

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Освітня програма	6646 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	6646
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Дима Олександр Олексійович, Жалдаченко Марія Миколаївна, Нянько Віталій Миколайович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	29.03.2021 р. – 30.03.2021 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	http://www.dnu.dp.ua/docs/osvitni_programy/2019/vidomosti/bakalavr/075_M_forma_bak_10_03_2021.pdf
Програма візиту експертної групи	http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/Program_ekspert_grup/2021_Program_vizit_DNU_EG_075_b.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

Освітня програма «Маркетинг» першого рівня вищої освіти є актуальною та добре спроектованою, має чітко сформульовані цілі, які корелюють із стратегією ЗВО та його місією, що базуються на підготовці конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які вміють обґрунтовувати рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію маркетингу, володіють навичками креативного мислення, застосовують інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням змін маркетингового середовища, здатні успішно здійснювати професійну діяльність й ефективно співпрацювати з питань маркетингу в умовах невизначеності, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності, і, які діють на нижчому управлінському рівні. Структура та зміст ОП «Маркетинг» характеризується переліком освітніх компонентів, які досить логічно, послідовно та взаємопов'язано між собою розміщені. Усі учасники освітнього процесу та стейкхолдери мають повний та необмежений доступ до ОП «Маркетинг» та визнання результатів навчання. Навчання і викладання за ОП «Маркетинг» дозволяють досягти заявлених цілей та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого навчання. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти відбуваються за чіткими та зрозумілими правилами, а академічної доброчесності дотримуються всі учасники освітнього процесу. Академічна та професійна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації ОП в цілому відповідає висунутим вимогам. Освітнє середовище та матеріальні ресурси дозволяють досягти цілей ОП та ПРН. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми вибудовано в межах цілісної університетської системи та спрямоване на досягнення досконалості. Прозорість та публічність діяльності ДНУ сприяє широкому інформуванню зацікавлених сторін різних аспектів освітнього процесу.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

ОП «Маркетинг» має чітко сформульовані цілі, які відповідають стратегіям та плану розвитку ДНУ і визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці та комунікаційних здібностей фахівців, галузевого та регіонального контексту, позицій та потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів): роботодавців та випускників. Їх враховано через впровадження нових ОК та оновлення існуючих. Обсяг ОП, обов'язкових та вибіркового ОК відповідає вимогам ЗУ «Про ВО», СВО. Зміст ОП постійно вдосконалюється, має чітку структуру, що сприяє формуванню індивідуальної освітньої траєкторії. ОК складають взаємопов'язану систему, а кожний ПРН чітко охоплено і можна досягти, що видно із робочих програм, що є у вільному доступі у цифровому репозитарії. Передбачена належна практична підготовка. ОП передбачає набуття здобувачами ВО soft skills. Обсяг ОП та ОК відповідає фактичному навантаженню здобувачів, а надлишкового навантаження не зафіксовано. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених цілей та ПРН, їх чітко деталізовано. Запроваджено студентоцентрований підхід. У ДНУ проводиться опитування/анкетування. Забезпечується необхідна для студентів траєкторія навчання, є необхідний рівень академічної свободи. Усім учасникам ОП своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація про цілі, зміст та ПРН, порядок та критерії оцінювання. Освітній процес організовано у дистанційному режимі на платформі Office 365 Microsoft Teams. Забезпечується поєднання навчання і досліджень відповідно до РВО бакалавр, спеціальності та цілей ОП «Маркетинг». Є безкоштовний доступ до міжнародних наукометричних БД. Кафедра видає науковий журнал, має 2 НДР теми. Функціонує Рада молодих вчених. Працює науковий гурток «Фокус маркетингу» за тематикою ОП. Аналіз НМЗ свідчить про його регулярний перегляд та оновлення у відповідності до результатів НДР та кращих сучасних практик у даній галузі. Навчання, викладання та НДР інтернаціоналізуються. Значний комплекс НД, що забезпечує чітке і зрозуміле проведення поточних та підсумкових контрольних заходів, зменшує вірогідність виникнення конфліктів або забезпечує їх прозоре вирішення. Розроблені чіткі та зрозумілі принципи і алгоритм дій по запобіганню академічної недоброчесності. ДНУ стимулює та створює умови для професійного розвитку, залучає до аудиторних занять практиків-маркетологів. МТБ постійно оновлюється. Сприятливий морально-психологічний клімат та умови навчання за ОП. Є безкоштовний доступ до користування різними ресурсами ДНУ і онлайн-ресурсами з навчальними матеріалами. Заходи забезпечення якості освітнього процесу реалізовано на кількох рівнях. Вибудовано систему збору інформації для прийняття відповідних рішень. Визначені чіткі та зрозумілі правила і процедури у значній кількості положень та інструкцій, що є у відкритому доступі, їх послідовно в цілому дотримуються під час реалізації ОП «Маркетинг». У відкритому доступі усі проекти, що пропонуються до обговорення.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Необхідно деталізувати конкретні напрацювання зарубіжних ЗВО, що використано в ОП і акцентувати увагу на використаному досвіді аналогічних програм зарубіжних ЗВО. У СВО загальні компетентності включають: «ЗК2. Здатність зберігати та ... використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя», що забезпечується, зокрема, ОК 1.1 Фізична культура, а от про відсутність кредитів вказано у ОП як «позакредитна», хоча вона «факультативна», тому рекомендовано виділити кредити. В обов'язкових ОК немає окремо такої, що конкретно висвітлює питання збуту або розподілу. Рекомендується окрім ОК 2.25 Логістика ввести ОК Маркетингова збутова політика або ОК Маркетингова політика розподілу, а також вважати доцільним ОК 2.34 Маркетингові комунікації викладати перед ОК 2.29 Рекламний менеджмент та ОК 2.30 Паблік рілейшнз в бізнесі. Відсутність випадків академічної мобільності та прикладів перерахування результатів

неформальної освіти. Рекомендуємо започаткувати розробку силабусів; запровадити базу наукових робіт здобувачів вищої освіти; продовжити напрацювання міжнародних зв'язків та можливостей участі у міжнародних проектах здобувачів ОП Маркетинг. НМК ОК Екологічний маркетинг, Інтернет-маркетинг виявив не повну відповідність їх структури Положенню про НМКНД ДНУ. Відсутність деталізації критеріїв підсумкового оцінювання результатів практичної підготовки за ОП «Маркетинг». Результати аналізу кваліфікаційних та інших робіт у системі UNICHECK не оприлюднюються у відкритому доступі. Кваліфікація окремих викладачів, що задіяні на ОП «Маркетинг», не повною мірою відповідає профілю дисциплін, закріплених за ними. Рекомендуємо розробити план та мотивувати викладачів пройти підвищення кваліфікації за профілем закріплених дисциплін та приділити більше уваги публікації результатів досліджень у фахових виданнях з тематики цих дисциплін. Покращити поінформованість студентів про нормативні документи ДНУ, що регламентують політику та процедури вирішення конфліктних ситуацій. Недостатньо відпрацьована процедура оприлюднення результатів опитування та результатів вживання заходів. Активізувати зусилля з оприлюднення факультетом напрямків підвищення якості освітнього процесу, можливостей залучення та результатів взаємодії зі стейкхолдерами, яка може бути реалізована шляхом створення ради роботодавців та випускників, а результати такої взаємодії можуть висвітлюватися у відповідній вкладці на офіційному сайті ДНУ, що забезпечить ефективний обмін досвідом та введе цю взаємодію на новий рівень. Необхідно навести чітко визначену процедуру затвердження ОП або змін до неї, а саме коли розпочинається процес обговорення, а коли закінчується, хто відповідальний за збір і опрацювання зауважень та пропозицій, і, наприклад таблицю для них від усіх заінтересованих осіб, де буде зазначено, що було рекомендовано, а що було прийнято і це оприлюднювати на сайті.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

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

Освітня програма «Маркетинг» як у редакції 2017 року, що введена в дію з 01.09.2017 року на 2017/2018 н.р., так і у редакції 2017-2019 років, що введена в дію з 01.09.2018 року на 2018/2019 н.р. та на 2019/2020 н.р., і у редакції 2020 року, що введена в дію з 10.09.2020 року на 2020/2021 н.р., міститься у заархівованому вигляді за посиланнями: http://www.dnu.dp.ua/view/osvitni_programy і http://dnu.dp.ua/view/kafedra_market_miznarmedz мають чітко сформульовані цілі, що базуються на підготовці конкурентоспроможних на ринку праці фахівців із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності та відповідають стратегії розвитку Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара на 2019-2025 роки, перспективному плану розвитку Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара на 2019-2025 роки, стратегії брендингу Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, які містяться у вкладці історія і сьогодення/статут Університету і стратегія розвитку за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/view/statut_universitetu та місії – збереження та передача одвічних істин, продукування нового універсального знання через реалізацію інтелектуальної, освітньої, соціальної функцій Університету в глобальному науковому та освітньому середовищі, забезпечення рівного доступу до освітніх ресурсів сучасної генерації громадян України, що прагнуть до самовдосконалення у процесі формування особистості, яка полягає в ефективній та якісній реалізації передусім таких базових компонент: освітньої – збереження та ефективний розвиток класичної університетської освіти як на рівні регіону, так і в державі, здійснення підготовки висококваліфікованих фахівців відповідно до державних стандартів вищої освіти, досягнення університетом позиції системоутворювального центру освіти в регіоні; наукової – збереження, подальший розвиток та ефективне використання наукового потенціалу, забезпечення органічної єдності змісту освіти й програм наукової діяльності, спрямування фундаментальних та прикладних досліджень і розроблень на створення й упровадження конкурентоспроможних зразків техніки, технологій та матеріалів; міжнародної – розширення і поглиблення ефективної співпраці із зарубіжними університетами, особливо в рамках академічних обмінів, проектною та грантовою діяльністю; культурно-просвітницької – збереження та зміцнення позицій ДНУ як центру культури та просвітницької діяльності в регіоні, сприяння змінам соціального середовища через створення атмосфери духовності та формування в молоді високого рівня моральності, громадянської свідомості, освоєння принципів і навичок конструктивного вирішення проблем життєдіяльності, що було підтверджено на зустрічі 2 із керівництвом ДНУ та адміністрацією підрозділу, в якому реалізуються ОП «Маркетинг».

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

Цілі освітньої програми «Маркетинг» та програмні результати навчання визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів) як на етапі її розробки, так і впровадження та функціонування, для чого у ДНУ організуються обговорення, дискусії, зустрічі з роботодавцями, круглі столи, проводиться опитування/анкетування заінтересованих сторін, зокрема здобувачів і випускників ОС «Бакалавр» спеціальності 075 Маркетинг ОП «Маркетинг», результати яких було отримано на запит експертної групи [blob:https://office.naq.gov.ua/a5e622ce-9cda-4c16-b23f-23b95521a4e9](https://office.naq.gov.ua/a5e622ce-9cda-4c16-b23f-23b95521a4e9), за результатами яких робоча група на засіданні кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту факультету економіки, де присутні представники деканату, студентського самоврядування як факультету, так і університету, профбюро факультету, роботодавців. Робоча група проводить обговорення рекомендацій щодо освітніх компонентів освітньої програми «Маркетинг», їх тематичного та змістовного наповнення, що документується у протоколі засідань і є підставою для перегляду та внесення змін до освітньої програми. На зустрічі 6 та резервній зустрічі 11 було підтверджено факт комунікацій, проведення зустрічей та конференцій і внесення рекомендацій (зокрема, від Олени Лисенко ТОВ «МВК» Єкатеринославський, Марії Терехової ДП «ВО Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова», Інни Лесів Компанія «АВК») щодо використання нових програмних продуктів, глибшого опанування CRM, напрацювання навичок, які в майбутньому фахівці зможуть використовувати на практиці та автоматизувати ряд процесів, а результатом було впровадження та оновлення ОК «Інформаційні системи і технології в маркетингу». Окрім цього були рекомендації щодо посилення комунікаційної компетентності, які також впроваджено через ОК «Ведення переговорів», а от рекомендації щодо використання маркетингових інтернет-технологій зараз на стадії опрацювання і доведення до робочої групи (п. Тарасюк ТОВ «Агема Груп»). Постійно надаються поради від колишніх випускників, зокрема (п. Лесников ТОВ «ТЕХНООПТТОРГ-ТРЕЙД») щодо посилення математичної бази у проведенні розрахунків для забезпечення можливості зменшення ризику в майбутньому при прийнятті відповідальних рішень майбутніми фахівцями.

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

Цілі освітньої програми «Маркетинг» та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм. Зокрема, на зустрічах 1, 3 наголошено на особливостях регіону, а саме як регіону із високим промисловим і торговельним потенціалом, а регіональний та галузевий контекст враховано через ОК «Маркетинг промислового підприємства», «Товарознавство». Враховано також тенденції розвитку спеціальності щодо інноваційності через ОК «Маркетинг інновацій» та діджиталізації через ОК «Інтернет маркетинг», хоча не так потужно як регіональний контекст. На зустрічі 1 підтверджено й те, що освітня програма «Маркетинг» ДНУ враховує досвід аналогічних освітніх програм НУ «Львівська політехніка», КНУ ім. Т.Г. Шевченка, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, ХНУ ім. Каразіна та ряду зарубіжних ЗВО, але конкретно не деталізовано досвід зарубіжних ЗВО і не акцентовано увагу на іноземних освітніх програмах. Цілі ОП та ПРН визначаються і з урахуванням особливостей розвитку ринку праці та комунікаційних здібностей майбутніх фахівців, зокрема.

