, а також системи автоматичного пожежогасіння була безпосередньо підтверджена експертною групою (Зустріч 7). Безпека учасників освітнього процесу гарантується наявністю облаштованого укриття, а на кожній двері аудиторій розміщено актуальні плани евакуації (Зустріч 7) Для запобігання технічним збоєм кафедра забезпечує НПП запасною технікою, зокрема двома ноутбуками та проектором (Зустріч 7). Цифрова екосистема програми базується на ліцензійному ПЗ (MS Office 365, Zoom, MS Teams), безоплатний доступ до якого надається університетом і підтверджений НПП (Зустріч 5), при цьому зазначене програмне забезпечення інтегроване в освітні компоненти. За повідомленням завідувача кафедри (Зустріч 2), здобувачі освіти мають можливість безоплатного користування професійними аналітичними сервісами Serpstat та YouControl (з доступом на 90 днів із можливістю продовження), що підтверджено здобувачами (Зустріч 4) та активно використовується в межах фахових дисциплін для досягнення ПРН 20 і ПРН 21 через формування навичок роботи з великими даними та цифровими моделями. Зокрема, в ОК «Інтернет-маркетинг» здобувачі застосовують Serpstat для SEO-аудиту й аналізу конкурентного середовища (Зустріч 4). Високий рівень організаційної стійкості ЗВО проявився в умовах блекаутів у м. Києві. За повідомленням Президента НаУКМА (Зустріч 2), для забезпечення безперервності роботи НПП було орендовано 40 додаткових робочих місць у бізнес-центрі з безперебійним живленням поряд з університетом. Також НПП пропонували можливість проживання у гуртожитку №1 (м. Ворзель), який під час відключень електроенергії мав стабільне опалення, воду та світло (Зустріч 2). НПП (Зустріч 5) підтвердили наявність доступу до цих ресурсів, зазначивши, що підтримка з боку університету була системною, хоча нагальної потреби у використанні резервного житла не виникало.

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

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що заклад вищої освіти забезпечує доступ здобувачів та науково-педагогічних працівників до інфраструктури та інформаційних ресурсів через поєднання фізичних, цифрових та організаційних механізмів. За повідомленням Президента НаУКМА (Зустріч 3), в умовах блекаутів університет функціонував як освітній хаб, забезпечуючи доступ до електроенергії, тепла та інтернету через навчальні корпуси, бібліотеку та коворкінги. Додатково було забезпечено можливість гнучкого переміщення між корпусами залежно від наявності ресурсів, що дозволяло здобувачам та викладачам продовжувати освітній процес без перерв (Зустріч 3). За інформацією Директора Наукової бібліотеки (Зустріч 9), університет забезпечує доступ до значної кількості наукових інформаційних ресурсів (близько 30 баз даних) у межах консорціумної підписки з Державною науково-технічною бібліотекою України. До них належать міжнародні наукометричні та реферативні бази даних, а також ресурси відкритого доступу (зокрема DOAJ, DOAB), що містять рецензовані наукові матеріали. Крім того, забезпечено доступ до платформи eLibrary USA у межах співпраці з Посольством США, що розширює можливості використання міжнародних джерел наукової інформації (Зустріч 9). Доступ до інформаційних ресурсів організовано диференційовано: частина баз доступна з території університету за IP-адресами, а частина — через віддалений доступ із використанням корпоративної пошти. Також функціонує механізм отримання матеріалів через міжнародний бібліотечний абонемент (RapidILL), що дозволяє оперативно забезпечити здобувачів необхідними джерелами (Зустріч 9). Здобувачі освіти підтвердили обізнаність щодо доступних ресурсів та інструментів, а також їх активне використання в освітньому процесі. Зокрема, зазначено, що платформа дистанційного навчання DistEdu (Moodle) забезпечує структурований доступ до навчальних матеріалів, завдань та дозволяє ефективно надолужувати пропущений матеріал, що особливо важливо в умовах нестабільного енергопостачання (Зустріч 4). Інформування здобувачів про наявні ресурси здійснюється через навчальні платформи, комунікацію з викладачами та адміністрацією, а також у процесі навчання.

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

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що заклад вищої освіти забезпечує безпеку освітнього середовища як у фізичному, так і в ментальному вимірах, з урахуванням умов воєнного стану. За повідомленням Президента НаУКМА (Зустріч 3), університет системно реагував на виклики, пов'язані з блекаутами, забезпечуючи безперервність освітнього процесу через створення освітнього хабу на базі кампусу. Зокрема, функціонували коворкінги, бібліотечні простори та навчальні корпуси, які були забезпечені електроенергією, теплом та інтернетом. Додатково впроваджено можливість гнучкого переміщення між корпусами залежно від наявності ресурсів, що дозволяло здобувачам та викладачам обирати найбезпечніші та найбільш стабільні умови для навчання (Зустріч 3). Під час огляду матеріально-технічної бази експертною групою підтверджено наявність укриттів, систем автоматичного пожежогасіння та планів евакуації в аудиторіях, що забезпечує базові умови фізичної безпеки учасників освітнього процесу (Зустріч 7). Енергоавтономність окремих корпусів (зокрема наявність сонячних панелей та резервного живлення) додатково підсилює стійкість освітнього середовища до зовнішніх загроз (Зустріч 2, Зустріч 7). Ментальна безпека забезпечується як через інституційні механізми, так і через практики взаємодії в освітньому процесі. Здобувачі освіти підтвердили, що під час складних періодів (зокрема зимових блекаутів) викладачі демонстрували високий рівень емпатії та гнучкості: цікавилися умовами перебування студентів, надавали можливість продовження дефайнів, адаптували вимоги до виконання завдань, що сприяло зниженню стресового навантаження (Зустріч 4). Також зазначено, що принцип пріоритетності безпеки регулярно комунікувався викладачами під час занять (Зустріч 4). Інституційно функціонують підрозділи, що забезпечують психологічну

підтримку (зокрема відповідні центри та студентські ініціативи), про які здобувачі інформуються на етапі онбордингу (Зустріч 4). Водночас під час зустрічей не було наведено конкретних даних щодо кількості звернень або переліку заходів, спрямованих на підтримку ментального здоров'я саме здобувачів цієї освітньої програми, що обмежує можливість оцінки ефективності цих механізмів. Щодо виявлення потреб здобувачів, встановлено, що комунікація між викладачами та студентами є постійною та двосторонньою, що дозволяє оперативно враховувати індивідуальні обставини та адаптувати освітній процес.

