

ЗВІТ
про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Відомості про освітню програму, що акредитується

Реєстраційний номер акредитаційної справи	A-19-0078
Назва ЗВО (ВСП ЗВО)	Київський національний лінгвістичний університет
ID ОП у ЄДЕБО	315
Назва ОП, рівень вищої освіти, галузь знань і спеціальність	Маркетинговий менеджмент, другий (магістерський), 07 “Управління і адміністрування”, 075 “Маркетинг”
Посилання на відомості про самооцінювання ОП	https://onedrive.live.com/?authkey=%21AFMZHmyltijRnVM&cid=68696B3E65309B90&id=68696B3E65309B90%2123003&parId=68696B3E65309B90%2118272&o=OneUp

Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Керівник експертної групи	Лопушняк Галина Степанівна
Члени експертної групи	Весперіс Світлана Зієдонисівна, Бочкарьова Тетяна Олександрівна
Залучений представник роботодавців	не залучався.
Спостерігачі	не залучалися.
Дати виїзду до ЗВО	25.11.2019 - 27.11.2019
Посилання на програму виїзду експертної групи до ЗВО	https://drive.google.com/open?id=1EfdcaKyCax1-C0oOw7ciyXQEiERBOPK8
Дата надходження звіту до Національного агентства	05.12.2019
Відомості щодо наявності зауважень ЗВО до звіту, посилання на них (за наявності)	

1. Призначення звіту

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

Акредитація ОП є процедурою зовнішнього забезпечення якості, основною метою якої є отримання достовірної інформації про якість освіти за певною ОП, а також надання порад із її удосконалення. Процедура акредитації передбачає самооцінювання ОП, її оцінювання експертною групою, включаючи відвідування ЗВО, та прийняття рішення щодо акредитації Національним агентством.

Процедура акредитації проводиться відповідно до Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2019 р. № 977, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 8 серпня 2019 р. за № 880/3385. Для обґрунтування аналізу та розуміння змісту критеріїв експерти також ураховують затверджені Національним агентством інструктивні документи.

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

2. 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:

☐ наявні

☐ виявлення у поданих для акредитації документах недостовірних відомостей;

☐ відмова ЗВО в допуску експертної групи до закладу вищої освіти під час виїзду на місце проведення експертизи, створення закладом вищої освіти перешкод для роботи експертної групи, інші протиправні або недобросовісні дії ЗВО, які унеможливили проведення акредитаційної експертизи;

☐ встановлення на підставі поданих документів та/або під час виїзду до закладу вищої освіти достатніх підстав вважати, що освітній процес за освітньою програмою не здійснюється.

+ відсутні

Обґрунтування (не більше 3000 символів)

У поданих для акредитації документах недостовірних відомостей не виявлено. Експертна група була допущена до місця проведення експертизи, надано приміщення для роботи (ауд.309. 3 корпус). Робота експертної групи здійснювалася відповідно до затвердженої програми з деякими її уточненнями, попередньо узгодженими із гарантом освітньої програми. Протиправних чи недобросовісних дій з боку керівництва чи інших представників Київського національного лінгвістичного університету, які б унеможливили проведення акредитаційної експертизи, не було.

3. Резюме

У цьому розділі експерти викладають свої загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям акредитації, підсумок сильних сторін та позитивних практик, а також слабких сторін програми і рекомендацій з їх удосконалення. Резюме має у конденсованому вигляді відображати зміст звіту; читач повинен бути спроможним зрозуміти загальні висновки експертної групи, прочитавши цей розділ.

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям:

ОП “Маркетинговий менеджмент” є актуальною у контексті врахування сучасних викликів розвитку спеціальності, вимог ринку праці та інтересів стейкхолдерів. Вона узгоджується із основними компонентами місії КНЛУ та із загальною Стратегією його розвитку. Для реалізації зазначеної ОП є необхідне матеріально-технічне та кадрове забезпечення. Важливим аспектом є високий рівень задоволеності здобувачів вищої освіти, що було з’ясовано у результаті запланованих зустрічей.