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

Освітня програма «Маркетинг» дозволяє у повній мірі досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти України для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, який затверджено наказом МОН України №1343 від 05.12.2018 р. та введено в дію з 2018/2019 навчального року. Разом з тим, у освітній програмі «Маркетинг» саме 2020 року редакції зазначено, що ПРН відповідають і вимогам Національної рамки кваліфікацій для 6 рівня НРК та першого циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти, що відповідає вимогам постанови КМУ №519 від 25.06.2020 року.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

Освітня програма «Маркетинг» має чітко сформульовані цілі, які відповідають стратегії розвитку ДНУ на 2019-2025 роки, перспективному плану розвитку ДНУ на 2019-2025 роки, стратегії брендингу ДНУ та місії, яка полягає в ефективній та якісній реалізації передусім таких базових компонентів: освітньої; наукової; міжнародної; культурно-просвітницької. Цілі ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів) як на етапі її розробки, так і впровадження та функціонування, для чого у ДНУ

організуються обговорення, дискусії, зустрічі з роботодавцями, круглі столи, проводиться опитування/анкетування заінтересованих сторін і внесення рекомендацій (зокрема, від Олени Лисенко ТОВ «МВК» Єкатеринославський», Марії Терехової ДП «ВО Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова», Інни Лесів Компанія «АВК») щодо використання нових програмних продуктів, глибшого опанування CRM, напрацювання навичок, які в майбутньому фахівці зможуть використовувати на практиці та автоматизувати ряд процесів, а результатом було впровадження та оновлення ОК «Інформаційні системи і технології в маркетингу». Окрім цього були рекомендації щодо посилення комунікаційної компетентності, які також впроваджено через ОК «Ведення переговорів». Постійно надаються поради від колишніх випускників, зокрема (п. Лесников ТОВ «ТЕХНООПТТОРГ-ТРЕЙД») щодо посилення математичної бази у проведенні розрахунків для забезпечення можливості зменшення ризику в майбутньому при прийнятті відповідальних рішень майбутніми фахівцями. Цілі ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці та комунікаційних здібностей майбутніх фахівців, а також галузевого та регіонального контексту. Оскільки Дніпропетровська область із високим промисловим і торговельним потенціалом, то регіональний та галузевий контекст враховано через ОК «Маркетинг промислового підприємства», «Товарознавство». Враховано також тенденції розвитку спеціальності щодо інноваційності через ОК «Маркетинг інновацій» та діджиталізації через ОК «Інтернет-маркетинг». Підтверджено, що ОП «Маркетинг» ДНУ враховує досвід аналогічних освітніх програм вітчизняних ЗВО та дозволяє у повній мірі досягти результатів навчання, визначених СВО України.

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

Зазначено, що освітня програма «Маркетинг» ДНУ враховує досвід аналогічних освітніх програм ряду зарубіжних ЗВО, але конкретно це не деталізовано і не акцентовано увагу на іноземних освітніх програмах. Необхідно деталізувати конкретні напрацювання зарубіжних ЗВО, що використано в ОП і акцентувати увагу на використаному досвіді аналогічних програм зарубіжних ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Зважаючи на наведені сильні сторони та позитивні практики, а також рекомендації щодо удосконалення ОП у контексті Критерію 1, ЕГ вважає, що проектування та цілі ОП «Маркетинг» мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 1.1, 1.2 та 1.4. До того ж, враховуючи значну узгодженість за підкритерієм 1.3, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, то відповідність проектування і цілей ОП цієї програми Критерію 1 є достатньою.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Під час проведення акредитаційної експертизи було проаналізовано ОП «Маркетинг» як у редакції 2017 року, що введена в дію з 01.09.2017 року на 2017/2018 н.р., так і у редакції 2017-2019 років, що введена в дію з 01.09.2018 року на 2018/2019 н.р. та на 2019/2020 н.р., і у редакції 2020 року, що введена в дію з 10.09.2020 року на 2020/2021 н.р., яка міститься у заархівованому вигляді за посиланнями: http://www.dnu.dp.ua/view/osvitni_programy і http://dnu.dp.ua/view/kafedra_market_miznarmedz. Обсяг ОП «Маркетинг» за усі роки становить 240 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам п. 4 ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту». У ОП редакції 2020 року із 240 кредитів ЄКТС обсяг обов'язкових освітніх компонентів становить 180 кредитів або 75%, а вибіркового – 60 кредитів або 25%, що також відповідає вимогам п. 15 ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту» та вимогам стандарту вищої освіти України для першого (бакалаврського) РВО за спеціальністю 075 Маркетинг, який затверджено наказом МОН України №1343 від 05.12.2018 р. та введено в дію з 2018/2019 н.р. ОП «Маркетинг» попередніх редакцій, окрім редакції 2020 року, включають обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки та циклу професійної підготовки і вибіркові компоненти також циклу загальної підготовки та циклу професійної підготовки, а у 2020 році є обов'язкові ОК циклу загальної підготовки та циклу професійної підготовки та просто дванадцять вибіркового компонента для 2-4 курсів навчання без приналежності до циклів. У ОП «Маркетинг» редакції 2020 року із 240 кредитів ЄКТС обсяг обов'язкових ОК становить 180 кредитів або 75%, у тому числі обсяг обов'язкових ОК циклу загальної підготовки становить 36 кредитів або 15%, а обов'язкових ОК циклу професійної підготовки становить 144 кредити або 60%. Разом з тим, згідно СВО України для першого (бакалаврського) РВО за спеціальністю 075 Маркетинг загальні компетентності включають: «ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і

досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.», що забезпечується, зокрема, ОК 1.1 Фізична культура, а от про відсутність кредитів вказано у ОП як «позакредитна», хоча на зустрічі 8 зазначено статус - «факультативна», тому на цю ОК рекомендовано виділити кредити. У ОП «Маркетинг» редакції 2020 року із 240 кредитів ЄКТС обсяг вибіркового ОК становить 60 кредитів або 25% із якого не виокремлюють вибіркового ОК за циклами. Обсяг ОК у кредитах ЄКТС відповідає вимогам законодавства щодо рівномірного навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти. Отже, обсяг ОП «Маркетинг» (перший (бакалаврський) РВО) відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти та вимогам відповідного стандарту вищої освіти.

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

Зміст освітньої програми «Маркетинг» має чітку структуру. Освітні компоненти, включені до ОП «Маркетинг» усіх редакцій, складають логічну взаємопов'язану систему, що прослідковується із наведеної структурно-логічної схеми та послідовності засвоєння компонент. Відмітимо, що у матриці відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та у матриці забезпечення програмних результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньої програми, наведених у ОП «Маркетинг» редакції 2020 року продемонстровано, що кожний ПРН дійсно чітко охоплено і у повній мірі можна досягти заявлених цілей освітніми компонентами та змістом програми, а підтвердженням цьому є робочі програми навчальних дисциплін, які наведені у вільному доступі у цифровому репозитарії ДНУ у вкладці освітня діяльність/цифровий репозитарій за посиланням: http://repository.dnu.dp.ua:1100/?page=inner_collection&id=25. Важливим є акцентування уваги у ОП «Маркетинг» редакції 2020 року на забезпеченні виконання такого ПРН, як: «Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.» через ОК 1.5 Українська мова за професійним спрямуванням, ОК 1.6 Іноземна мова (англійська/німецька/французька), ОК 2.7 Організація ведення переговорів, однак доцільним було б збільшення кількості кредитів, виділених на ці ОК або, зокрема, як було в ОП «Маркетинг» редакції минулих років, де передбачався додатково вибір з переліку дисциплін, що формують компетентності з української мови №1 (3 кредити) ЗП 2.3 Українська мова (за професійним спрямуванням), Культура і стилістика української фахової мови, Мовленнєва компетенція професійно орієнтованої особистості, Українське ділове мовлення та вибір з переліку дисциплін, що формують компетентності з іноземної мови №3 (6 кредитів) ЗП 2.6 Іноземна мова (англійська), Іноземна мова (німецька), Іноземна мова (французька). Позитивним напрацюванням ДНУ щодо ОП «Маркетинг» є наявність у 7-му семестрі ОК 2.31 Міждисциплінарна курсова робота «Удосконалення маркетингової діяльності підприємства». Разом з тим, можна рекомендувати окрім ОК 2.25 Логістика ввести ОК Маркетингова збутова політика або ОК Маркетингова політика розподілу, а ОК 2.34 Маркетингові комунікації викладати перед ОК 2.29 Рекламний менеджмент та ОК 2.30 Паблік рілейшнз в бізнесі.

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

Зміст освітньої програми «Маркетинг» як у редакції 2017 року, що введена в дію з 01.09.2017 року на 2017/2018 навчальний рік, так і у редакції 2017-2019 років, що введена в дію з 01.09.2018 року на 2018/2019 навчальний рік та на 2019/2020 навчальний рік, і у редакції 2020 року, що введена в дію з 10.09.2020 року на 2020/2021 навчальний рік, навчальних планів редакції 2017 року на 2017-2018 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/8cc78a70-3d93-4d76-a776-c8bfeee828c1>, НП редакції 2018 року на 2018-2019 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/cc27fb29-4abe-4bof-bb83-92584be56f42>, НП редакції 2019 року на 2019-2020 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/9682c839-4a71-4b21-bdd9-212d575ab9a9> та НП редакції 2020 року на 2020-2021 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/4ff2b51c-f2ad-4dcf-846b-a5d5f5faaf04>, а також таких елементів навчально-методичного забезпечення дисциплін професійної підготовки, як робочі програми навчальних дисциплін і в цілому наведені складові НМКД, свідчать про відповідність предметній області визначеної для ОП спеціальності 075 Маркетинг. Освітні компоненти освітньої програми «Маркетинг» підбираються таким чином, щоб максимально відповідати предметній області визначеної для ОП спеціальності, а зміст ОП «Маркетинг» постійно вдосконалюється і через введення тих освітніх компонентів, яких раніше не було (так, до ОП редакції 2020 року порівняно із ОП редакції 2018 року, на вимогу часу, введено такі ОК, як ОК 2.20 Інтернет-маркетинг, ОК 2.24 Маркетинг інновацій, ОК 2.31 Міждисциплінарна курсова робота Удосконалення маркетингової діяльності підприємства).

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

Структура освітньої програми «Маркетинг» як у редакції 2017 року, що введена в дію з 01.09.2017 року на 2017/2018 навчальний рік, так і у редакції 2017-2019 років, що введена в дію з 01.09.2018 року на 2018/2019 навчальний рік та на 2019/2020 навчальний рік і у редакції 2020 року, що введена в дію з 10.09.2020 року на 2020/2021 навчальний рік передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін у обсязі, передбаченому законодавством (всього 60 кредитів або 25% від загального обсягу), а саме у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Vybirkovy_discipliny_2018.pdf міститься Положення про порядок обрання студентами дисциплін за вибором у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара (нова редакція), у якому деталізовано загальні положення, порядок, хронологію, процедуру, зразки документів щодо обрання вибіркових ОК, яке наразі відбувається в он-лайн режимі та за уже відпрацьованим механізмом, а на резервній зустрічі 11 було продемонстровано онлайн-форми і окрім цього, експертна група обговорила це питання ще й на зустрічі 8. Структура освітньої програми «Маркетинг» редакції 2020 року передбачає вибір дванадцяти 5-ти кредитних за ЄКТС вибіркових компонент для здобувачів 2-4 курсів навчання (по чотири ОК на 2, 3 та 4 роках здобуття освіти), без приналежності до циклів, із усієї університетської бази дисциплін, на відміну від порядку, який існував до цього і передбачав обрання ОК здобувачами блоково і окремо із факультетського і загальноуніверситетського каталогу. Отже, на сьогодні, структура освітньої програми «Маркетинг» удосконалилася і формує індивідуальну освітню траєкторію, яка у межах автономії, тобто права ДНУ на самоврядування, що полягає в його самостійності, незалежності та відповідальності у прийнятті рішень, має право на існування в такому форматі, а її супровід дійсно дозволяє забезпечити оволодіння студентами змістом освітньої програми «Маркетинг» та відповідного стандарту вищої освіти; сприяти розвитку індивідуальних здібностей здобувача; оволодіти конкретними компетентностями; забезпечити професійне самовизначення.