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

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що соціальна та консультативна підтримка здобувачів освіти за ОП реалізується через розгалужену систему комунікації та взаємодії між здобувачами, викладачами, адміністрацією та органами студентського самоврядування. За інформацією гаранта ОНП (Зустріч 1), на початковому етапі навчання функціонує система адаптації «Buddy», яка передбачає проведення ознайомчих заходів тривалістю кілька днів, у межах яких нові здобувачі мають можливість інтегруватися в освітнє середовище, налагодити комунікацію та отримати базову інформацію щодо організації освітнього процесу. Здобувачі освіти підтвердили, що комунікація з викладачами та адміністрацією є відкритою та доступною. Зокрема, вони мають можливість звертатися безпосередньо до викладачів після занять, через електронну пошту або шляхом особистого контакту з адміністрацією (Зустріч 4). При цьому зазначено, що викладачі оперативно реагують на звернення, надають роз'яснення та, за необхідності, переглядають результати оцінювання за умови аргументованого запиту, що свідчить про ефективність комунікації та орієнтованість на потреби здобувачів (Зустріч 4). Важливу роль у системі підтримки відіграє студентське самоврядування, яке виступає посередником у взаємодії між здобувачами та адміністрацією. За інформацією здобувачів, саме через органи самоврядування можуть ініціюватися колективні звернення щодо вирішення проблемних питань (Зустріч 4). Водночас, за повідомленням Керівниці відділу у справах студентства (Зустріч 8), у разі виникнення індивідуальних питань (зокрема щодо поселення у гуртожиток, організаційних чи побутових аспектів) здобувачі можуть безпосередньо звертатися до адміністрації, яка забезпечує оперативне вирішення таких ситуацій. Підтримка здобувачів у дистанційному форматі навчання реалізується через використання цифрових платформ (Zoom, Microsoft Teams, DistEdu (Moodle)), що забезпечують доступ до занять, навчальних матеріалів та завдань (Зустріч 1, Зустріч 4). Здобувачі зазначили, що навіть у складних умовах (зокрема під час блекаутів) мають можливість підтримувати навчальний процес, надолужувати пропущений матеріал та отримувати необхідні консультації, що свідчить про достатній рівень підтримки в умовах дистанційного навчання (Зустріч 4). Соціальна підтримка також проявляється у гнучкому підході до організації навчання: здобувачі підтвердили, що викладачі враховують індивідуальні обставини, продовжують терміни виконання завдань та адаптують навчальний процес до умов здобувачів (Зустріч 4). Водночас під час зустрічей не було наведено конкретних кількісних показників щодо консультацій здобувачів з питань формування індивідуальної освітньої траєкторії, а також не продемонстровано використання спеціалізованих цифрових каналів комунікації, що свідчить про недостатню формалізацію окремих елементів системи підтримки.

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

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що заклад вищої освіти забезпечує реалізацію прав осіб з особливими освітніми потребами через поєднання інфраструктурних та організаційних рішень. Зокрема, під час огляду матеріально-технічної бази підтверджено, що корпус №7 є повністю безбар'єрним, обладнаний ліфтами, пандусами та інформаційними табличками зі шрифтом Брайля, що створює належні умови для доступності освітнього середовища (Зустріч 7). Водночас встановлено, що частина освітнього процесу може реалізовуватися у корпусі №6, який є історичною будівлею та має обмеження щодо повної фізичної доступності. За повідомленням гаранта ОНП (Зустріч 1), університет має практичний досвід забезпечення навчання осіб з інвалідністю (зокрема студентів, які пересуваються на кріслах колісних) на інших освітніх програмах. У таких випадках застосовувалися адаптивні організаційні рішення, зокрема перенесення занять до повністю доступного корпусу №7, який розташований у безпосередній близькості (кілька хвилин пішого доступу). Такий підхід передбачає не індивідуальну адаптацію лише для одного здобувача, а зміну організації освітнього процесу для всієї академічної групи з метою забезпечення рівного доступу до навчання (Зустріч 1). Таким чином, університет забезпечує альтернативний механізм доступності, що дозволяє компенсувати обмеження історичної інфраструктури. Щодо цифрової інклюзії, під час зустрічей встановлено використання цифрових платформ (Zoom, Microsoft Teams, DistEdu (Moodle)), що потенційно розширює доступ до освітнього процесу для здобувачів з особливими освітніми потребами (Зустріч 1, Зустріч 4). Водночас конкретних прикладів адаптації навчального контенту (зокрема використання субтитрів, адаптованих форматів матеріалів або спеціалізованих інструментів для осіб із порушеннями зору чи слуху) під час зустрічей наведено не було. Моніторинг індивідуальних потреб здобувачів реалізується через безпосередню комунікацію між студентами, викладачами та адміністрацією. Встановлено, що на даній освітній програмі на момент проведення експертизи здобувачі з особливими освітніми потребами не навчалися (Зустріч 1).