Результати акредитаційної експертизи засвідчили, що в цілому ОП “Маркетинговий менеджмент” відповідає Критеріям акредитації 1, 3-9 і має несуттєві недоліки за ними. Часткова невідповідність спостерігається за критерієм 2, проте у ЗВО є можливості достатньо швидко усунути зазначені у звіті недоліки. На думку експертної групи підстав для відмови у акредитації немає. ОП має перспективи для подальшої реалізації, розвитку та удосконалення.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик:

Ціль ОП відповідає меті, визначеній Статутом КНЛУ, освітньому, інноваційному та підприємницькому компоненту місії університету, яка заявлена у Стратегії розвитку КНЛУ, і окремим завданням Стратегії інтернаціоналізації КНЛУ.

Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням позицій та потреб стейкхолдерів, а також тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту.

За загальним обсягом кредитів ОП “Маркетинговий менеджмент” відповідає стандарту за спеціальністю “Маркетинг” для другого (магістерського) освітнього рівня, а також вимогам ЗУ “Про вищу освіту”. Форма атестації здобувачів вищої освіти у цілому також відповідає вимогам стандарту.

Наявність у ОП компонент, які були рекомендовані роботодавцями.

Можливість набуття соціальних навичок, що відповідають цілі ОП.

Наявність чітких і зрозумілих правил для вступу на навчання, які враховують особливості ОП. Наявність публічного доступу до документів ЗВО, що регулюють доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання, отриманих у інших ЗВО.

Використання сайтів ЗВО і випускової кафедри, які допомагають ефективно координувати освітні бізнес-процеси. Наявність силабусів та робочих програм як форми інформування здобувачів вищої освіти про зміст та правила навчання і викладання. Посилання на конкретні приклади щодо оновлення змісту навчальних дисциплін, опираючись на сучасні практики. Присутність науково-дослідної складової у викладанні та навчанні за ОП. Проведення

досліджень актуальних питань бізнес-середовища і оприлюднення їх результатів здобувачами ВО і академічним персоналом.

Доступність робочих програм (силабусів) навчальних дисциплін із чіткими та зрозумілими критеріями оцінювання. Існування у відкритому доступі організаційно-методичних документів щодо роз'яснення критеріїв оцінювання. Інформування здобувачів ВО про академічну доброчесність і необхідність перевірки курсових та кваліфікаційних робіт на унікальність.

Усі викладачі ОП мають відповідність за академічною кваліфікацією. Процедури добору викладачів є прозорими та публічними. Готовність роботодавців долучатися до участі у навчальному процесі за ОП на взаємовигідних з КНЛУ умовах. Наявність практики матеріального і морального стимулювання працівників.

Наявність необхідної інфраструктури та інформаційних ресурсів для забезпечення навчального процесу здобувачів вищої освіти. Забезпеченість комп'ютерних класів необхідною кількістю відповідної техніки. Наявність аудиторій з сучасною мультимедійною технікою. Гарний ремонт і сучасні меблі у деяких аудиторіях для проведення лекційних і практичних занять, а також кабінетах корпусу №1. Практика постійного оновлення аудиторій. Перспектива впровадження платформи Moodle для навчання на кафедрі менеджменту та маркетингу. Відкритий доступ до навчально-методичного забезпечення для викладачів і здобувачів вищої освіти. Практика матеріального та морального заохочення працівників КНЛУ. Активна діяльність психологічної служби на базі ЗВО. Комфортна для перебування температура у оновленому корпусі №1. Ефективний механізм для забезпечення освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної і соціальної підтримки здобувачів вищої освіти. Практика вирішення конфліктних ситуацій. Наявність механізму соціальної підтримки, пільг і форми морального заохочення для здобувачів дітей-сиріт, дітей учасників АТО, переміщених осіб, осіб з особливими потребами та ін. Практика здійснення опитування здобувачів вищої освіти щодо їх уподобань, інтересів і потреб у контексті навчання на регулярній основі.

Регламентування процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми відповідним положенням. Активна діяльність студентської ради з метою забезпечення позанавчальної діяльності здобувачів вищої освіти та відстоювання їх інтересів. Практика анкетування здобувачів вищої освіти з метою врахування їх позиції під час перегляду освітньої програми. Активне залучення роботодавців під час створення та удосконалення ОП “Маркетинговий менеджмент”, врахування їх пропозицій, а також їх запрошення для проведення лекцій, тренінгів, майстер-класів. Практика опитування випускників суміжних ОП і бакалаврату щодо шляхів поліпшення якості освіти та врахування їх пропозицій. Прагнення ЗВО покращити якість ОП та її матеріально-технічне забезпечення, як результат врахування недоліків, виявлених під час акредитації суміжної ОП. Поширення інформації про принципи академічної доброчесності та забезпечення їх дотримання. Розуміння учасниками фокус-груп своєї ролі у забезпеченні якості вищої освіти.