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

Освітня програма «Маркетинг» як у редакції 2017 року, що введена в дію з 01.09.2017 року на 2017/2018 навчальний рік, так і у редакції 2017-2019 років, що введена в дію з 01.09.2018 року на 2018/2019 навчальний рік та на 2019/2020 навчальний рік, і у редакції 2020 року, що введена в дію з 10.09.2020 року на 2020/2021 навчальний рік, та навчальний план редакції 2017 року на 2017-2018 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/8cc78a70-3d93-4d76-a776-c8bfec828c1>, НП редакції 2018 року на 2018-2019 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/cc27fb29-4abe-4bof-bb83-92584be56f42>, НП редакції 2019 року на 2019-2020 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/9682c839-4a71-4b21-bdd9-212d575ab9a9> та НП редакції 2020 року на 2020-2021 навчальний рік <blob:https://office.naqa.gov.ua/4ff2b51c-f2ad-4dcf-846b-a5d5f5faaf04>, передбачають практичну підготовку, тобто ОК 2.35 Виробнича практика: Виробнича, на яку відводиться 3,0 кредити ЄКТС у 6-му семестрі та ОК 2.36 Виробнича практика: Переддипломна, на яку відводиться 6,0 кредитів ЄКТС у 8-му семестрі з програмами яких можна ознайомитись на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Praktichna_pidgotovka_2018.pdf, які дозволяють здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності що зазначені у матриці відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та у матриці забезпечення програмних результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньої програми, наведених у ОП «Маркетинг» редакції 2020 року. На зустрічах 4, 5 здобувачі вищої освіти Щавелева Ю., Головня А. підтвердили, що вони мають можливість проходити практику на підприємствах, в установах та організаціях, з якими уже укладено ДНУ угоди, а це: ДП «КБ «Південне» ім. М. К. Янгеля», ПАТ КБ «Приватбанк», ТОВ НТП «Контур», ТОВ «ТЕХНООПТТОРГ-ТРЕЙД», ДП «Виробниче об'єднання Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова», ТОВ «Агема Груп», ТОВ «Побутхімсервіс», ТОВ «Фаворит знак», ТОВ «Мікрон агро», ТОВ «Омега», ТОВ «АВК», а також на тих, які здобувачі можуть самостійно пропонувати та обирати: КП «Дніпроводоканал», ТОВ «Локсервісгруп», ТОВ «Гера», ТОВ «ЦКС». На підтвердження цього та на прохання експертної групи ДНУ надав угоди про проведення практики здобувачів вищої освіти ДНУ <blob:https://office.naqa.gov.ua/coe0352b-9072-468e-af3f-03f883243e1f>, <blob:https://office.naqa.gov.ua/765febdb-90c3-4302-91c5-198bce4110f4>, серед яких є й потенційні роботодавці.

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

Освітня програма «Маркетинг» передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям. Соціальні навички є важливим аспектом, оскільки сучасний маркетолог повинен бути комунікабельним та вміти переконувати; висловлювати власну думку; вести переговори; бути креативним, ерудованим; збирати, аналізувати інформацію та презентувати результати; вміти вирішувати конфлікти; планувати час та використовувати тайм-менеджмент; розуміти важливість делікативів; працювати у команді; знаходити підхід до колег; реагувати на зміни у факторах маркетингового середовища; використовувати сучасні інструменти діджиталізації. У ході зустрічей 3, 4, 6, 7 та 10 встановлено, що протягом навчання на ОП «Маркетинг» здобувачі вищої освіти мають навчальні екскурсії, приймають участь у бізнес-форумах, семінарах, круглих столах, конференціях, розробляють проекти та презентації, створюють сайти, кадрують зображення тощо. Для здобувачів вищої освіти проводять ділові ігри, детально розбирають кейси, що надає можливість на прикладі конкретних ситуацій усвідомлювати, обґрунтовувати і приймати ефективні та відповідальні рішення. Встановлено, що ОП «Маркетинг» найбільше сприяє набуттю соціальних навичок «soft skills» через такі освітні компоненти, як ОК 2.20 Інтернет-маркетинг, ОК 2.22 Маркетингові дослідження, ОК 2.34 Маркетингові комунікації, про що на зустрічі 4

підтвердила Щавелева Ю. і наголосила на значущості ще й ОК Брендінг. Усе це дійсно сприяє розвитку соціальних навичок «soft skills», що відповідає заявленим цілям та реалізації ряду результатів.

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

Професійний стандарт за спеціальністю 075 Маркетинг відсутній.

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

Обсяг освітньої програми «Маркетинг» та окремих освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС) відповідає фактичному навантаженню здобувачів, досягненню цілей та програмних результатів навчання. Зокрема, НП редакції 2020 року на 2020-2021 навчальний рік [blob:https://office.naq.gov.ua/4ff2b51c-f2ad-4dcf-846b-a5d5f5faaf04](https://office.naq.gov.ua/4ff2b51c-f2ad-4dcf-846b-a5d5f5faaf04) підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «бакалавр» за освітньою програмою «Маркетинг», передбачений розрахунок завантаженості на весь період навчання у кількості 7200 годин або 240 кредитів, з яких обсяг аудиторних занять становить 2880 годин або 40,0% відповідно, а обсяг самостійної роботи 4320 годин або 60,0%. Із загального обсягу годин щорічне навантаження становить 1800 годин, тобто рівноцінно поділене на 4 роки навчання, тобто по 60 кредитів ЄКТС на курс навчання або по 30 кредитів ЄКТС щосеместрово. Такий розподіл годин відповідає рекомендаціям МОН України, в яких аудиторне навантаження, яке пропонується на першому рівні вищої освіти, має становити не менше, ніж 1/3, а для самостійної роботи бакалавра – не більше, ніж 2/3 загального обсягу навчального часу, відведеного для вивчення конкретної дисципліни. Усе це підтверджено на зустрічі 8, а також й те, що один кредит ЄКТС становить 30 годин. Це як аудиторна так і самостійна робота. Кількість навчальних дисциплін (обов'язкових та вибіркових з урахуванням практик) не перевищує 16-ти на рік та, відповідно, до 8 на семестр, а якщо конкретно, то 7 дисциплін у 1-му семестрі, 8 – у 2-му, 7 – у 3-му, 8 – у 4-му, 7 – у 5-му, 7 – у 6-му, 7 – у 7-му, 5 – у 8-му семестрах по 30 кредитів на кожний семестр. Освітні компоненти у циклі загальної підготовки становили в навчальному плані редакції 2020 року від 3,0 до 5,0 кредитів ЄКТС, у циклі професійної підготовки від 3,0 до 8,0 кредитів ЄКТС з переважним, як правило, обсягом самостійної роботи, за винятком курсових робіт ОК 2.17, ОК 2.23 та ОК 2.31, на які відводиться по 1,0 кредиту ЄКТС і ОК 2.37 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи, на яку відводиться 9,0 кредитів ЄКТС, тобто 270 годин. Отже, обсяг освітньої програми «Маркетинг» та окремих освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС) реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання. Надлишкового навантаження на здобувачів вищої освіти ОС бакалавр і НПП не зафіксовано, що було уточнено і на зустрічах 4, 10.

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

В ході акредитаційної експертизи встановлено, що за ОП «Маркетинг» підготовка здобувачів за дуальною формою не здійснюється, однак, на даний час, проходить обговорення можливості підготовки здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Зміст ОП «Маркетинг» має чітку структуру. ОК, включені до ОП «Маркетинг», складають логічну взаємопов'язану систему. Кожний ПРН дійсно чітко охоплено і у повній мірі можна досягти, що видно із робочих програм, що є у вільному доступі у цифровому репозитарії. ОК ОП «Маркетинг» підбираються таким чином, щоб максимально відповідати предметній області визначеної для ОП спеціальності, а зміст ОП постійно вдосконалюється і через введення тих ОК, яких раніше не було (до ОП редакції 2020 року на вимогу часу, введено ОК 2.20 Інтернет-маркетинг, ОК 2.24 Маркетинг інновацій, ОК 2.31 Міждисциплінарна курсова робота Удосконалення маркетингової діяльності підприємства). Структура ОП передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії. ОП та НП передбачають практичну підготовку, тобто ОК 2.35 Виробнича практика: Виробнича 3,0 кредити ЄКТС у 6-му семестрі та ОК 2.36 Виробнича практика: Переддипломна 6,0 кредитів ЄКТС у 8-му семестрі, які дозволяють здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності. Здобувачі ВО підтвердили, що вони мають можливість проходити практику на підприємствах, в установах та організаціях, з якими уже укладено ДНУ угоди, а також на тих, які здобувачі можуть самостійно пропонувати та обирати. ОП передбачає набуття здобувачами ВО soft skills, що відповідають заявленим цілям. Протягом навчання на ОП «Маркетинг» здобувачі ВО мають навчальні екскурсії, приймають участь у бізнес-форумах, семінарах, круглих столах, конференціях, розробляють проекти та презентації, створюють сайти, кадрують зображення тощо, їм проводять ділові ігри, з ними детально розбирають кейси, що надає можливість на прикладі конкретних ситуацій усвідомлювати, обґрунтувати і

приймати ефективні та відповідальні рішення. ОП «Маркетинг» найбільше сприяє набуттю «soft skills» через такі обов'язкові ОК, як ОК 2.20 Інтернет-маркетинг, ОК 2.22 Маркетингові дослідження, ОК 2.34 Маркетингові комунікації та вибірково ОК Брендинг. Обсяг ОП «Маркетинг» та окремих ОК відповідає фактичному навантаженню здобувачів, досягненню цілей та ПРН. Обсяг ОП «Маркетинг» та окремих ОК (у кредитах ЄКТС) реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та ПРН.

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

Згідно стандарту вищої освіти України для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг загальні компетентності включають: «ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.», що забезпечується, зокрема, ОК 1.1 Фізична культура, а от про відсутність кредитів вказано у ОП як «позакредитна», хоча на зустрічі 8 зазначено статус - «факультативна», проте на цю ОК рекомендовано виділити кредити. В обов'язкових ОК немає окремо такої, що конкретно висвітлює питання збуту або розподілу. Рекомендується окрім ОК 2.25 Логістика ввести ОК Маркетингова збутова політика або ОК Маркетингова політика розподілу, а також вважаємо доцільним ОК 2.34 Маркетингові комунікації викладати перед ОК 2.29 Рекламний менеджмент та ОК 2.30 Паблік рілейшнз в бізнесі.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Зважаючи на наведені сильні сторони та позитивні практики, а також рекомендації щодо удосконалення ОП у контексті Критерію 2, ЕГ вважає, що структура та зміст освітньої програми «Маркетинг» мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 2.3, 2.4, 2.5, 2.6 та 2.8. До того ж, враховуючи майже повну узгодженість за підкритеріями 2.1 та 2.2, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, то відповідність структури та змісту цієї програми Критерію 2 є достатньою.

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

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

Правила прийому на навчання затверджені Вченою радою ДНУ 17.12.2020 року і оприлюднені на сайті ДНУ у вкладці вступникові/нормативна база:
<http://www.dnu.dp.ua/docs/vstup/2021/Pravyla%20priyomu%20DNU%202021.pdf>. Правила прийому на навчання за освітньою програмою є чіткими та зрозумілими, що підтверджено на зустрічах 4 здобувачами, так і на зустрічах 7, 11 відповідальним секретарем ПК Дергачовим М.П. Для здобуття вищої освіти приймаються особи, які здобули повну загальну середню освіту або освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста (освітній ступінь молодшого бакалавра), - для здобуття бакалавра. Дискримінаційних положень правила прийому не містять. Крім того, представлений на сайті ДНУ План заходів з реалізації програми «Ефективна вступна кампанія» редакції 2016 року, що оприлюднено за посиланням: www.dnu.dp.ua/docs/dnu/Plan_zahodiv_Efekt_vstup_kampaniya.doc сприяв підвищенню прийому на навчання здобувачів зі скороченими термінами на 2017-2018 навчальний рік та чітко визначеному порядку інтегрування ОК за освітньо-кваліфікаційним рівнем молодший спеціаліст у ОК освітнього ступеня бакалавр.

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

При прийомі на навчання на конкурсній основі здобувач у 2020 році вступу мав подавати результати Зовнішнього незалежного оцінювання з математики, української мови та англійської мови, а у 2021 році відповідно до Умов прийому та Правил прийому має надати результати Зовнішнього незалежного оцінювання з математики, української мови та на вибір одного із переліку наведеного нижче. Правила прийому на навчання за ОП «Маркетинг» в достатній мірі враховують її особливості. Зокрема, правилами прийому передбачено для вступу на перший курс на основі повної загальної середньої освіти розрахунок конкурсного балу (КБ) на ОП «Маркетинг» за

такою формулою: $KБ = K1 * П1 + K2 * П2 + K3 * П3 + K4 * А + K5 * МЛ + K6 * ОУ$, де $K1, K2, K3, K4, K5, K6$ - коефіцієнти: $K1$ становить 0,4; $K2$ становить 0,2; $K3$ становить 0,3; $K4$ становить 0,1; $K5$ та $K6$ становлять 0,0 - оскільки не передбачають мотиваційного листа та балів за успішне закінчення у рік вступу підготовчих курсів ДНУ для вступу до ДНУ за шкалою від 100 до 200 балів у разі вступу на спеціальності (спеціалізації), зазначені в Переліку спеціальностей, яким надається особлива підтримка, а оскільки 075 спеціальність Маркетинг сюди не підходить, тому $ОУ=0$. $П1, П2, П3$ - оцінки сертифікатів ЗНО з конкурсних предметів: $П1$ - це українська мова і література; $П2$ - математика; $П3$ - історія України або іноземна мова, або біологія, або географія, або фізика, або хімія. Тобто, кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту свідомо робить акцент на важливості української мови і літератури у підготовці майбутніх маркетологів, з точки зору важливості комунікаційної складової.