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

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що у закладі вищої освіти сформовано нормативно врегульовану систему антикорупційної політики та етичних процедур, яка охоплює як превентивні, так і реактивні механізми. Зокрема, у НаУКМА діє Антикорупційна програма на 2025–2028 роки, а також Політика попередження і боротьби із сексуальними домаганнями, що регламентують порядок дій у випадках корупційних проявів, дискримінації, булінгу та інших конфліктних ситуацій. Відповідні документи є публічно доступними на офіційному сайті університету (<https://surl.li/yrjhhk>), що забезпечує їх прозорість та доступність для всіх учасників освітнього процесу. За інформацією Керівниці відділу у справах студентства (Зустріч 8), в університеті функціонує визначений механізм реагування на такі випадки, зокрема через діяльність радника Президента з антикорупційної діяльності, до якого спрямовуються відповідні звернення. Також діє комітет з протидії дискримінації, сексуальним домаганням та булінгу, який розглядає звернення здобувачів та забезпечує їх опрацювання. Під час зустрічі наведено приклад з іншої ОП розгляду звернення щодо поведінки викладача із забезпеченням конфіденційності заявника, що свідчить про практичне застосування процедур (Зустріч 8). Здобувачі освіти підтвердили обізнаність щодо можливих каналів звернення у випадку порушень, зокрема через студентське самоврядування, адміністрацію або безпосередньо керівництво кафедри (Зустріч 4). Також здобувачі та Керівниця відділу у справах студентства повідомили, що студентське самоврядування виконує активну роль у вирішенні етичних питань, зокрема через ініціювання колективних звернень та комунікацію з адміністрацією, що сприяє врегулюванню ситуацій без загострення конфліктів (Зустріч 4, Зустріч 8). Таким чином, органи студентського самоврядування залучені до процесів вирішення конфліктних ситуацій та виконують функцію посередника між здобувачами та адміністрацією. Водночас встановлено, що університет не розглядає повністю анонімні звернення, однак забезпечує конфіденційність заявника у випадках, коли це можливо, що дозволяє здійснювати перевірку фактів та ефективно реагувати на звернення (Зустріч 8). Здобувачі зазначили, що випадки корупційних проявів або серйозних етичних порушень під час реалізації освітньої програми їм невідомі, що також підтверджується відсутністю зафіксованих випадків порушень на ОНП. (Зустріч 4). Водночас під час зустрічей не було наведено конкретних прикладів системних просвітницьких заходів (лекцій, тренінгів) з питань антикорупційної політики саме для здобувачів цієї ОНП, а також не продемонстровано наявності технічно реалізованих інструментів анонімного повідомлення (наприклад, електронної «скриньки довіри»), що обмежує оцінку повноти превентивної роботи.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

У НаУКМА сформовано цілісне освітнє середовище, що забезпечує належні умови реалізації ОНП «Маркетинг» з урахуванням вимог безпеки, доступності, ресурсного забезпечення та підтримки здобувачів. За підкритерієм 7.1 встановлено наявність розвиненої матеріально-технічної бази, що поєднує інклюзивність (безбар'єрний корпус №7), енергоавтономність, системи безпеки та антикризові рішення в умовах воєнного стану. За підкритерієм 7.2 забезпечено доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів через інтеграцію фізичних і цифрових сервісів, включаючи широкий спектр наукових баз даних і дистанційних платформ. За підкритерієм 7.3 встановлено, що університет забезпечує безпеку освітнього середовища як у фізичному, так і в ментальному вимірах. За підкритерієм 7.4 функціонує розгалужена система соціальної та консультативної підтримки, яка базується на відкритій комунікації та залученні студентського самоврядування. За підкритерієм 7.5 забезпечено інфраструктурну доступність для осіб з особливими освітніми потребами через використання безбар'єрного корпусу та адаптивних організаційних рішень, однак відсутні приклади системної цифрової адаптації навчального контенту. За підкритерієм 7.6 у ЗВО функціонує нормативно врегульована система антикорупційної політики та етичних процедур, яка має практичне застосування; водночас не продемонстровано системних просвітницьких заходів саме для здобувачів цієї ОНП. Загалом, вимоги критерію виконуються на належному рівні, освітнє середовище є безпечним, доступним та функціональним.

Недоліки

Не продемонстровано прикладів системної цифрової адаптації навчального контенту для осіб з особливими освітніми потребами. Відсутні системні просвітницькі заходи з антикорупційної політики та етики саме для здобувачів цієї освітньої програми.

Рекомендації

До 01.12.2026 забезпечити впровадження практик цифрової інклюзії, зокрема розробку адаптованих форматів навчальних матеріалів (субтитри, альтернативні формати, доступність контенту) для осіб з особливими освітніми потребами; До 01.10.2026 запровадити системні просвітницькі заходи з антикорупційної політики та етики для здобувачів ОП (лекції, тренінги).