Розміщення на офіційному сайті ЗВО та загальнодоступність нормативно-правового забезпечення освітнього процесу. Окрема сторінка на сайті для розміщення проєктів для обговорення. Розміщення інформації про ОП на сайті у відкритому доступі.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Ціль ОП “Маркетинговий менеджмент” є дещо узагальненою по спеціальності “Маркетинг” і не відображає унікальності зазначеної програми. *Рекомендація:* уточнити ціль.

В ОП відсутня спеціальна (фахова) компетентність “Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу”, що передбачена вказаним стандартом, а також такий результат навчання як “Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта”. *Рекомендація:* Привести ОП у відповідність до Стандарту за спеціальністю “Маркетинг” для другого (магістерського) освітнього рівня, додавши відсутню компетентність та ПРН.

Структура освітньої програми не включає усіх елементів, передбачених Положенням про порядок розроблення, моніторингу та оновлення освітніх програм у КНЛУ. Відсутні матриці відповідності компонентів ОП компетентностям та ПРН. *Рекомендація:* привести у відповідність до згаданого положення структуру ОП. Також доцільно додати такий структурний елемент ОП як “Придатність до працевлаштування”, де зазначити, які саме посади зможе обіймати випускник, що зробить її більш зрозумілою для всіх стейкхолдерів, особливо для здобувачів освіти, абітурієнтів та роботодавців.

Структурно-логічна схема не достатньо чітко показує і обґрунтовує взаємозв’язок та порядок вивчення деяких освітніх компонент програми. *Рекомендація:* зробити зазначену схему більш деталізованою, врахувавши зауваження експертної групи.

Відсутність документу, що регламентує чітку процедуру вибору здобувачами освіти вибіркового дисциплін. *Рекомендація:* Ухвалити документ (внести зміни до існуючих), який регламентував би процедуру вибору студентами вибіркового дисциплін або зробити доступним для здобувачів освіти вказаний у відомостях про самооцінку наказ “Про вивчення вибіркового дисциплін”. Також варто запровадити практику вибору з широкого переліку дисциплін інших ОП, що реалізуються у КНЛУ, що розширить можливості здобувачів освіти щодо формування власної освітньої траєкторії.

Розміщення в навчальному плані вибіркового дисциплін у парі, що значно звужує можливість їх вибору через різний обсяг годин. *Рекомендація:* Привести у відповідність до ОП навчальний план в частині вибіркового дисциплін, усунувши парність вибіркового дисциплін та врахувавши попередню рекомендацію.

Відсутність практичного досвіду роботи у більшості викладачів ОП. *Рекомендація:* при конкурсному відборі працівників брати до уваги не лише академічну, а й професійну кваліфікацію. Відсутність чіткого механізму стимулювання ефективності роботи працівників. *Рекомендація:* доречно створити чітку та об’єктивну рейтингову систему оцінювання ефективності діяльності науково-педагогічних працівників для використання її в системі матеріального стимулювання персоналу. Неактивність деяких посилань пов’язана із проблемами технічного характеру. Для відкриття деяких посилань необхідна авторизація у OneDrive/Microsoft.

Недостатня зацікавленість здобувачів вищої освіти ОП Маркетинговий менеджмент щодо участі у програмах академічної мобільності. *Рекомендація:* Доцільно покращити передумови для участі здобувачів ВО у програмах міжнародної академічної мобільності.

Інші рекомендації: Результати обговорення програмних результатів ОП із стейкхолдерами фіксувати документально. Розглянути можливість реалізації ОП не лише українською, а й і англійською мовами а також можливість запровадження дуальної форми освіти.

Оновити зміст робочих програм (силабусів), привівши їх у відповідність до ОП, зокрема в частині забезпечення компетентностей та програмних результатів.

Розглянути можливість запровадження дуальної форми освіти.

Розширити можливість набуття здобувачами освіти соціальних навичок через відвідування додаткових курсів чи факультативів.

Продовжувати роботу над створенням інформаційного порталу для маркетологів. Прискорити впровадження платформи Moodle для ОП “Маркетинговий менеджмент”.