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

Правила визнання результатів навчання отриманих в інших ЗВО відображені в ДНУ у Положенні про організацію освітнього процесу та Положенні про порядок переведення, відрахування, переривання навчання ЗВО та поновлення відрахованих осіб, які оприлюднено на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Osvit_proces_2017.pdf, <http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya%20pro%20ponovlennia%20perevedennia%202020.pdf>.

Перезарахування вивчених навчальних дисциплін та ліквідація академічної різниці здійснюється відповідно до Положення про порядок визначення академічної різниці, її складання та перезарахування навчальних дисциплін та до Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу ДНУ, які також оприлюднено на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Poriadok_Akadem_riznycia_2017.pdf. Враховується наданий здобувачем вищої освіти документ із переліком та результатами вивчення дисциплін, кількістю кредитів та інформацією про систему оцінювання навчальних здобутків здобувачів вищої освіти, завірених належним чином іншим ЗВО. Таким чином, визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, є у відкритому доступі для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

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

Правила визнання результатів навчання отриманих навчання, отриманих у неформальній освіті, відображені у Положенні про порядок визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, отриманих у неформальній освіті, затвердженим ДНУ від 22.10.2020 року. Цей документ оприлюднено на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Neformal_osvita_DNU_2020.pdf. Протягом останнього часу випадків перезарахування результатів, отриманих у неформальній освіті, не було, однак розробники ОП запевнили експертну групу на зустрічах 10 та 11, що за ініціативи здобувачів вищої освіти це можливо. Процедура визнання результатів неформальної освіти передбачає, що здобувач вищої освіти звертається до деканату з відповідною заявою. На наступному етапі комісія розглядає заяву та визначає змістовну відповідність результатів неформального навчання та освітніх компонентів та приймає рішення про можливість та обсяг перезарахування у кредитах ЄКТС. У певних випадках здобувач виконує індивідуальне завдання для проходження процедури валідації результатів неформальної освіти. Перезарахуванню можуть підлягати як ОК в цілому, так і певна його частина. На зустрічі 10 з представниками групи забезпечення обговорювалося питання перезарахування результатів неформальної освіти. У зв'язку з тим, що Положення про порядок визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти ДНУ було прийняте у 2020 році, досвіду перезарахування вони не мають. Але Сокол П.М. відзначила, що в поточному навчальному році студенти ОП «Маркетинг» проходять «Освітній марафон» від ТОВ «Епіцентр К» і матимуть можливість перезарахування за процедурою визнання результатів неформальної освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Наявні чіткі і зрозумілі правила для вступу на навчання. Правила прийому на навчання враховують особливості ОП. Кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту свідомо робить акцент на важливості української мови і літератури у підготовці майбутніх маркетологів, з точки зору важливості комунікаційної складової. Є публічний доступ до документів, що регулюють правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, на офіційному сайті ДНУ. Наявна можливість переведення здобувачів з іншої ОП або ЗВО та зарахування результатів неформальної освіти.

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

Відсутність випадків академічної мобільності та прикладів перезарахування результатів неформальної освіти. Посилити роз'яснювальну роботу щодо можливості здобувачів проходити окремі ОК або сертифікатні програми у статусі слухачів, адже такі ПН також можуть бути предметом визнання.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Зважаючи на наведені сильні сторони та позитивні практики, а також рекомендації щодо удосконалення ОП у контексті Критерію 3, ЕГ вважає, що доступ до освітньої програми «Маркетинг» та визнання результатів навчання мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 3.1, 3.2 та 3.3. До того ж, враховуючи повну узгодженість за підкритерієм 3.4, однак відсутність випадків академічної мобільності, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, то відповідність доступу до освітньої програми «Маркетинг» та визнання результатів навчання Критерію 3 є достатньою.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у ОП «Маркетинг» цілей та ПРН. Зокрема, форми і методи навчання та викладання деталізовано у Положенні про організацію освітнього процесу в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Osvit_proces_2017.pdf. ЕГ переконалась під час вивчення матеріалів, а також зустрічей з НПП і студентами, що у ЗВО комплексно використовуються такі основні форми та методи навчання і викладання як словесні (лекції, дискусії, співбесіди тощо); практичні (практичні заняття, розрахункові роботи тощо); наочні методи (ілюстрації, демонстрації тощо), аналітичні методи; поточне оцінювання (експрес-контроль, ессе, тестування, індивідуальні завдання), підсумкове семестрове оцінювання (залік, екзамен) з метою забезпечення заявлених в ОП цілей та ПРН на основі відповідності вимогам студентоцентрованого підходу. Здобувачі ВО мають навчальні екскурсії, приймають участь у бізнес-форумах, семінарах, круглих столах, конференціях, розробляють проекти та презентації, створюють сайти, кадрують зображення, їм проводять ділові ігри, надають кейси, використовують інтерактивні методи навчання, організовують обговорення, дискусії, зустрічі з роботодавцями, круглі столи, що надає можливість усвідомити та обґрунтувати прийняття рішень на прикладі конкретних ситуацій. Запровадження студентоцентрованого навчання і викладання в ДНУ регламентується Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Yakist'_osvity_DNU_2020.pdf. У ДНУ проводиться опитування/анкетування здобувачів і випускників ОС «Бакалавр» спеціальності 075 Маркетинг ОП «Маркетинг», результати яких було отримано на запит експертної групи <blob:https://office.naq.gov.ua/a5e622ce-9cda-4c16-b23f-23b95521a4e9> та <blob:https://office.naq.gov.ua/3766aaf9-60cd-4893-81a1-1fa46ad69988>, зокрема і було запитання щодо використання сучасних педагогічних методів (майстер-клас, навчальні дискусії, мозковий штурм, тренінги, ділові ігри та ін.). Результати опитування оформлюються протоколом Бюро з якості освіти і перебувають у відкритому доступі на сайті університету, з якими можна ознайомитись за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/news/buro/Protokol_Buro%20_FE_%E2%84%962_25_06_20.pdf. Відкрита зустріч і зустріч 10 переконали експертів про належну вмотивованість викладачів щодо впровадження нових методів викладання, збільшення частки практичної інформації. Особливий інтерес представляє наявність стартап школи, залучення здобувачів до спілки підприємців при Дніпропетровській облраді. Загалом результати зустрічі 4 ЕГ зі здобувачами показали, що студенти мають можливість забезпечувати необхідну для них траєкторію навчання, маючи необхідний рівень академічної свободи.

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

Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів у вигляді робочих програм навчальних дисциплін та навчально-методичного комплексу, які знаходяться у вільному доступі у цифровому репозитарії ДНУ у вкладці освітня діяльність/цифровий репозитарій за посиланням: http://repository.dnu.dp.ua:1100/?page=inner_collection&id=25. Критерії оцінювання відображені в робочих програмах освітніх компонент та доводяться до здобувачів вищої освіти на першому занятті. Положення про організацію і проведення поточного та семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_potoch_sem_kontr-2018.pdf, передбачено чітке інформування здобувачів про методи та критерії оцінювання. Для всіх учасників освітнього процесу, згідно зі службовим розпорядженням №247 від 02 квітня 2020 року для якісної організації освітнього процесу у дистанційному режимі було рекомендовано проводити дистанційне навчання із застосуванням відповідної системи управління дистанційним навчанням (Office 365, Google Classroom), яка забезпечує організацію освітнього процесу та контроль за навчанням через мережу Інтернет; сформувати віртуальні простори факультетів із створенням персональних профілів для усіх учасників освітнього процесу та надати їм інформаційну і технічну підтримку; з 13.04.2020 року використовувати у якості системи управління дистанційним навчанням платформу Office 365 програму MICROSOFT TEAMS. Для цього була розроблена Інструкція щодо роботи в MICROSOFT TEAMS. В цілому здобувачі, під час зустрічі, позитивно оцінювали свою поінформованість щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів.

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

ДНУ в цілому та кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту факультету економіки ДНУ зокрема забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП «Маркетинг» відповідно до РВО бакалавр, спеціальності 075 Маркетинг та цілей освітньої програми «Маркетинг». Результатами наукових досліджень, що проводять науково-педагогічні працівники та здобувачі вищої оприлюднюються у вигляді монографічних матеріалів, наукових статей, доповідей на наукових конференціях, симпозиумах, круглих столах та інших наукових заходах. НПП та здобувачі ступеня вищої освіти мають безкоштовний доступ до міжнародних наукометричних баз даних – Scopus, Web of Science, Google Scholar, Science Direct, Index Copernicus. На сайті ДНУ постійно оновлюється перелік публікацій науковців кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту економічного факультету ДНУ, який знаходиться у вкладці освітня діяльність/факультети/економіки/кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту за посиланням: http://dnu.dp.ua/view/kafedra_market_miznarmenedz, де можна побачити і посилання на цитування кожного із НПП за Google Scholar, Scopus Author ID, Web of Science Researcher ID, Researchgate ID, ORCID ID, однак можна порекомендувати зробити такий перелік і для здобувачів вищої освіти. Наукові дослідження на кафедрі проводяться за такими науково-дослідними роботами: «Управління маркетингом за умов економічного розвитку України», «Стратегія розвитку наукових та технологічних парків в Україні: імплементація міжнародного досвіду». Кафедра є засновником журналу European Journal of Management Issues. На базі ДНУ функціонує Рада молодих вчених. У ході зустрічі 4 підтверджено, що на кафедрі маркетингу та міжнародного менеджменту працює науковий гурток «Фокус маркетингу» за тематикою ОП. Здобувачі ОП «Маркетинг» на зустрічі 4 підтвердили, що регулярно приймають участь в українських студентських фестивалях реклами, всеукраїнських олімпіадах, конкурсах наукових робіт: у 2020/2021 н.р. - III призове місце у творчому конкурсі у номінації «Друкована реклама» 15-го Українського студентського фестивалю реклами (УСФР), 27.11.2020р., м. Київ; II тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг», лютий – квітень 2021 р., м. Дніпро; 2019/2020 н.р. - перемога у IV Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів ВНЗ зі спеціальності «Маркетинг» м. Хмельницький; участь у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг», м. Тернопіль; призове місце на III етапі конкурсу для талановитої молоді України, м. Дніпро; у 2018/2019н.р. - участь у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг», 2019 р., м. Тернопіль; участь у конкурсі Дніпровської міської ради «Кращий бізнес-план», м. Дніпро, що дає можливість майбутнім маркетологам покращити свої навички і компетенції під час вирішення професійних завдань із урахуванням сучасних тенденцій.

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

НПП кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту факультету економіки ДНУ оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. Зокрема, на зустрічах 2, 7, 8, 10 та 11 підтверджено, що оновлення ОП забезпечується такими заходами: 1) участь у конференціях; 2) врахування пропозицій стейкхолдерів; 3) проходження стажування (зокрема за кордоном), участь у тренінгах, семінарах, бізнес-форумах, конкурсах, фестивалях; 4) участь у наукових дослідженнях. Оновлення ОП «Маркетинг» та його освітніх компонент регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Osvit_proces_2017.pdf та Положенням про навчально-методичні комплекси навчальних дисциплін Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_NMKD_2018.pdf. В ДНУ постійно проводяться заходи у

вигляді семінарів, тренінгів, круглих столів із залученням роботодавців з метою з'ясування та впровадження сучасних практик у відповідній галузі. Результати наукових стажувань використовуються під час оновлення освітніх компонентів з точки зору методів викладання та організації освітнього процесу в умовах дистанційного навчання, а також використання сучасних віртуальних технологій, імерсійних методів. Загалом аналіз навчально-методичного забезпечення свідчить про його регулярний перегляд та оновлення у відповідності до результатів наукових досліджень та кращих сучасних практик у відповідній галузі.