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Основними нормативними документами, що регулюють процедури розроблення, затвердження та перегляду ОП, є Положення: Про ОП підготовки здобувачів (<https://surl.li/gbadvf>), Про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/olaask>), Про гаранта ОП (<https://surl.li/agkesi>), Про внутрішнє забезпечення якості освіти (<https://surl.lt/sublwo>). Основні етапи створення, затвердження та закриття ОП визначено в Р.3 Положення про освітні програми (<https://surl.li/gbadvf>). Розроблення ОП починається з формування проекту робочою групою та його оприлюднення на сайті ЗВО для громадського обговорення не пізніше ніж за 2 місяці до розгляду Вченою радою. Після отримання зауважень протягом тижня формується таблиця пропозицій і подається до навч.-метод. відділу для оприлюднення (на момент експертизи результати громадського обговорення ОНП 2024 р. на сайті відсутні, посилення для пропозицій за ОНП «Маркетинг» стосувалося інших ОП <https://surl.li/lpcjiu>). Далі відбувається обговорення на засіданні кафедри, схвалення Вченою радою факультету та затвердження Вченою радою ЗВО. Згідно п. 4.2 Положення, моніторинг та перегляд ОП контролюється Гарантом і здійснюється щорічно. Процедура включає аналіз анонімних опитувань здобувачів, зустрічі з випускниками та роботодавцями, врахування результатів попередніх акредитацій і рекомендацій НАЗЯВО (зустріч 9). У разі змін оновлений проект розміщується на сайті ЗВО (<https://surl.lt/kqgiie>) для громадського обговорення і проходить процедуру, аналогічну створенню нової ОП. До забезпечення якості залучено Гаранта ОП, робочу групу (НПП, випускники з 2023 р., здобувачі з 2024 р.), які ініціюють перегляд, збирають пропозиції та готують оновлення; здобувачів, що беруть участь в опитуваннях і роботі Комітету з якості освіти; роботодавців і випускників, які долучаються до фокус-груп, воркшопів і рецензування. Навч.-метод. відділ забезпечує нормативний супровід, а Центр забезпечення якості освіти організовує опитування та постакредитаційний моніторинг (зустрічі 2, 9). До ОНП 2024 р. за рекомендаціями стейкхолдерів було внесено зміни щодо основного фокусу ОНП (зустрічі 1, 3); усі нормативні ОК перенесено на 1-й рік для забезпечення мобільності та наукової роботи на 2 (зустріч 1); введено ОК «Інтернет-маркетинг» та «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі» (зустріч 2); вилучено КР та посилено практичну і педагогічну складові. Під час реалізації ОНП ЗВО стикався з проблемами фінансового характеру через неможливість закупівлі дорогих професійних баз даних (Nielsen), що було вирішено шляхом залученням практиків до гостьових лекцій, які мають доступ до даного ПЗ з метою демонстрації основних функцій (зустріч 1). За інформацією, отриманою від гаранта (зустріч 1) через низьку релевантність анкетувань та письмових опитувань випускників та роботодавців було прийнято рішення перейти до формату живих зустрічей або тематичних груп у месенджерах. Під час зустрічі з випускниками та роботодавцями цю інформацію було підтверджено.

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

ЕГ встановлено, що здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОНП «Маркетинг» і процедур забезпечення її якості як повноправні партнери. Їхні пропозиції системно збираються та враховуються під час оновлення програми. Під час зустрічей з'ясовано, що збір пропозицій здійснюється через кілька каналів: щосеместрові анонімні опитування Центру забезпечення якості освіти (Зустріч 9), додаткові опитування гаранта (<https://surl.li/prhgyk>), участь здобувачів у робочій групі ОНП (з 2024 р.), а також неформальні обговорення з гарантом, випускниками та роботодавцями (зустрічі 1, 6). ЕГ відзначає, що пропозиції мають реальний вплив на програму. Зокрема, за ініціативою здобувачів посилено цифрову складову, запроваджено ОК «Інтернет-маркетинг» та «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі», а також змінено фокус на соціально відповідальний та етичний маркетинг. Під час зустрічі 10 підтверджено участь здобувачів у процедурах внутрішнього забезпечення якості через Комітет з якості освіти, Вчені ради та органи самоврядування. Старшокурсники виконують роль менторів для нових студентів, допомагаючи їм адаптуватися та збираючи первинний фідбек про труднощі в навчанні, який потім передається адміністрації (Зустрічі 4, 10). ЕГ встановлено, що для студентського самоврядування актуальними є питання прозорості оцінювання, навчального навантаження та етики викладання (Зустріч 10). Так, на прохання здобувачів окремі індивідуальні завдання були замінені на командні проекти, оскільки здобувачі аргументували це високою складністю та великим обсягом самостійної роботи (зустріч 4). Під час зустрічі 9 з'ясовано, що опитування є автоматизованими. Вони проводяться наприкінці кожного семестру Центром забезпечення якості освіти через корпоративні акаунти з гарантією анонімності. Анкети розробляються із залученням соціологів і охоплюють задоволеність курсом, чіткість вимог, якість матеріалів і гнучкість викладача (Зустрічі 9, 10). Результати у вигляді узагальненої статистики передаються керівництву для ухвалення рішень. За результатами опитувань приймаються конкретні зміни, наприклад для курсу «Конкурентна розвідка» запроваджено пререквізити, які включали список

літератури для самопідготовки перед початком курсу (Зустріч 4), Разом з тим, за результатами опитувань від 01.02.2025 82,6 % здобувачів повідомили про велике навантаження під час навчання, проте заходів щодо зменшення навантаження ЕГ виявлено не було. На основі запитів здобувачів розроблено платформу, де здобувачі можуть бачити відгуки про вибіркові ОК. ЕГ встановила, що здобувачі вищої освіти системно залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП, а їх пропозиції враховуються під час її оновлення. Опитування проводяться на регулярній основі, їх результати аналізуються та використовуються для вдосконалення освітньої програми. Фактів відхилення пропозицій без належного обґрунтування не встановлено.