Відсутність wi-fi покриття. Брак наповнення секції кафедри менеджменту і маркетингу у репозитарії КНЛУ літературою, науковими працями і т.д. Брак нового персоналу у зв'язку із пропозицією низької заробітної плати. Перевищення передбаченої санітарними нормами мешканців у деяких кімнатах гуртожитку №4. Наявність стереотипів серед учасників фокус-груп щодо діяльності психологічної служби. Облущеність фарби на стінах і стелях деяких аудиторій, а також кухні їдальні, подекуди застарілі штори, меблі. Брак інструменту для обговорення питань зі здобувачами вищої освіти на рівні факультету. Неукомплектованість коворкінг центру в аудиторії 338 меблями і технікою (комп'ютери/ноутбуки). Паперовий документообіг і ускладнення бюрократичних процесів у зв'язку з цим. Припинення функціонування юридичної клініки.

Рекомендації: оновлення комп'ютерної техніки задля полегшення роботи викладачів, також забезпечення wi-fi покриття на кафедрі маркетингу та менеджменту; наповнення секції маркетингу та менеджменту у репозитарії матеріалом відповідної тематики, у т.ч. англійською мовою; продовжити практику стимулювання працівників ЗВО, визначивши чіткі критерії для нього; забезпечення проживання у кімнатах гуртожитку оптимальної кількості мешканців з позиції санітарних норм; проведення просвітницької роботи з метою розвіювання стереотипів про роботу психологів і користування їх послугами; косметичний ремонт в аудиторіях, які його потребують і кухні їдальні, заміна штор, де необхідно на охайніші/нові, або жалюзі, а також оновлення застарілих меблів; підтримання оптимальної для здоров'я людини температури (як мінімум на рівні температури у корпусі №1) у навчальному корпусі №3, зважаючи на необхідність тривалого перебування в приміщенні; створення форуму на сайті з метою обговорення питань здобувачів вищої освіти на рівні факультету; сприяння комплектації майбутнього коворкінг центру на базі аудиторії 338; запровадження електронного документообігу; сприяння відновленню функціонуванню юридичної клініки; проведення опитувань здобувачів вищої освіти у контексті умов проживання у гуртожитках і умов навчання.

Недостатня підтримка студентського самоврядування з боку керівництва у питаннях матеріально-технічного забезпечення його ініціатив. Рекомендації: сприяння втіленню у життя ініціатив студентської ради, зокрема, комплектації коворкінг центру та діяльності юридичної клініки; реалізація ідеї запровадження дуальної форми освіти з підтримкою роботодавців; врахування актуальних для ОП пропозицій з боку роботодавців;

Додаткові рекомендації: з метою підвищення якості ВО створити окремий підрозділ забезпечення якості ВО;

створення форуму на сайті КНЛУ чи сайті кафедри менеджмента та маркетингу для забезпечення можливості відкритого обговорення ОП з усіма стейкхолдерами.

4. 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

Факти, докази та їх аналіз:

Основною ціллю ОП “Маркетинговий менеджмент” є підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетенціями, необхідними для вирішення проблем та розв’язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Ціль ОП відповідає освітньому, інноваційному та підприємницькому компоненту місії КНЛУ, яка заявлена у [Стратегії розвитку КНЛУ](#) на 2019 - 2024 роки (стор.2, абз. 3), а також меті, визначеній [Статутом університету](#) (розділ 4 п.4.1), [Концепції стратегічного розвитку КНЛУ](#) на 2012 - 2021 роки (стор.2, ост. абз.) та окремим завданням Стратегії інтернаціоналізації КНЛУ (стор.2, абз.3). Проте ціль ОП “Маркетинговий менеджмент” є дещо узагальненою по спеціальності “Маркетинг” і не відображає унікальності зазначеної програми. Досить показовим є те, що ректор університету, під час запланованої програмою виїзної експертизи зустрічі, чітко сформулював відповідність цілі ОП “Маркетинговий менеджмент” стратегії розвитку університету, на відміну від гаранта даної програми, яка, на жаль не змогла, взагалі дати відповідь на це питання.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Так, визначаються з урахуванням позицій та потреб стейкхолдерів. Це було підтверджено під час проведення зустрічей з представниками роботодавців: директором з маркетингу компанії «Деново» Дмитром Бахмацьким (зустріч була особиста), співзасновницею і CEO компанії «Агенція ІРІО» Ольгою Івановою (зустріч була особистою), генеральним директором видавничої групи «КМ Publishing» Александровим В. В. (спілкувалися по Вайберу), науково-педагогічними працівниками та студентами. За свідченнями усіх стейкхолдерів обговорення програмних результатів ОП проводилося у форматі круглого столу, дискусій на кафедрі, під час особистих зустрічей викладачів і роботодавців, в результаті яких окремі програмні результати (зазначені у відомостях про самооцінювання), що затверджені стандартом були доповнені. Також до програмних результатів навчання було додано ще сім додаткових, запропонованих науково-педагогічними працівникам та студентами. Проте варто було б зазначені обговорення фіксувати документально (це можуть бути певні рекомендації в результаті обговорення). Це дало б змогу ще раз проаналізувати всі пропозиції щодо удосконалення програмних результатів навчання з урахуванням сучасних викликів.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Компаративний аналіз аналогічних освітніх програм ДВНЗ “КНЕУ ім. В. Гетьмана”, Львівської бізнес-школи Українського католицького університету, University of St. Gallen (HSG), School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs (Швейцарія) дозволив підтвердити дані, подані у звіті про самооцінювання щодо врахування проектною групою КНЛУ досвіду вітчизняних та зарубіжних освітніх програм під час формування ОП “Маркетинговий менеджмент”. Зокрема, це підтверджується наявністю таких освітніх компонентів, як Маркетинговий менеджмент, Рекламний менеджмент, Стратегічний маркетинг тощо. Водночас, вказана у відомостях про самооцінювання конкурентна перевага ОП Маркетинговий менеджмент КНЛУ “надання широкого набору навичок бізнес-спілкування на основі фундаментального вивчення англійської мови (за професійним спрямуванням) і сучасних засобів комунікацій” у порівнянні з аналогічними вітчизняними програмами, насправді не є такою, оскільки у Львівській бізнес-школі Українського католицького університету дана програма реалізовується як українською, так і англійською мовами, а в КНЕУ за вибором здобувачів освіти також було надано право поглибленого вивчення іноземної мови професійного спрямування.

Щодо урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, то дані подані у самоаналізі підтверджені на основі критичного огляду і аналізу поданих фактів за допомогою наявної статистичної інформації, наукових публікацій та спілкування з роботодавцями. Зазначене дало можливість зробити висновок, що результати навчання дійсно визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту. Перший випуск здобувачів освіти, що навчалися за ОП “Маркетинговий менеджмент” відбудеться лише у грудні цього року. Тому оцінювання ними відповідності ПРН вимогам ринку праці очікується в майбутньому.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

В основному ОП відповідає стандарту вищої освіти за спеціальністю “Маркетинг” для другого (магістерського рівня) вищої освіти. Проте в ОП відсутня спеціальна (фахова) компетентність “Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу”, що передбачена вказаним стандартом, а також такий результат навчання як “Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта”. Варто зазначити, що можливість формування зазначеної вище компетентності здобувачі освіти мають завдяки дисципліні “Методологія і організація наукових досліджень”, що підтверджується пояснювальною запискою до ОП та робочою програмою з цієї дисципліни. Форма атестації здобувачів вищої освіти у цілому відповідає вимогам стандарту.

Загальний аналіз щодо Критерію 1

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1:

Ціль ОП відповідає освітньому, інноваційному та підприємницькому компоненту місії КНЛУ, яка заявлена у Стратегії розвитку КНЛУ, меті, визначеній Статутом університету і окремим завданням Стратегії інтернаціоналізації КНЛУ.

Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням позицій та потреб стейкхолдерів, а також тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту.

Форма атестації здобувачів вищої освіти у цілому відповідає вимогам стандарту.

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

Ціль ОП “Маркетинговий менеджмент” є дещо узагальненою по спеціальності “Маркетинг” і не відображає унікальності зазначеної програми. *Рекомендація:* уточнити ціль.

В ОП відсутня спеціальна (фахова) компетентність “Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу”, що передбачена вказаним стандартом, а також такий результат навчання як “Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта”. *Рекомендація:* Привести ОП у відповідність до Стандарту за спеціальністю “Маркетинг” для другого (магістерського) освітнього рівня, додавши відсутню компетентність та ПРН.