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

Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту факультету економіки ДНУ, зокрема це підтверджено на зустрічах 8 та 10, а саме - це продовження прийняття участі у програмі міжнародного науково-дослідного проекту з метою співробітництва ДНУ і Університету прикладних наук м. Міттвайда (Німеччина) в галузі дослідницьких робіт та обміну студентами і викладачами та продовження прийняття участі у програмі міжнародного співробітництва між ДНУ й університетом м. Ле-Ман «Про подвійний диплом магістра» щодо отримання диплому цього університету, сертифікованого Міністерством науки та освіти Франції. Крім того, професор Могилова А.Ю. пройшла науково-практичне стажування у Finning Cat у період з 14.11.2019 по 22.11.2019 (Edmonton, Canada), а професор Решетілова Т.Б. підвищувала кваліфікацію у Took part in a comprehensive scientific and practical internship (online) under the program «Education, science, business in high quality training of economic specialists» (90 hours/3 credits ECTS), 13-16 November, 2020 Suceava, (Romania). На ОП «Маркетинг» створено умови для участі у міжнародних програмах та конференціях, але необхідно підвищувати рівень володіння іноземними мовами з метою посилення участі у міжнародних програмах, хоча у проф. Могилової А.Ю., Зінченко О.А. є сертифікати щодо володіння іноземною мовою на рівні B2.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у ОП «Маркетинг» цілей та ПРН і деталізовані у Положенні про організацію освітнього процесу в ДНУ, що є у відкритому доступі. Запровадження студентоцентрованого навчання і викладання в ДНУ регламентується Положенням про систему ВЗЯВО в ДНУ, що також є у відкритому доступі. У ДНУ проводиться опитування/анкетування, результати яких оформляються протоколом Бюро з якості освіти і перебувають у відкритому доступі на сайті ДНУ. Забезпечується необхідна для студентів траєкторія навчання, є необхідний рівень академічної свободи. Усім учасникам ОП своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація про цілі, зміст та ПРН, порядок та критерії оцінювання у межах окремих ОК у вигляді робочих програм НД та НМК, які знаходяться у вільному доступі у цифровому репозитарії ДНУ. Усім учасникам освітнього процесу було рекомендовано у якості системи управління дистанційним навчанням обрати платформу Office 365 програму Microsoft Teams. Для цього розроблена Інструкція щодо роботи в Microsoft Teams. Кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП «Маркетинг» відповідно до РВО бакалавр, спеціальності 075 Маркетинг та цілей ОП. Результатами НДР, що проводять НПП та здобувачі оприлюднюються у вигляді монографічних матеріалів, наукових статей, доповідей на наукових конференціях, симпозіумах, круглих столах та ін. наукових заходах. НПП та здобувачі мають безкоштовний доступ до міжнародних наукометричних баз даних – Scopus, Web of Science, Google Scholar, Science Direct, Index Copernicus. На сайті ДНУ постійно оновлюється перелік публікацій НПП кафедри, де є і посилання на цитування кожного із них за Google Scholar, Scopus Author ID, Web of Science Researcher ID, Researchgate ID, ORCID ID. Наукові дослідження на кафедрі проводяться за такими НДР: «Управління маркетингом за умов економічного розвитку України», «Стратегія розвитку наукових та технологічних парків в Україні: імплементація міжнародного досвіду». Кафедра є засновником журналу European Journal of Management Issues. Функціонує Рада молодих вчених та науковий гурток «Фокус маркетингу» за тематикою ОП. Здобувачі ОП «Маркетинг» на зустрічі 4 підтвердили, що регулярно приймають участь у всеукраїнських студ. фестивалях реклами, олімпіадах, конкурсах наукових робіт. НПП кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. Аналіз НМЗ свідчить про його регулярний перегляд та оновлення у відповідності до результатів наукових досліджень та кращих сучасних практик у даній галузі. Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту (співробітництво ДНУ і Університету прикладних наук м. Міттвайда (Німеччина) та Університету м. Ле-Ман (Франція)). На ОП «Маркетинг» створено умови для участі у міжнародних програмах та конференціях.

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

Рекомендуємо започаткувати розробку силабусів; запровадити базу наукових робіт здобувачів вищої освіти; продовжити напрацювання міжнародних зв'язків та можливостей участі у міжнародних проєктах здобувачів ОП Маркетинг.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

У ДНУ процес навчання і викладання за освітньою програмою «Маркетинг» забезпечує досягнення цілей та програмних результатів навчання ОП. Має місце повна узгодженість з вимогами підкритеріїв 4.1, 4.2, 4.3 та 4.4. До того ж, враховуючи значну узгодженість за підкритерієм 4.5, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, навчання і викладання за цією програмою відповідає Критерію 4.

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

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

Контрольні заходи та критерії оцінювання в ДНУ є у відкритому доступі, оприлюднюються в НМК НД, вони є чіткими і зрозумілими. Зміст НМК НД регламентується Положенням про навчально-методичні комплекси навчальних дисциплін Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись на сайті ДНУ за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_NMKD_2018.pdf, а самі навчально-методичні комплекси навчальних дисциплін доступні у відкритому доступі у цифровому репозитарії ДНУ за посиланням: http://repository.dnu.dp.ua:1100/?page=inner_collection&id=25. Крім цього, контрольні заходи та критерії оцінювання обговорюються зі здобувачами на першому занятті. Основними документами, що регулюють проведення контрольних заходів та встановлюють загальні правила оцінювання, є Положенням про організацію освітнього процесу в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Osvit_proc_2017.pdf та Положення про організацію і проведення поточного та семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, з яким можна ознайомитись на сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/освітня діяльність за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_potoch_sem_kontr-2018.pdf, Передбачено наступні форми поточного контролю: опитування, перевірка результатів виконання здобувачами вищої освіти окремих видів індивідуальних завдань, захист лабораторних робіт, виступ на семінарських та практичних заняттях, виконання тестів, експрес-контроль, перевірка уміння публічно чи письмово подавати певний матеріал (презентація) тощо, а підсумковий контроль – у формах семестрових письмових та усних екзаменів, семестрових диференційованих заліків або заліків. Позитивною практикою є наявність у ДНУ за ОП «Маркетинг» ОК 1.8 Вступ до спеціальності та основи академічної доброчесності, де студенти 1 курсу мають змогу ознайомитися з особливостями організації навчального процесу в університеті. Починаючи з квітня 2020 року усі дистанційні заняття та поточна взаємодія викладачів та студентів, здача результатів виконання завдань самостійної роботи студентів та їх оцінювання здійснюється з використанням хмарних технологій Office 365, програма Microsoft Teams. У системі за кожним студентом закріплені завдання та встановлюються строки їх виконання. Після подачі роботи викладач виставляє оцінку та за необхідності надає зворотній зв'язок у письмовій формі. На зустрічах 4 і 5 зі здобувачами та представниками студентського самоврядування зауважень чи незадоволення системою поточного та підсумкового контролю та їх оцінювання виявлено не було.

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

У ОП Маркетинг передбачена форма атестації - публічний захист кваліфікаційної роботи. Це повністю відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг затвердженого наказом МОН України №1343 від 05.12.2018р. Рекомендації з підготовки кваліфікаційної роботи є у вільному доступі: http://repository.dnu.dp.ua:1100/?page=inner_material&id=13152. Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи зазначені у Положенні про атестацію здобувачів вищої освіти та про роботу екзаменаційної комісії Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/osvitnya/2020_Polozhennya_Attestacia_zdobuv_VO_Robota%20EK%20DNU.pdf. Анотації кваліфікаційних робіт є у вільному доступі за посиланням: http://repository.dnu.dp.ua:1100/?page=inner_material&id=13833.

3. Визначено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для усіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, зокрема включають процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Правила проведення контрольних заходів доступні усім учасникам освітнього процесу і є у відкритому доступі. Основними документами, що регулюють проведення контрольних заходів є: - Положенням про організацію і проведення поточного та семестрового контролю знань здобувачів ВО ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_potoch_sem_kontr-2018.pdf - Положення про організацію освітнього процесу в ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Osvit_proc-2017.pdf - Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу екзаменаційної комісії ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Atestacia_Ekz_komisija_2018.pdf - Положення про порядок визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти ДНУ, отриманих у неформальній освіті http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Neformal_osvita_DNU_2020.pdf - Положення про порядок проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Praktichna_pidgotovka_2018.pdf - Навчально-методичні комплекси навчальних дисциплін http://repository.dnu.dp.ua:1100/?page=inner_dep&id=37. Об'єктивність екзаменаторів, які працюють на екзамені з асистентом, та комісій, що створюються для проведення захисту курсових робіт, звітів про практику, повторного перескладання академічної заборгованості, забезпечується чіткою процедурою проведення таких контрольних заходів та їх оцінювання. Результати підсумкового контролю обговорюються на засіданні кафедри та вчентій раді факультету, ректораті. Відповідно до Положенням про організацію і проведення поточного та семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_potoch_sem_kontr-2018.pdf спірні питання щодо проведення семестрового контролю знань (сесій) розглядає апеляційна комісія, права, обов'язки та персональний склад якої визначає ректор ДНУ. Крім цього, в ДНУ передбачено моніторинг організації, проведення та результатів поточного контролю знань здобувачів вищої освіти. Здобувачі можуть оскаржити процедури та результати проведення контрольних заходів згідно з процедурами передбаченими у Положенні про порядок врегулювання конфліктних ситуацій у ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Konflikt_DNU_2020.pdf. Студентами 1, 2, 3 та 4 курсів та представниками студентського самоврядування не змогли навести приклади виникнення конфліктних ситуацій під час проведення контрольних заходів, але виразили впевненість, що у випадку їх виникнення, вони будуть належним чином розглянуті згідно передбаченої процедури та отримають належну оцінку і за необхідності будуть вжиті необхідні заходи. У випадку, якщо здобувач ВО не набрав достатньої кількості балів, то він має право ліквідувати академічно заборгованість у терміни, що визначає декан факультету, але не більше двох разів. Отримання оцінки «незадовільно» при повторному складанні академічної заборгованості з комісією є підставою для відрахування здобувача ВО.

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

У ДНУ ім. О. Гончара визначено чіткі і зрозумілі політики, стандарти і процедури академічної доброчесності: - Проект Кодексу академічної доброчесності http://www.dnu.dp.ua/docs/obgovorennya/Kodeks_Akadem_dobrochesnosti_DNU.doc. - Положення про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Akadem_dobrochesnist'-2020.pdf. - Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/yakist_osvity/Polozhennya_Yakist_osvity_DNU_2020.pdf. Для забезпечення дотримання принципів академічної доброчесності на факультеті вживається комплекс заходів, зокрема на першому курсі студенти вивчають ОК «Вступ до спеціальності та основи академічної доброчесності», ці питання обговорюються і на інших ОК, академічні роботи студентів та НПП перевіряються на антиплагіат, створено Раду з академічної доброчесності та Бюро з академічної доброчесності. Особливості викладання та ПРН були обговорені з викладачем ОК «Вступ до спеціальності та основи академічної доброчесності» Кобченком А.А. на зустрічі 7, який зазначив на системності підходу до популяризації принципів академічної доброчесності, які студентам відомі ще зі шкільної парти, а в університеті поглиблюються (негативні наслідки хабарництва та незаслужених оцінок, розвиток почуття гідності, недопущення крадіжок ідей. тощо), що дозволяє формувати у здобувачів вищої освіти академічну культуру та не толерантне ставлення до проявів академічного шахрайства. Кобченко А.А. зазначив, що керівники курсів також наголошують на важливості дотримання академічної доброчесності при виконанні завдань передбачених планом СРС. Перевірка кваліфікаційних робіт здійснюється у сервісі UNICHECK (unicheck.com). На запит ЕК було надано: ліцензійний договір №UKR-05 про користування програмним забезпеченням UNICHECK [blob:https://office.naqa.gov.ua/28bb4935-8e63-461c-bb1e-37f4913cd5ef](https://office.naqa.gov.ua/28bb4935-8e63-461c-bb1e-37f4913cd5ef). Для перевірки унікальності робіт на факультеті економіки ДНУ призначено відповідальну особу. Перевірка інших письмових робіт здійснюється їх керівниками самостійно. Питання перевірки кваліфікаційних робіт на антиплагіат були обговорені на зустрічі 9 з Павловим Р.А. (відповідальна особа по факультету економіки). Встановлено, що після перевірки усі роботи зберігаються у базі UNICHECK, що залишає відкритим питання, чи може університет перенести базу робіт на іншу платформу у випадку такої необхідності, оскільки університет власну базу робіт не створює. Положенням передбачено, що при виявленні фактів академічної недоброчесності рішення про вжиття відповідних заходів покладається на ректора, яке базується на рекомендаціях Ради з академічної доброчесності, Бюро з

академічної доброчесності та чинного законодавства. У випадку виявлення фактів академічної недоброчесності у діях здобувача вищої освіти можуть бути вжиті заходи: повернення наукової роботи на доопрацювання, відрахування з університету тощо.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Серед сильних сторін ДНУ з підготовки здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» освітнього рівня бакалавр варто відзначити розроблений комплекс нормативних документів, що забезпечує чітке і зрозуміле проведення поточних та підсумкових контрольних заходів і зменшує вірогідність виникнення конфліктних сценаріїв у навчальному процесі, а у випадку виникнення таких забезпечує їх прозоре вирішення. Розроблені чіткі та зрозумілі принципи і алгоритм дій для забезпечення дотримання та запобігання фактів академічної недоброчесності. Позитивною практикою є наявність у ДНУ за освітньою програмою «Маркетинг» ОК 1.8 Вступ до спеціальності та основи академічної доброчесності. Також до позитивних практик варто віднести організацію навчального процесу та поточного контролю з використанням хмарних технологій (Office 365, MICROSOFT TEAMS), що забезпечує постійний оперативний та ефективний зв'язок студента з викладачами.