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

В результаті аналізу наданих документів та спілкування з учасниками зустрічей, ЕГ встановлено, що ЗВО активно співпрацює з провідними міжнародними та національними компаніями, серед яких L'Oreal Україна, Ferrero Україна, Genesis, YouControl, Procter & Gamble, Auchan, GlobalLogic, Serpstat. Також залучені професійні об'єднання, зокрема Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив (MAMI) та Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (УАРМБО). Вибір цих партнерів обґрунтований їхнім статусом лідерів ринку та високим рівнем експертизи в сучасних маркетингових технологіях. Крім того, вибір базується на тісному зв'язку із ГО «Асоціація випускників НаУКМА» (<https://kmaalumni.org.ua/>), оскільки багато представників роботодавців є випускниками НаУКМА, які повертаються до університету вже в ролі партнерів. Представники компаній (наприклад, Ferrero) офіційно входять до складу груп з розроблення та перегляду ОНП, що дозволяє вносити актуальні пропозиції під час моніторингу ОНП. Під час зустрічі з гарантом та роботодавцями, ЕГ з'ясовано, що Гарант регулярно проводить очні зустрічі та онлайн-наради в Zoom щодо актуальності. Окрім цього, роботодавці залучаються до оцінювання проєктних робіт студентів та участі в журі Могиланських відкритих хакатонів (<https://surl.li/ljmlja>), де вони надають фідбек щодо актуальності навичок. Під час зустрічі із випускниками та роботодавцями було з'ясовано, що найбільш актуальними є такі аспекти підготовки маркетологів, як потреба в цифровій грамотності, зокрема у використанні інструментів штучного інтелекту (AI) та автоматизації маркетингу, необхідність формування софт-скілів (критичне мислення, командна робота, здатність до адаптації в умовах війни), вмінні вести етичний та прозорий бізнес, що важливо для міжнародних корпорацій. ЗВО оперативно реагує на зауваження партнерів. Так, в ОНП 2025 р. вже розширено ПРН, зокрема додано ПРН 20, що стосується побудови цифрових моделей у маркетингу. На основі рекомендацій введено вибіркові ОК, такі як «Антикризове управління», «Мистецтво переговорів», «Управління змінами» та «Управління бізнес-процесами в цифровому середовищі». До проведення гостьових лекцій залучено практиків, які в умовах фінансової обмеженості ЗВО надають можливість здобувачам ознайомитися з основними можливостями сучасного ПЗ. Завдяки співпраці з партнерами (<https://surl.li/cc/tcdfjm>) меморандумам студенти отримують безкоштовні промокоди до систем YouControl та Serpstat для використання під час навчання (Зустріч 2, 6). Таким чином, ЕГ встановила, що представники роботодавців системно залучені до процедур перегляду ОП та забезпечення її якості, зокрема через участь у робочих групах, обговореннях і оцінюванні результатів навчання. Їх пропозиції враховуються під час оновлення освітньої програми, що підтверджується конкретними змінами у змісті ОП. Фактів відхилення пропозицій без належного обґрунтування або порушення встановлених процедур не встановлено.

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

Під час зустрічі 8 Керівник напряму «комунікації з випускниками НаУКМА» повідомила, що наприкінці навчання всі здобувачі проходять фінальне опитування щодо рівня задоволеності навчанням в ЗВО, а також можуть залишити свої контакти для подальшої комунікації. Здобувачі також можуть зазначити своє місце роботи. ЗВО через цифрові канали (месенджери, електронну пошту, соц. Мережі) підтримує зв'язок із випускниками. Періодично також за запитом кафедри, проводиться опитування випускників конкретних ОП. Також у НаУКМА функціонує Центр кар'єри та працевлаштування студентства (<https://jcc.ukma.edu.ua/>), який співпрацює з партнерами та роботодавцями і допомагає здобувачам і випускникам НаУКМА у пошуках роботи. Щорічно, в останню п'ятницю березня Центр проводить «Ярмарок вакансій в Могиланці» (<https://jcc.ukma.edu.ua/career-fair/>). Важливу роль у підтримці зв'язку відіграє ГО «Асоціація випускників НаУКМА» (<https://kmaalumni.org.ua/>), яка організовує регулярні розсилки інформації, неформальні зустрічі (зустріч 8). На рівні кафедри взаємодія підтримується через тематичні групи у месенджерах WhatsApp та Telegram, а також щорічні живі зустрічі, де випускники-практики діляться досвідом та надають фідбек щодо актуальності програми. Під час зустрічі з випускниками ЕГ було з'ясовано, що вони працюють на керівних посадах у відділах маркетингу та бренд-менеджменту в таких міжнародних компаніях, як Ferrero, L'Oreal, Davines, Genesis та YouControl, а також в аналітичних структурах, консалтингових агенціях або заснують власні компанії. За рекомендацією випускників було переглянуто мету ОНП та зміщено фокус на соціально відповідальний та етичний маркетинг. Випускники-практики залучаються як офіційні члени робочих груп та зовнішні рецензенти, що дозволяє інтегрувати реальні вимоги ринку до навчального процесу. Розуміння високої затребуваності випускників у глобальних компаніях призвело до реструктуризації плану, де всі нормативні дисципліни було перенесено на перший рік для полегшення міжнародної мобільності. Запит випускників на посилення аналітичних навичок зумовив залучення фахівців-практиків для навчання роботі з професійними базами даних (Nielsen, Kantar) та розширення підготовки у сфері штучного інтелекту.

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

Моніторинг освітньої програми та освітньої діяльності з її реалізації у ЗВО регламентується внутрішніми нормативними документами, зокрема Положенням про внутрішнє забезпечення якості освіти (<https://surl.lt/sublwo>), Положенням про освітні програми (<https://surl.li/gbadvf>), Положенням про гаранта ОП (<https://surl.li/agkesi>) та Положенням про опитування учасників освітнього процесу (<https://surl.li/uxesnj>). Процедури моніторингу є формалізованими та передбачають використання опитувань і обговорення результатів на засіданнях кафедри та вченій раді факультету. Згідно з ВСО, на кафедрі менеджменту, маркетингу та підприємництва здійснюється систематичний перегляд силабусів і матеріалів для контролю знань. Водночас ЕГ під час аналізу матеріалів з ОК «Логістичний менеджмент» встановила відсутність критеріїв оцінювання для окремих видів робіт, що свідчить про недоліки у реалізації процедур внутрішнього забезпечення якості. Попри зазначену у ВСО відповідність НПП освітнім компонентам, аналіз професійної діяльності та публікаційної активності виявив часткову невідповідність окремих викладачів п. 37 Ліцензійних умов (зокрема за ОК «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі», «Методологія наукових досліджень», «Логістичний менеджмент», «Торговельний маркетинг»), що свідчить про недостатньо ефективне реагування системи якості у кадровому аспекті. Результати моніторингу та опитувань заінтересованих сторін обговорюються під час зустрічей зі здобувачами освіти, науково-педагогічними працівниками, роботодавцями та стейкхолдерами, а також під час відкритої зустрічі, що було підтверджено ЕГ. Отримані результати використовуються для вдосконалення ОП. Зокрема, за результатами опитувань здобувачів щодо складності ОК «Конкурентна розвідка» запроваджено пререквізити. За пропозиціями стейкхолдерів посилено цифрову складову ОП (оновлено зміст ОК «Інтернет-маркетинг», «Управління бізнес-процесами та бізнес-моделями в цифровому середовищі», введено ПРН щодо цифрового моделювання у маркетингу). Також укладено меморандуми, що забезпечили доступ здобувачів до платформ Serpstat та YouControl. За рекомендаціями академічної спільноти у 2025 році оновлено інформаційне забезпечення: створено сайт кафедри (<https://mbm.education/>) з актуальною інформацією. Таким чином, ЕГ дійшла висновку, що система внутрішнього забезпечення якості у ЗВО забезпечує виявлення та реагування на недоліки в освітній програмі та освітній діяльності. Водночас окремі випадки (зокрема щодо якості оцінювальних матеріалів та кадрового забезпечення) свідчать про потребу підвищення системності та своєчасності такого реагування. Фактів ігнорування виявлених недоліків не встановлено.