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

Слабкі сторони: вибіркового аналізу навчально-методичних комплексів навчальних дисциплін (Екологічний маркетинг, Інтернет-маркетинг) виявив не повну відповідність їх структури Положенню про навчально-методичні комплекси навчальних дисциплін ДНУ. Відсутність деталізації критеріїв підсумкового оцінювання результатів практичної підготовки здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг». Рекомендується провести аналіз НМК навчальних дисциплін та привести їх у відповідність до існуючих в університеті правил та рекомендацій. Доцільно деталізувати критерії підсумкового оцінювання результатів практичної підготовки здобувачів вищої освіти. Результати аналізу кваліфікаційних та інших робіт у системі UNICHECK не оприлюднюються у відкритому доступі. Рекомендовано: оприлюднювати на сайті протоколи та рекомендації засідань Ради з академічної доброчесності та Бюро з академічної доброчесності.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Зазначені сильні сторони та наявність позитивних практиках дозволяють прийти до висновку, що у контексті Критерію 5, контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та системні заходи з популяризації принципів академічна доброчесність та запобігання проявів її порушення на освітній програмі «Маркетинг» за рівнем «бакалавр» мають високий рівень відповідності та узгодженості за підкритеріями 5.1, 5.2. Виявлена невідповідність структури певних НМК ОК Положенню про навчально-методичні комплекси навчальних дисциплін ДНУ, відсутність деталізації критеріїв підсумкового оцінювання результатів практичної підготовки здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» за критерієм 5.3 не заважають проведення поточного, підсумкового контролю та атестації, дозволяють перевірити досягнення програмних результатів освітньої програми, а відсутність практики оприлюднення протоколів засідань Ради з академічної доброчесності та Бюро з академічної доброчесності за критерієм 5.4 не потребують додаткового часу для усунення і носять чисто технічний характер. Зазначені слабкі сторони не є суттєвими, не носять системного характеру і не перешкоджають досягненню програмних результатів навчання та заявлених цілей ОП.

Критерій 6. Людські ресурси:

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

Аналіз відомостей СО дозволяє прийти до висновку, що більшість викладачів кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту та інших кафедр, що задіяні в підготовці студентів ОП «Маркетинг», відповідають ліцензійним умовам, мають достатню академічну та професійну кваліфікацію у відповідності з цілями ОП та ПРН, для чого проводяться наукові дослідження за такими НДР: «Управління маркетингом за умов економічного розвитку

України», «Стратегія розвитку наукових та технологічних парків в Україні: імплементація міжнародного досвіду». Ці НД теми повністю відповідають профілю і цілям ОП та ПРН. До викладання ОК ОП «Маркетинг» залучаються практики. Зокрема ОК 2.7 «Організація ведення переговорів» викладає Лисенко О.О., що працює в ТОВ «МВК «Єкатеринославський». Ведуться перемовини з іншими практиками та випускниками про доєднання до освітнього процесу. Питання професійної кваліфікації викладачів обговорювалися на резервній зустрічі 11. Завідуюча кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Мешко Н.П. надала вичерпні відповіді на уточнюючі питання щодо особливостей проходження стажування викладачами, що задіяні на ОП, а гарант ОП надала уточнення на запит ЕГ по зведеній інформації про НПП ОП, у частині деталізації шифру і назви наукової спеціальності, вченого звання, за якою кафедрою присвоєно, теми дисертації, оскільки у таблиці 2 відомостей про СО ОП не містила детальної інформації. Після розгляду зазначеної інформації, в питання щодо професійної відповідності доц. Дронової Т.С. профілю ОК «Маркетингова товарна політика», в частині наявності публікацій за профілем цієї дисципліни. Програми підвищення кваліфікації професора Зінченко О.А., доцента Сокол П.М., доцента Дронової Т.С. частково охоплюють питання підвищення професійного рівня за профілем дисциплін, що вони викладають, а стосуються аспектів викладацької майстерності. Однак викладачі кафедри постійно вивчають досвід провідних підприємств, відвідують конференції, короткострокові та середньострокові курси (включаючи курси на платформах Prometheus та Coursera) тощо, але існуючі вимоги Порядку підвищення кваліфікації педагогічних і НПП ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Poriadok_PK_NPP_DNU.PDF не завжди дозволяють зарахувати зазначені програми, як підвищення кваліфікації. Для підвищення якості проведення навчання у дистанційній формі на час карантину в університеті для викладачів було організовано навчання з роботи у хмарному сервісі Office 365, програма Microsoft Teams. За результатами проходження програм підвищення кваліфікації викладачі ОП вдосконалюють структуру ОК, впроваджують інноваційні методи навчання. Професор Могилова А.Ю. викладає 4 навчальні дисципліни та курсову роботу в межах освітньої програми, а доцент Сокол П.М. викладає п'ять дисциплін та курсову роботу в межах ОП, що не суперечить чинному законодавству, але потенційно може негативно впливати та реалізацію цілей ОП та досягнення ПРН.

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

Уся інформація по процедурам конкурсного добору викладачів є у вільному доступі та сконцентрована на сторінці відділу кадрів Дніпровським національним університетом імені Олеся Гончара: Положення про обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів третього і четвертого рівнів акредитації (http://www.dnu.dp.ua/docs/kadri/Polozennya_744.doc) Положенням про порядок проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників ДНУ (http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Poriadok_konkurs_vidbir_NPP_2020.pdf) На сторінці відділу кадрів розміщуються усі оголошення про конкурс на заміщення вакантних посад та зразки документів, що подаються на конкурс (http://www.dnu.dp.ua/view/viddil_kadriv). Викладачі, що претендують на вакантну посаду, надають інформацію про відповідність кадровим ліцензійним вимогам, установленим чинним законодавством, мають вільно володіти українською мовою, освіта за дипломом та наукові публікації мають відповідати профілю кафедри. Щороку в університеті проводиться рейтингове оцінювання викладачів (Положення про рейтингове оцінювання професійної діяльності науково-педагогічних працівників Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/poloz_reit_npp.doc). На рейтинг мають вплив й оцінка студентів, відповідно до результатів анонімного опитування «Викладач очима студента». Високий рейтинг є основою для матеріального та морального заохочення, а низький рейтинг може призвести до дострокового розірвання контракту. На зустрічі 8 начальник відділу кадрів Коновал Т.С. Відзначила, що усі процедури конкурсного відбору є прозорими та відбуваються відповідно до чинного законодавства та процедур, що передбачені внутрішніми правилами. До відділу кадрів від НПП зауважень та скарг на процедури відбору на вакантні місця не надходило. При спілкуванні з НПП на зустрічі 3 та 10 скарг на процедури відбору на вакантні посади отримано не було. При цьому, як викладачі ОП Маркетинг, так і група забезпечення, проявили себе, як високомотивовані спеціалісти, що постійно вдосконалюють структуру ОК та свою викладацьку майстерність.

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

Основним форматом залучення роботодавців до організації освітнього процесу є організація виробничої та переддипломної практики та надання роботодавцями рекомендацій з вдосконалення освітніх компонентів ОП «Маркетинг». ТОВ НТП «Контур», ТОВ «ТЕХНООПТТОРГ-ТРЕЙД», ДП «Виробниче об'єднання Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова», ТОВ «Агема Груп», ДП «КБ «Південне» ім. М.К.Янгеля», ПАТ КБ «Приватбанк», ТОВ «ФАВОРИТ ЗНАК», КП «Дніпроводоканал», ТОВ «Локсервісгруп», ТОВ «Гера», ТОВ «ЦКС», ТОВ «Побутхімсервіс», ТОВ «Мікрон агро», ТОВ «Омега», ТОВ «АВК» надають місце для проходження практики, беруть активну участь у розробці програм практики. Виробнича та переддипломна практика здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Положенням про порядок проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти у ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Praktichna_pidgotovka_2018.pdf. Факт участі представників бізнесу у розробці програм виробничої та переддипломної практики був підтверджений Інною Лесів (ТОВ «АВК») на зустрічі 11. Роботодавці та випускники кафедри маркетингу та міжнародної економіки безпосередньо у спілкуванні з викладачами кафедри та через опитування надають рекомендації щодо вдосконалення освітніх компонентів ОП «Маркетинг», що підтверджено на зустрічах 5 та 11. Так представники ДП «Виробниче об'єднання Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова» запропонували включити до освітньої програми ОК «Інформаційні системи і технології в маркетингу» та брали активну участь у розробці програми

цієї дисципліни, що було зазначено на зустрічі 11 Тереховою Марією. Лисенко О.О., ТОВ «МВК» Єкатеринославський», розробила дисципліну «Організація ведення переговорів», що підтверджено на зустрічі 6.

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

Представники бізнесу (Перший національний виноробний холдинг «Логос», бізнес-школи «Каша-скул», ТОВ «Техоопторг-Трейд») передають свій практичний досвід та допомагають кафедрі у досягненні програмних результатів через періодичне проведення лекції та практичних заняття для студентів ОП «Маркетинг», а Лисенко О.О. (ТОВ «МВК» Єкатеринославський») розробила дисципліну «Організація ведення переговорів» і є штатним викладачем кафедри, про що вона зазначила на зустрічі 6. На Зустрічі 5 випускники ОП «Маркетинг» черговий раз підтвердили факт обговорення з представниками кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту можливості участі у навчальному процесі та свою готовність поділитися власним практичним досвідом.

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

Підвищення кваліфікації викладачів у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара регулюється Положенням про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників ДНУ - http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/poloz_pidv_qualif.doc. Навчально-методичний центр післядипломної освіти та підвищення кваліфікації пропонує власні програми підвищення кваліфікації викладачів, зокрема «Сучасні інформаційні технології в освітньому процесі вищої школи». Крім цього, університетом укладені угоди про організацію стажування викладачів на базі вітчизняних та іноземних установ: Дніпровський державний аграрно-економічний університеті кафедра маркетингу (м. Дніпро), Університет митної справи та фінансів кафедра підприємництва та економіки підприємств (м. Дніпро), Європейський освітній проект «Інноваційні методи та технології викладання: новітні в європейській освітній практиці (спеціалізація «Міжнародний маркетинг та менеджмент), Вища лінгвістична школа (м. Ченстохов, Польща). Про організацію підвищення кваліфікації було проговорено з завідуючою кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Мишко Н.П. на зустрічі 11. Мишко Н.П. відзначила, що викладачі кафедри мають можливість проходження програм підвищення кваліфікації і від Навчально-методичного центру післядипломної освіти та підвищення кваліфікації, представивши структуру такої програми «Сучасні інформаційні технології в освітньому процесі вищої школи», і, відповідно до договорів, що укладені з іншими установами. На зустрічі 11 Решетілова Т.Б. відзначила, що за сприяння університету, викладачі, що задіяні на ОП «Маркетинг» мають доступ до курсів на платформах Prometheus та Coursera. Крім цього, викладачі самостійно намагаються відшукувати матеріали та курси, що дозволяють підвищити свій професійний рівень відповідно до ОК, що викладають. Мишко Н.П. зазначила, що такі курси не завжди можуть бути зараховані, як програма підвищення кваліфікації, оскільки не відповідають усім вимогам, що передбачені відповідним Положенням.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

ДНУ регулярно проводить анонімне опитування студентів з питань якості викладання дисциплін. Результати опитування доводяться до відома викладачів і враховуються при вдосконаленні структури та процесу викладання дисципліни. Результати опитування враховуються і у рейтингу викладачів, що далі впливає на їх матеріальне та моральне заохочення. В ДНУ діє Положення Про порядок преміювання, встановлення доплат і надбавок, надання матеріальної допомоги працівникам Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_pro_premiyuvannya.doc. Так на зустрічі 4 та 5 студенти відзначили, що результати опитування студентів враховуються університетом, навівши приклад відсторонення викладача від викладання на ОП за результатами опитування. Навчально-методичний центр післядипломної освіти та підвищення кваліфікації ДНУ розробив власні програми підвищення кваліфікації (зокрема «Сучасні інформаційні технології у освітньому процесі вищої школи») та співпрацює з іншими організаціями на основі укладених угоди про організацію стажування викладачів. Для підвищення якості проведення дистанційного навчання на час карантину викладачі ознайомилися з можливістю Office 365 програма Microsoft Teams, про що було зазначено на зустрічі 9. На кафедрі затверджено графік взаємовідвідування занять викладачами ОП та завідувачем кафедри. Це стимулює розвиток викладацької та професійної майстерності через обмін досвідом проведення лекційних та практичних занять. Деканом факультету економіки Гринько Т.В. на зустрічі 1 та головним бухгалтером Руссу С.О. на зустрічі 9 було підтверджено, що усі задіяні на ОП «Маркетинг», отримують матеріальне та моральне заохочення у відповідності з передбаченою процедурою та рейтингом викладачів. Окремо система мотивації на рівні принципів та процедур обговорювалася з представниками керівництва університету на зустрічі 2.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Роботодавці активно залучаються до організації та вдосконалення освітнього процесу та структури ОП «Маркетинг». ДНУ залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків з економіки та маркетингу. ДНУ стимулює та створює умови для професійного розвитку викладачів, що передбачено як існуючими пропозиціями з підвищення кваліфікації так і процедурами матеріального та морального заохочення.

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

Академічна та професійна кваліфікація окремих викладачів, що задіяні на ОП «Маркетинг», не повною мірою відповідає профілю дисциплін, що закріплені за ними. Рекомендуємо розробити план та мотивувати викладачів пройти підвищення кваліфікації за профілем дисциплін, що викладаються, та приділити більше уваги публікації результатів досліджень у фахових виданнях з тематики дисциплін, що викладаються.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Зазначені сильні сторони та наявність позитивних практик, а також виділені слабкі сторони та недоліки дозволяють прийти до висновку, що у контексті Критерію 6, система управління людськими ресурсами ОП «Маркетинг» за рівнем «бакалавр» мають достатній рівень відповідності та узгодженості за підкритеріями 6.2, 6.3, 6.4, 6.5, 6.6 та достатню узгодженість за підкритерієм 6.1. Зазначені недоліки та слабкі сторони в частині невідповідності кваліфікації певних викладачів ОП профілю дисциплін, що вони викладають, відповідно до критерію 6.1 не є критичними і не перешкоджають досягненню програмних результатів навчання та заявлених цілей ОП.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Оцінювання достатності ресурсного забезпечення ОП «Маркетинг» здійснювалося експертною групою шляхом онлайн огляду (Zoom, відеоматеріали, які надані на запит експертної комісії та які містяться на сайті ДНУ) навчальних корпусів №1 та №5, які реконструйовано, гуртожитку, території та ін. на зустрічі 8 та під час безпосереднього уточнення деталей на зустрічі 9. Загальна площа навчальних приміщень ДНУ становить 48813 м², з них 48813 м² перебувають у власності ДНУ. У бібліотеці надають безкоштовний доступ до міжнародних наукометричних баз даних – Scopus, Web of Science, Google Scholar, Science Direct, Index Copernicus, також там можна ознайомитись безпосередньо із усіма номерами кафедрального журналу European Journal of Management Issues. У бібліотеці є необхідна інформація та матеріали, багато з яких наявні в електронному варіанті. Навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг», яке міститься у відкритому доступі на сайті ДНУ у цифровому репозитарії є достатнім. У цілому, освітній процес у ДНУ належним чином забезпечений спеціальними матеріально-технічними ресурсами (інтерактивна дошка, проектори, лінгафонна аудиторія, комп'ютерні класи), необхідними для якісного викладання дисциплін ОП. На момент карантину навчання проводиться з використанням дистанційних технологій навчання (хмарний сервіс Office 365, програма Microsoft Teams), що було підтверджено на зустрічі 4 зі здобувачами вищої освіти у перший день акредитаційної експертизи. Усі учасники ОП «Маркетинг» матеріально та морально заохочуються, ДНУ сприяє цьому через власні програми та інтеграцію в міжнародні проекти. Для реалізації ОП «Маркетинг» фінансові ресурси формуються з бюджетних і позабюджетних коштів, у т.ч. із залученням коштів спеціального фонду за наявності студентів контрактної форми навчання та закладаються за поданням декану факультету економіки, який отримує у свою чергу подання від гаранта ОП, на початку року, що було зазначено головним бухгалтером Руссу С.О. на зустрічі 9.

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

Користування інфраструктурою ЗВО (аудиторним фондом, комп'ютерними кабінетами, бібліотекою, спеціалізованим спорядженням та ін.) здійснюється на безоплатній основі. У бібліотеці надають безкоштовний

доступ до міжнародних наукометричних баз даних – Scopus, Web of Science, Google Scholar, Science Direct, Index Copernicus. Група експертів побачила наявність та доступність ресурсів для студентів. Вони мають практико-орієнтовний характер та знаходяться для здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» у вільному доступі. За результатами інтерв'ювання було встановлено, що доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання і викладання в межах освітньої програми, також є вільним і безкоштовним.

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

У ЗВО освітній процес є зручним та безпечним. Санітарно-технічний стан приміщень, що оглядалися комісією, переважно відповідає вимогам чинних норм та правил експлуатації. У цілому освітнє середовище є безпечним та дозволяє задовольнити інтереси та прагнення студентів. Зустрічі 4 та 5 із представниками студентського самоврядування та здобувачами вищої освіти даної ОП засвідчили у цілому про задоволеність студентів освітнім середовищем. У широкому доступі у навчальних корпусах облаштовані належним чином місця відпочинку, є доступ до організації позааудиторної роботи у Палаці студентів, можна долучатись до секційних занять спортом у Палаці спорту. Вони звертали увагу також на те, що в ДНУ сформувався сприятливий морально-психологічний клімат та наявність широкого спектру можливостей для позааудиторного розвитку. Навчальний корпус 1 та 5, гуртожиток, де навчаються та мешкають студенти ОП «Маркетинг», обладнано контрольно-пропускною системою, системою протипожежної безпеки, системою зовнішнього блискавковідводу та заземлення. Для надання медичної допомоги є медичний пункт. Для прийому їжі є буфети. На підлогах приміщень нанесені кольорові, розділові маркування із зазначенням напрямку руху та соціального дистанціювання. Є антисептичні засоби. Облаштовано місця та контейнери для збору використаних засобів індивідуального захисту. В університеті функціонує Психологічна служба ДНУ (<http://www.dnu.dp.ua/view/socpsih>). Крім цього, студенти, при виникненні конфліктних ситуацій, можуть звернутися через кілька каналів (схрещована довіра, телефон довіри чи персонально) і їх звернення буде кваліфіковано розглянуто, хоча зазначили щодо виникнення таких ситуацій, що вони не завжди цікавляться правилами та процедурами. На факультеті економіки вибудована система комунікацій через кураторів академічних груп, а кожна академічна група має свій власний канал комунікацій у месенджерах. Уся інформація, що стосується організації навчального процесу, соціальних питань чи міжнародної академічної мобільності доводиться до студентів через зазначений вище канал, що було відзначено на кількох зустрічах зі студентами, представниками деканату та кафедри.

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

Освітня підтримка студентів переважно реалізується через куратора групи та викладачів кафедри. Представники адміністративних та сервісних підрозділів ДНУ уточнили наявні інструменти організаційної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти. Взаємостосунки студентів із ЗВО із організаційних та адміністративних питань переважно реалізуються через представників студентського самоврядування, кураторів академічних груп, працівників кафедр і деканату. Консультативна підтримка реалізується також через спілкування з психологом на безоплатній основі (Психологічна служба ДНУ: <http://www.dnu.dp.ua/view/socpsih>). Здійснюються опитування студентів, результати яких було отримано на запит експертної групи [blob:https://office.naqa.gov.ua/a5e622ce-9cda-4c16-b23f-23b95521a4e9](https://office.naqa.gov.ua/a5e622ce-9cda-4c16-b23f-23b95521a4e9). Здобувачі ВО один раз на рік проходять анонімне опитування з питань якості освіти та викладання навчальних дисциплін; якості освітнього середовища; ефективності діяльності університетських підрозділів. За окремою анкетою проводиться опитування випускників ОП. Зразок анкети оцінювання здобувачами вищої освіти якості освітньої діяльності при вивченні навчальних дисциплін наводиться у Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Yakist'_osvity_DNU_2020.pdf. У цілому ДНУ забезпечує належну освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг».

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

У ЗВО створені належні умови для реалізації права на освіту осіб з особливими потребами. Це, зокрема, організаційно-технічні умови: пандуси, поручні для користування сходами, ліфт та ін. Також, під час огляду матеріально технічної бази, гарант запевнила експертів, що якщо у групі будуть студенти з особливими освітніми потребами, то навчальний процес групи відбуватиметься на першому поверсі, де усе пристосовано для таких здобувачів. У відкритому доступі на офіційному сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення/положення/загальні положення можна ознайомитись із Порядком супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ДНУ за посиланням: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Poriadok_Suprovid_osib_z_invalidnist'u.pdf.

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

Під час зустрічі з експертною групою представники студентського самоврядування та представники здобувачів вищої освіти стверджували, що конфліктних ситуацій немає, але якщо вони виникають, вони вирішуються. Вони також запевнили, що у разі виникнення конфліктних ситуацій очевидно необхідно звернутися до куратора або представників студентського самоврядування, деканату та ректорату. Також у ЗВО є «Скринька довіри» та «Телефон довіри», до яких студенти можуть звернутися. Можна зробити висновок про те, що існує певна процедура вирішення потенційних конфліктних ситуацій (Положення про порядок врегулювання конфліктних ситуацій у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/obgovorennya/Polozhennya_Konflikt_DNU.doc, оприлюдненому на офіційному веб-сайті). Проте, окремі студенти недостатньо поінформовані з нормативними документами, що регламентують заходи та політику вирішення конфліктів у ЗВО.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Потужна матеріально-технічна база у доброму стані, яка постійно оновлюється (зокрема відреконструйовані корпус №5 факультету економіки та головний корпус №1). Сприятливий морально-психологічний клімат та умови для навчання за ОП «Маркетинг». Здобувачі залучаються до поширення актуальної інформації на офіційних сторінках ЗВО та факультету і кафедри у соціальних мережах. Викладачі і здобувачі вищої освіти мають право на безкоштовний доступ до користування матеріальними та інформаційними ресурсами ДНУ. Наявність онлайн-ресурсів з навчальними матеріалами. Можливість здійснення навчання дистанційно.

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

Окремі студенти недостатньо поінформовані з нормативними документами, що регламентують заходи та політику вирішення конфліктів у ЗВО. Рекомендується покращити поінформованість студентів про нормативні документи університету, що регламентують політику та процедури вирішення конфліктних ситуацій.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Зважаючи на наведені сильні сторони та позитивні напрацювання, а також рекомендації щодо удосконалення ОП у контексті Критерію 7, ЕГ вважає, що освітнє середовище та матеріальні ресурси забезпечують досягнення цілей та програмних результатів навчання освітньої програми «Маркетинг» мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 7.1, 7.2, 7.3, 7.4 та 7.5. До того ж, враховуючи майже повну узгодженість за підкритерієм 7.6, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, то відповідність освітнього середовища та матеріальних ресурсів Критерію 7 є достатньою.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Згідно з Порядком розроблення, моніторингу, періодичного перегляду та закриття освітніх програм» http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Poriadok_Rozrobku%20OP.pdf моніторинг та періодичний перегляд ОП «Маркетинг» відбувається за участі зацікавлених сторін (здобувачі вищої освіти, випускники, роботодавці, науково-педагогічні працівники) і базується на зборі та аналізі інформації шляхом проведення персональних зустрічей та анкетування. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Yakist'_osvity_DNU_2020.pdf передбачає створення Бюро із забезпечення якості вищої освіти структурного підрозділу та Ради з забезпечення якості вищої освіти та освітньої

діяльності університету. Експертна група пересвідчилась у активній участі стейкхолдерів у формуванні структури ОП «Маркетинг» та її ОК на зустрічах зі студентами, випускниками, викладачами ОП та групою забезпечення ОП. Зокрема групою розробників ОП було запропоновано ввести ОК «Міждисциплінарна курсова робота «Удосконалення маркетингової діяльності підприємства». У електронних інформаційних засобах наводиться інформація про зустрічі представників ректорату ДНУ з представниками державних установ (мер м. Дніпро: <https://www.facebook.com/filatovborys/posts/1664174897100559>, Дніпропетровська обласна державна адміністрація: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1238295153235092&id=100011638564206).

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

Здобувачі ВО один раз на рік проходять анонімне опитування з питань якості освіти та викладання навчальних дисциплін; якості освітнього середовища; ефективності діяльності університетських підрозділів. За окремою анкетою проводиться опитування випускників ОП. Зразок анкети оцінювання здобувачами вищої освіти якості освітньої діяльності при вивченні навчальних дисциплін наводиться у Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Yakist'_osvity_DNU_2020.pdf. Також здобувачі ВО та випускники можуть донести свою позицію безпосередньо викладачам кафедри. Відповідно до Положення про студентське самоврядування у ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/students/Polozhennya_pro_OSS_v_DNU_imeni_Olesya_Gonchara.doc органи студентського самоврядування ЗВО беруть участь в обговоренні та вирішенні питань удосконалення освітнього процесу. Крім цього, представники студентського самоврядування задіяні у роботі науково-методичних і вчених рад факультету й університету що дозволяє їм брати участь в обговоренні та вирішенні питань внесення змін до освітнього процесу та структури освітньої програми. На запит ЕГ гарантом ОП було надано первинні дані по проведенню опитування здобувачів ВО ОП «Маркетинг» та результати аналізу отриманих даних. На основі отриманої інформації здійснюється вдосконалення ОК ОП «Маркетинг». Результати анкетування розглядаються на засіданні Бюро з забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності факультету економіки http://www.dnu.dp.ua/view/biuro_jakosti_fe та Ради із забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності ДНУ. До складу Бюро з забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності факультету економіки входять представники студентського самоврядування. Результати анкетування обговорювалися на засіданні кафедри і за необхідності беруться до уваги при перегляді ОП та робочих програм ОК. Під час зустрічі 5 з представниками студентського самоврядування були наведені підтверджуючі факти того, що університет реагує на зауваження студентів, що отримані шляхом анкетування. У відомостях СО наводиться перелік змін, що базувався на результатах обговорення сильних та слабких сторін ОП «Маркетинг» зі студентами: вилучення з обов'язкових ОК «Організація виставкової діяльності», включення до переліку обов'язкових ОК «Інформаційні системи і технології в маркетингу». Крім цього, на зустрічі 4 студенти підтвердили, що мають можливість персонального чи анонімного звернення (Скринька довіри, Телефон довіри) до керівництва ДНУ і виразили впевненість у тому, що їхнє звернення буде розглянуто згідно з затвердженою в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара процедурою згідно з положенням про порядок врегулювання конфліктних ситуацій у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/obgovorennya/Polozhennya_Konflikt_DNU.doc.