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

За результатами попередньої акредитаційної експертизи ОНП «Маркетинг» була отримала Сертифікат про акредитацію освітньої програми 1416, дійсний до 31.12.2027. На основі рекомендацій експертів НАЗЯВО ОНП «Маркетинг» зазнала суттєвих змістовних та структурних змін. Зокрема, було оновлено редакцію мети програми та її основний фокус, змістивши акцент на соціально відповідальний та етичний маркетинг, було посилено саме наукову складову, щоб ОП повністю відповідала своєму статусу «освітньо-наукової» програми. У 2022 р. до переліку вибіркових дисциплін було введено курси, рекомендовані роботодавцями та експертами: «Антикризове управління», «Психологія управління і бізнес-комунікації», «Управлінське консультування», «Мистецтво переговорів» та «Управління змінами», ОК «Практика переддипломна» було переведено до обов'язкових, тоді як курсову роботу вилучено з навчального плану для уникнення дублювання дослідницьких завдань. ОК «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі» стала нормативною замість вибіркової для посилення педагогічної підготовки магістрів. У силабусах ОК було переглянуто ПРН та актуалізовано список рекомендованих джерел. Зауваження щодо недостатнього висвітлення наукової діяльності викладачів та застарілості веб-сторінок призвели до оптимізації офіційного сайту НаУКМА та впорядкування електронного документообігу. У 2025 році було створено новий спеціалізований сайт кафедри з актуальними даними про викладачів та їхні публікації. В ЗВО запроваджено процедуру, за якою після кожної акредитації навчально-методичний відділ спільно з кафедрою опрацьовує всі отримані висновки (зустріч 9). Для запобігання повторенню типових помилок Центр забезпечення якості освіти проводить спеціальні вебінари та наради для гарантів, де обговорюються зміни в нормативній базі та кращі практики оформлення програм (зустріч 9). ЕГ встановила, що НаУКМА здійснює аналіз результатів зовнішнього забезпечення якості, зокрема попередніх акредитацій, та враховує отримані рекомендації під час удосконалення освітньої програми. Це підтверджується суттєвими змінами у змісті та структурі ОП, а також запровадженням системних практик опрацювання результатів акредитацій. Фактів ігнорування таких результатів не встановлено.

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

Культура якості освіти на ОНП «Маркетинг» у НаУКМА базується на принципах колегіальності, прозорості та залученості академічної спільноти до процесів внутрішнього забезпечення якості. Інституційні практики передбачають розподіл відповідальності між різними рівнями управління – від керівництва університету до гаранта ОП і викладачів. Згідно з п. 10.8 Положення про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/olaask>), президент і віцепрезиденти здійснюють загальний контроль за виконанням обов'язків учасниками освітнього процесу. Контроль якості навчання, атестації та оскарження результатів підсумкового контролю покладено на

віцепрезидента з науково-педагогічної роботи (наказ №498 від 22.12.2023 р.). Центр забезпечення якості освіти відповідає за моніторинг якості, проведення опитувань здобувачів, дотримання академічної доброчесності та рейтингування викладачів (зустріч 9). Навчально-методичний відділ забезпечує планування та контроль освітнього процесу. За інформацією президента НаУКМА, а також під час зустрічі 9 ЕГ було з'ясовано, що наразі в ЗВО триває реформація з метою створення єдиного Департаменту якості вищої освіти, до складу якого буть входить 3 відділи. На рівні факультету та кафедри декани, завідувачі кафедр і гаранті ОП несуть відповідальність за якість підготовки здобувачів і відповідність освітніх програм стандартам. НПП відповідають за розроблення та оновлення навчально-методичного забезпечення, зокрема силабусів, і забезпечення академічної доброчесності. ЗВО впроваджує практики, що забезпечують залученість академічної спільноти, зокрема щосеместрові опитування здобувачів щодо якості викладання, чіткості вимог та взаємодії з викладачами (зустріч 9). Під час розроблення Стратегії розвитку НаУКМА на 2026–2035 рр. проведено понад 15 сесій за участю НПП, здобувачів і стейкхолдерів (зустріч 4). Під час зустрічей ЕГ з адміністрацією, НПП і здобувачами підтверджено дотримання принципу нульової толерантності до академічної недоброчесності. Учасники академічної спільноти змістовно залучені до процедур забезпечення якості на всіх етапах. До складу робочої групи ОП входять викладачі, випускники (з 2023 р.) і здобувачі (з 2024 р.). Вони беруть участь у щорічному перегляді програми, надаючи пропозиції щодо оновлення змісту. Проекти ОП обговорюються на розширених засіданнях кафедри та затверджуються вченими радами факультету й університету. Викладачі ініціюють зміни на основі наукових досліджень і міжнародного досвіду. Студентське самоврядування залучене до моніторингу, погодження документів і роботи комітетів із якості. Такий розподіл повноважень між адміністративними структурами та кафедрами забезпечує системність процедур, баланс відповідальності та формування культури якості, що сприяє постійному розвитку освітньої програми. ЕГ констатує, що в НаУКМА формується культура якості освіти, що сприяє постійному розвитку ОНП «Маркетинг» та освітньої діяльності за цією програмою.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП «Маркетинг» має високий рівень відповідності за підкритеріями 8.2, 8.4, 8.6, 8.7 Критерію 8. Виявлені недоліки мають локальний характер і не знижують загальну якість освітньої програми. До позитивних практик слід віднести те, що в ЗВО існує чітко визначена та формалізована нормативна база процедур розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП; до перегляду ОНП залучаються різні групи стейкхолдерів (здобувачів, роботодавців, випускників); думка яких дійсно враховується; ЗВО враховує результати попередніх акредитацій; в НаУКМА відбувається системне формування культури якості через розподіл відповідальності, прозорість процедур і принципи академічної доброчесності.