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

Взаємодія з роботодавцями відбувається на кількох рівнях: передача власного досвіду у процесі неформального спілкування з науково-педагогічним персоналом кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту; участь у опитуваннях щодо перегляду освітньої програми; участь у розробці та викладанні освітніх компонентів ОП «Маркетинг»; участь організації та розробці програми виробничої та переддипломної практики. Так Лисенко О.О. (ТОВ «МВК» «Екатеринославський») розробила дисципліну «Організація ведення переговорів» і є штатним викладачем кафедри, що було відзначено на зустрічі 6. На зустрічі 11 Марія Терехова, ДП «Виробниче об'єднання Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова», зазначила, що постійно комунікує з університетом та бере участь у анкетуванні, що стосувалося пошуку компетенцій випускників, яких не вистачає роботодавцям. За участі представників ДП «Виробниче об'єднання Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова» була розроблена програма дисципліни «Інформаційні системи та технології в маркетингу». Також на зустрічі 11 Інна Лесів, кондитерська фабрика «АВК», зазначила, що роботодавці не тільки приймають студентів для проходження виробничої та переддипломної практики, але й беруть активну участь у формуванні її програми. Про практику збору рекомендацій від роботодавців після проходження студентами виробничої та переддипломної практики було зазначено і в відомості самооцінювання. Також у відомості самооцінювання згадується про практику обговорення з роботодавцями (директором з маркетингу ТОВ «Стиль Д» Середню Н.А., директором ТОВ НТП «КОНТУР» Яковенко С.М., провідним маркетологом ТОВ «Техноопттогр-Трейд» Лесніковим О.О.) сучасних тенденцій та вимог ринку, що дозволяє включити сучасні маркетингові інструменти в освітні компоненти ОП «Маркетинг».

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

В Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара та на кафедрі існує практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми. Зокрема проводиться анонімне опитування випускників. Крім цього, випускники через власні канали підтримують зв'язки, діляться своїм практичним досвідом та кар'єрними здобутками з викладачами кафедри, кураторами груп, гарантом програми та завідуючою кафедрою. На засіданні Бюро з забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності факультету економіки http://www.dnu.dp.ua/view/biuro_jakosti_fe та Ради із забезпечення якості освіти та освітньої діяльності ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/news/Protokol_RZYaVO_DNU_19_02_20.pdf обговорюються результати опитування випускників. Результати опитування враховані в структурі ОП «Маркетинг». На сайті університету наводиться зразок анкети опитування випускників http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/yakist_osvity/Anketa_Vypusnyk_DNU.pdf.

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

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Yakist'_osvity_DNU_2020.pdf система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності передбачає чотири організаційні рівні (здобувачі вищої освіти, рівень кафедри та група забезпечення ОП «Маркетинг», рівень факультету та рівень університету). Недоліки освітньої програми можуть бути виявлені на кожному з чотирьох рівнів системи якості, а відповідно вірогідність вчасного реагування або дій на випередження зростають. Серед виявлених недоліків, що були зазначені у відомості самооцінювання та обговорювалися на кількох фокус-групах варто відзначити звужений перелік вибіркової компоненти ОП «Маркетинг». Тому у період 2019-2020 рр. в університеті були сформовані університетський та факультетський каталоги вибіркового дисциплін та розроблено Положення про порядок обрання здобувачами вищої освіти за вибором, [http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_vybirkovi_dyscypliny_2020\(1\).pdf](http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_vybirkovi_dyscypliny_2020(1).pdf). Система забезпечення якості дозволяє вчасно виявляти ринкові тенденції та потреби / вимоги роботодавців та передбачає адекватну реакцію на виявлені недоліки у структурі освітніх компонентів ОП «Маркетинг». Підтвердженням постійної роботи над удосконаленням освітньої програми «Маркетинг» може стати постійне вдосконалення структури ОП «Маркетинг» - 4 редакції навчального плану за ОП наводяться у відомості самооцінювання. Про якісні зміни в структурі освітньої програми відмічають випускники ОП минулих років на зустрічі 5.

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

За результатами проходження університетом процедури акредитації за іншими освітніми програмами були впроваджені: - Порядок розроблення, моніторингу, періодичного перегляду та закриття освітніх програм; - Положення про порядок визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, отриманих у неформальній освіті, - Положення про порядок врегулювання конфліктних ситуацій у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара; - Створені рада із забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності, бюро із забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності факультету економіки. Перебуває на етапі обговорення можливість та процедури впровадження дуальної форми навчання, на відсутність якої було вказано при попередній акредитації, що було підтверджено гарантом ОП «Маркетинг» Сокол П.М. на зустрічі 1. Певні рекомендації, що були надані під час останніх акредитацій (кінець 2020 року – початок 2021 року) потребують більшого періоду для їх врахування або ж перебувають у стані впровадження.

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

Культура забезпечення якості освітнього процесу реалізована на кількох рівнях: університет (ректорат, вчена рада, та Ради із забезпечення якості освіти та освітньої діяльності ДНУ), факультету (деканат, вчена рада, бюро із забезпечення якості вищої освіти факультету, кафедри / освітньої програми (завідувач кафедри, гарант ОП, група забезпечення) та окремих стейкхолдерів (студенти, роботодавці, викладачі, випускники), що підтверджено на зустрічах 4, 11. На системність культури якості освіти вказує й наявність рекомендацій від усіх груп стейкхолдерів, а також кейси врахування наданих пропозицій в структурі ОП «Маркетинг». Не менший вплив на формування культури якості має високий рівень кваліфікації загальноуніверситетських підрозділів: відділ кадрів, бухгалтерія, навчальний відділ, навчально-методичний відділ. Університет ефективно реагує на виклики та запити ринку: - після початку карантину навчальний процес організований у хмарній системі Microsoft 365, розроблені необхідні інструкції та положення. Організовано навчання викладачів та співробітників, про що було зазначено студентами ОП на зустрічах 4, 5 та представниками факультету на зустрічах 9 (Іванов Р.В.) та 11 (Мешко Н.П.); - розроблено

Положення про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у ДНУ http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Akadem_dobrochesnist'-2020.pdf та вживаються необхідні заходи для популяризації принципів академічної доброчесності. Ці питання були обговорені на зустрічі 7 з Кобченко А.А. та зустрічі 9 з Павловим Р.А., що дозволило зробити висновок про системність підходу до популяризації принципів академічної доброчесності та протидії їх порушенню.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

Заходи забезпечення якості освітнього процесу реалізовано на кількох рівнях: університет, факультет, кафедра, стейкхолдери. Вибудовано систему збору інформації, на основі якої приймаються відповідні рішення.

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

Недостатньо відпрацьована процедура оприлюднення результатів опитування та інформації по вживаних заходах. Рекомендується активізувати зусилля з оприлюднення факультетом напрямків та результатів підвищення якості освітнього процесу, можливостей залучення та результатів взаємодії зі стейкхолдерами. Ефективність взаємодії зі стейкхолдерами може бути підвищена шляхом створення, наприклад, ради роботодавців та випускників, а результати такої взаємодії можуть висвітлюватися у відповідній вкладці на офіційному сайті ДНУ, що забезпечить ефективний обмін досвідом та виведе цю взаємодію на новий рівень.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Зазначені сильні сторони та наявність позитивних практиках у контексті Критерію 8, внутрішнє забезпечення якості освітньої програми «Маркетинг» за рівнем «бакалавр», мають достатній рівень відповідності та узгодженості за підкритеріями 8.1, 8.2, 8.4, 8.5, 8.6, 8.7 та достатню узгодженість за підкритерієм 8.3. Зазначені недоліки та слабкі сторони за підкритерієм 8.3 у частині недостатності прикладених зусиль з популяризації результатів врахування пропозицій та рекомендацій роботодавців та інших стейкхолдерів не перешкоджає досягненню програмних результатів навчання та заявлених цілей ОП, а радше дозволить підвищити ефективність вже існуючої в університеті системи якості.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Визначені чіткі та зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, вони є доступними та в цілому їх дотримуються під час реалізації освітньої програми. Тобто, всі учасники освітнього процесу мають необмежений доступ до інформації у положеннях та інструкціях, які структуровано містяться у відкритому доступі на офіційному сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення за посиланням: <http://www.dnu.dp.ua/view/history>, де усі положення та процедури чітко структуровані: Загальні положення http://www.dnu.dp.ua/view/zagalni_polozhennya; Положення про наглядову раду http://www.dnu.dp.ua/view/polozhennya_pro_naglyadovu_radu; Освітня діяльність http://www.dnu.dp.ua/view/polozhennya_osvitnya_dijalnist; Наукова діяльність http://www.dnu.dp.ua/view/polozhennya_naukova_dijalnist; Структурні підрозділи http://www.dnu.dp.ua/view/polozhennya_structurni_pidrozdili. За результатами зустрічей під час проведення акредитаційної експертизи було встановлено, що всі учасники освітнього процесу мають необмежений доступ до інформації про правила і процедури та ознайомлені з документами, що регулюють права і обов'язки всіх учасників освітнього процесу, а також дотримуються в цілому цих правил під час реалізації освітньої програми «Маркетинг».

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

У відкритому доступі на офіційному сайті ДНУ у вкладці історія і сьогодення є вкладка пропонується до обговорення: <http://www.dnu.dp.ua/view/obgovorennya>, де розглядаються проекти освітніх програм: http://www.dnu.dp.ua/view/program_osvitnih_program, а також діючі ОП: http://www.dnu.dp.ua/view/osvitni_programy. Тобто наявна можливість поставити питання щодо будь-якої ОП за умови авторизації через корпоративну пошту.

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

На сайті ЗВО опублікована затверджена вченою радою ОП «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг» як у редакції 2017 року, що введена в дію з 01.09.2017 року на 2017/2018 навчальний рік, так і у редакції 2017-2019 років, що введена в дію з 01.09.2018 року на 2018/2019 навчальний рік та на 2019/2020 навчальний рік, і у редакції 2020 року, що введена в дію з 10.09.2020 року на 2020/2021 навчальний рік, яка міститься у заархівованому вигляді за посиланнями: http://www.dnu.dp.ua/view/osvitni_programy і http://dnu.dp.ua/view/kafedra_market_miznarmenedz. У документі відображено загальну інформацію про програму, програмні компетентності, перелік компонент, форми підсумкового контролю за компонентами, структурно-логічну схему освітньої програми тощо. Обсяг та зміст інформації щодо ОП, оприлюдненої на сайті, достатні для ознайомлення усіх стейкхолдерів: роботодавців для внесення змін (якщо вони необхідні) та абітурієнтів, що бажають бути більш обізнаними стосовно свого вибору.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Визначені чіткі та зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу за ОП «Маркетинг». Правила і процедури знаходять своє відображення у достатньо значній кількості положень, порядків та інструкцій, що є у відкритому доступі на офіційному сайті ДНУ і яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми «Маркетинг». У відкритому доступі є усі проекти, що пропонуються до обговорення, тобто будь-хто може долучитись до обговорення проектів тих чи інших документів і, зокрема, освітньої програми.

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

Необхідно навести чітко визначену процедуру затвердження освітньої програми або змін до неї, а саме: коли розпочинається процедура обговорення, а коли закінчується, хто відповідальний за збір і опрацювання зауважень та пропозицій, і, наприклад таблицю для зауважень та пропозицій усіх заінтересованих осіб, де буде зазначено, що було рекомендовано, а що було прийнято за результатами обговорення проекту, що також необхідно оприлюднювати на сайті ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

ОП «Маркетинг» має суттєвий рівень узгодженості з якісними характеристиками за підкритеріями 9.1 та 9.3 та, враховуючи достатню узгодженість за підкритерієм 9.2, і, зважаючи на голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, відповідність прозорості та публічності ОП «Маркетинг» Критерію 9 забезпечена на достатньому рівні.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

Експертна група, безпосередньо спілкуючись з адміністрацією, НПП, здобувачами, роботодавцями, приймала рішення щодо оцінки, враховуючи доброзичливу та високопрофесійну атмосферу і рішучий підхід щодо удосконалення діяльності ЗВО.

V. Підсумки

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

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

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми	B
Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми	B
Критерій 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання	B
Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою	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 акредитаційної експертизи рішенням експертної групи є **акредитація**.

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Участь студентів Маркетинг у конкурсах.pdf</i>	pFcKs3JA1C2aGCcu76NaNaasnsNF8Ud8t5yoXS6/P Lw=
Додаток	<i>Моголова_в2.pdf</i>	rk1jWkionopDtiCnSOBXXFFGLGEog7/L4bxdghaOv3 Ow=
Додаток	<i>Зінченко_в2.pdf</i>	fSylLXyeZwBcDewaQJh6dyZ2Pm/YmGeXSOb58NOk LPQ=

Додаток	<i>Грин_ко_Т.В._В2.pdf</i>	n+q2+HDco8fitDAIOl/byqzV5O8WWnvVIzaNQZSK Lvo=
Додаток	<i>ГВІНІАШВІЛІ_В2.pdf</i>	er8v2Yg5/+4Fq8ZFhBQ35LigxPiuxEjXsLjFdCFtXeM =

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Нянько Віталій Миколайович

Члени експертної групи

Дима Олександр Олексійович

Жалдаченко Марія Миколаївна