Недоліки

Внутрішня система забезпечення якості не в повній мірі виявляє проблеми реалізації ОНП та реагує на них. Зокрема за Критеріями 1, 2, 4 та 6 ЕГ встановлено, що результати громадського обговорення не систематично оприлюднюються на сайті ЗВО, посилання на надсилання зауважень та пропозицій для проекту ОНП є некоректним; за результатами опитування здобувачів у 2025 р. переважна більшість (82,5%) повідомила про перевантаженість під час навчання, проте заходів зі сторони ЗВО не було вжито; в завданнях для підсумкового контролю не завжди зазначені критерії оцінювання за різними видами робіт, зокрема з ОК «Логістичний менеджмент»; деякі НПП задіяні в реалізації ОНП мають лише часткову відповідність освітнім компонентам, які вини викладають, зокрема за ОК «Методика викладання управлінських дисциплін у вищій школі», «Методологія наукових досліджень», «Логістичний менеджмент» (п. 37 Ліцензійних умов). Проте зазначені недоліки не є системними і суттєво не впливають на якість освітнього процесу.

Рекомендації

1. Гаранту ОНП, робочій групі до початку 2026–2027 навчального року створити єдиний реєстр пропозицій від здобувачів, випускників і роботодавців із фіксацією статусу їх врахування. 2. Гаранту ОНП, відповідальним за сайт починаючи з 2026 року забезпечити системне оприлюднення узагальнених результатів громадського обговорення ОНП та ключових рішень щодо внесення змін до освітньої програми. 3. Гаранту ОНП, робочій групі, завідувачу кафедри до початку нового навчального року перевірити відповідність науково-педагогічних працівників освітнім компонентам відповідно до п. 37 Ліцензійних умов та, за потреби, здійснити перерозподіл навчальних дисциплін або залучення відповідних фахівців. 4. Гаранту ОНП, навчально-методичному відділу до моменту формування навчальних планів на наступний навчальний рік проаналізувати структуру навчального навантаження здобувачів за семестрами та освітніми компонентами та підготувати пропозиції щодо його оптимізації.

Рівень відповідності Критерію 8.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

У НаУКМА сформовано та впроваджено цілісну систему нормативно-правового забезпечення, яка чітко регламентує права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Правове регулювання діяльності за ОНП «Маркетинг» ґрунтується на нормах Статуту НаУКМА (наказ МОН №1424 від 03.10.24), Кодексу етики НаУКМА (#210 від 16.07.20) та Положення про організацію освітнього процесу в НаУКМА (#300 від 14.06.21). Академічна свобода та відповідальність учасників процесу деталізовані у Положенні про академічну доброчесність здобувачів освіти у НаУКМА (#112 від 07.03.18) та Положенні про академічну доброчесність наукових, науково-педагогічних та педагогічних працівників (#38 від 29.01.24). Процедури контролю якості та етичних норм підкріплені Положенням про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА (#33 від 31.01.25), Антикорупційною програмою на 2025–2028 рр. (#671 від 30.12.24) та Положенням про політику протидії дискримінації, сексуальним домаганням, булінгу (#206 від 28.04.25). Організація навчання в умовах цифрової трансформації та воєнного стану регулюється Положенням про дистанційне навчання в НаУКМА (#107 від 01.03.21), Політикою відповідального використання застосунків генеративного штучного інтелекту (#332 від 29.07.25) та наказом «Про початок 2025–2026 навчального року та організацію освітнього процесу» (#215 від 08.05.25). Процедури оцінювання та апеляції є чіткими завдяки дотриманню Положення про рейтингову систему оцінювання знань і компетентностей здобувачів ВО (#250 від 06.07.22), Положення про критерії оцінювання знань здобувачів ВО (#643 від 29.12.21), Положення про апеляційну комісію НаУКМА (#290 від 08.07.16) та Порядку оскарження рішення, дії або бездіяльності НПП щодо організації та проведення підсумкового контролю (#51 від 07.02.25). Підготовка випускових робіт регламентується Положенням про кваліфікаційну/магістерську роботу (#95 від 02.03.20) та вимогами щодо перевірки робіт на плагіат згідно з наказом №108 від 16.03.20. Доступність усіх зазначених положень для учасників освітнього процесу забезпечується через їх оприлюднення на офіційному вебсайті НаУКМА (<https://ukma.edu.ua/>) у розділі «Про нас» → «Сьогодні» → «Документи НаУКМА» → «Нормативні документи НаУКМА та...», на навчальній платформі DistEdu (Moodle) та шляхом систематичного розсилання через корпоративні сервіси Microsoft Office 365. Завідувач кафедри та гарант ОП (Зустріч 3) повідомила що також додаткове роз'яснення правил здійснюється під час настановчих зустрічей гаранта ОП зі здобувачами та викладачами. Послідовність дотримання цих процедур підтверджується відсутністю за період реалізації ОП офіційно зафіксованих конфліктних ситуацій щодо системи оцінювання чи порушень академічної доброчесності. Прозорість та зрозумілість правил для стейкхолдерів та здобувачів також була засвідчена під час акредитаційних зустрічей (Зустріч 4) (Зустріч 6), де випускники, роботодавці та здобувачі підтвердили високий рівень культури дотримання встановлених університетом норм.

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

Відповідно до встановлених процедур, проєкти ОНП «Маркетинг» та зміни до них оприлюднюються на офіційному сайті НаУКМА (<https://bit.ly/3ZT58dO>) не пізніше ніж за місяць до їх затвердження Вченою радою. Інструмент отримання зауважень функціонує через автоматизовану систему зворотного зв'язку, що дозволяє систематизувати пропозиції стейкхолдерів. Під час акредитаційної експертизи (Зустріч 1) Гарант ОП підтвердила факт публікації проєкту на сайті університету та на сторінці кафедри. Опрацювання пропозицій здійснюється колегіально на засіданнях кафедри, що зафіксовано у протоколах №3 від 21.03.24, №9 від 01.11.24 та №6 від 26.05.25. Ефективність цього механізму підтверджена під час акредитаційних заходів: на Зустрічі 6 стейкхолдери та випускники засвідчили свою участь у перегляді ОНП, а на Зустрічі 4 здобувачі освіти підтвердили, що їхні пропозиції (зокрема щодо посилення діджитал-складової та введення ОК «Інтернет-маркетинг») були розглянуті та затверджені. Результатом такої взаємодії стало оновлення ОП у 2024 році із запровадженням нових компетентностей (ЗК9-11, СК12-14) та ПРН (19-21)

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

Національний університет «Кієво-Могилянська академія» забезпечує доступ до інформації про ОНП «Маркетинг» через розгалужену систему вебресурсів, що включає офіційний сайт університету (розділ «освіта» → «магістерська програма» (<https://surl.lu/mtequt>)) та вебсайт кафедри (<https://mbm.education/>). На зазначених платформах у вільному доступі розміщено текст освітньої програми та навчальні плани, які містять вичерпні дані про цілі та

результати навчання. Однак ЕГ зазначає, що силабуси ОК у вільному доступі відсутні, що повну прозорість інформації. Можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії, що включає 36 кредитів ЄКТС (з яких 12 ОК вільного вибору), детально описані в анотованому каталозі, доступ до якого потребує авторизації та технічно реалізуються через систему автоматизованого запису (САЗ), що було продемонстровано ЕГ (Резервна зустріч 2). Послідовність дотримання принципів публічності підтверджується також активним використанням кафедри соціальних мереж Facebook (<https://surl.li/aphuim>) та Instagram (<https://surl.li/ilyolc>) для оперативного висвітлення основних подій та змін у межах реалізації програми. Здобувачі (Зустріч 4) відзначають високу якість навчально-методичного забезпечення та зручність системи дистанційного навчання DistEdu (Moodle). Швидкий зворотний зв'язок із технічною підтримкою та оперативне інформування учасників освітнього процесу забезпечуються через IT-служби університету, Центр електронної освіти та корпоративну платформу Microsoft Office 365. У НаУКМА впроваджено чіткі процедури вчасного оновлення інформації, які регламентуються Положенням про освітні програми (#314 від 10.07.2025) та Положенням про організацію освітнього процесу (#300 від 14.06.2021) (<https://surl.li/kvybkg>), що передбачають обов'язковий перегляд програми та оновлення силабусів не рідше одного разу на рік. Здобувачі (Зустріч 4) та стейкхолдери (Зустріч 6) підвердили, що оприлюднена інформація про ОНП «Маркетинг» є достовірною.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

У НаУКМА сформовано системну, нормативно врегульовану та ефективно функціонуючу модель забезпечення прозорості та публічності освітнього процесу за ОНП «Маркетинг». За підкритерієм 9.1 встановлено, що права та обов'язки учасників освітнього процесу чітко визначені, закріплені у внутрішніх нормативних документах та є доступними через офіційні канали комунікації; їх послідовне дотримання підтверджується відсутністю конфліктних ситуацій та позитивними відгуками стейкхолдерів. За підкритерієм 9.2 забезпечено своєчасне оприлюднення проєктів ОП і змін до них, а також дієвий механізм збору та врахування пропозицій, що має підтверджений вплив на оновлення змісту програми; водночас відсутня системна практика оприлюднення узагальнених результатів громадського обговорення (із відображенням отриманих пропозицій та рішень щодо їх врахування). За підкритерієм 9.3 університет гарантує відкритий доступ до повної та актуальної інформації про освітню програму через офіційні вебресурси, цифрові платформи та комунікаційні канали, що підтверджується учасниками освітнього процесу. Загалом, вимоги критерію виконуються належним чином, а практика їх реалізації є системною та сталою.

Недоліки

На сайті ЗВО відсутні силабуси освітніх компонентів та каталоги вибіркових освітніх компонентів.

Рекомендації

Гаранту ОНП до початку наступного навчального року забезпечити розміщення силабусів дисциплін, а також каталогу вибіркових дисциплін на сайті ЗВО у відкритому доступі.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

| Документ | Назва файла | Хеш файла |
|----------|---|--|
| Додаток | Перелік суттєвих недоліків НаУКМА.xlsx | ZuZQoflq+LbQ7cIH5Hv78xbAqRnu7N56s+qFqZp03 MI= |

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Шипуліна Юлія Сергіївна

Члени експертної групи

Горохова Тетяна Вадимівна

Лойко Єлизавета Миколаївна