Інші рекомендації: Результати обговорення програмних результатів ОП із стейкхолдерами фіксувати документально. Розглянути можливість реалізації ОП не лише українською, а й і англійською мовами.

Рівень відповідності Критерію 1:

Рівень В.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1:

ОП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 1.1, 1.2 та 1.3. До того ж, враховуючи певну узгодженість за підкритерієм 1.4, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 1 з недоліками, що не є суттєвими, оскільки можуть бути виправлені протягом 1-2 днів.

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)

Факти, докази та їх аналіз:

Обсяг ОП становить 90 кредитів ЄКТС, що відповідає стандарту за спеціальністю “Маркетинг” другого (магістерського) освітнього рівня, а також вимогам ЗУ “Про вищу освіту”. Вимога щодо спрямування мінімального (35%) обсягу ОП для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю “Маркетинг” визначених відповідним Стандартом дотримана.

Вибіркова компонента ОП складається із 22 кредитів, що становить 24,44 %. Це дещо нижче норми (25%).

Вимоги щодо наявності системи внутрішнього забезпечення якості в основному дотримано, що підтверджується наявністю [Програми забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Київському національному лінгвістичному університеті](#), де прописані необхідні принципи та процедури забезпечення якості 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.

Факти, докази та їх аналіз:

Структура освітньої програми не включає усіх елементів, передбачених [Положенням про порядок розроблення, моніторингу та оновлення освітніх програм](#) у КНЛУ. Зокрема, в ОП відсутні: матриця забезпечення ПРН відповідними компонентами освітньої програми. (передбачено зазначеним вище Положенням с. 19 та с.25). Проте в табл.3 відомостей самооцінювання подано які програмні результати будуть досягнуті в результаті вивчення відповідних дисциплін (освітніх компонент). Також з ОП не видно в яких її компонентах розвивається кожна компетентність (Передбачено Положенням с.19. та с.25). Водночас, в ОП є матриця відповідності визначених ОП програмних результатів навчання та компетентностей, що полегшує розуміння в результаті розвитку якої компетентності здобувачі освіти досягнуть відповідних результатів навчання. Пояснювальна записка до ОП не дає вичерпної відповіді на питання щодо того, яких саме програмних результатів, визначених в ОП буде досягнуто в результаті вивчення тієї чи іншої дисципліни. Однак окремі робочі програми (інформаційні системи і технології в маркетингу, охорона праці, методологія наукових досліджень, маркетинговий менеджмент (компетентності), стратегічний менеджмент (компетентності)) містять зазначену інформацію.

ОП містить 13 обов'язкових компонент та 12 вибірових, які об'єднані у два блоки. Таку ж кількість компонент містить і навчальний план. У навчальному плані вивчення дисциплін передбачене протягом 1 і 2 семестру, за винятком "Охорони праці" та комплексного тренінгу, тематика якого може обиратися студентом (на вибір дано 2 тренінга). Однак, структурно-логічна схема не достатньо чітко показує і обґрунтовує взаємозв'язок та порядок вивчення освітніх компонент програми, оскільки фактично дублює навчальний план, тобто дає перелік дисциплін, які вивчаються у першому другому чи третьому семестрі, не відображаючи взаємозв'язки між конкретними компонентами освітньої програми.

В результаті вищенаведеного, можна зробити висновок про необхідність уточнення структурних елементів аналізованої програми і приведення її у повну відповідність Стандарту та Положенню про порядок розроблення, моніторингу та оновлення освітніх програм у КНЛУ. Це зробить її (ОП) більш зрозумілою для усіх стейкхолдерів та дозволить в сукупності досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності "Маркетинг", що підтверджується тематичним змістом обов'язкових компонентів ОП.

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

Факти, докази та їх аналіз:

У ЗВО встановлена модель вибору дисциплін за блоками. Проте передбачена можливість вибору, за словами здобувачів освіти, дисциплін із іншого блоку. Водночас, вибір дисциплін з інших ОП не передбачена. Під час інтерв'ювання здобувачів вищої освіти була отримана інформація про те, що вибір дисциплін дійсно відбувається перед початком навчання і що кожен має право вільного вибору дисциплін. Також було зазначено, що вибір дисципліни лише одним студентом (зазначене мало місце), зумовлює його здійснити повторний вибір на користь більшості. Присутні на зустрічі здобувачі освіти зазначили, що перелік вибірових дисциплін їх повністю задовольняє, проте не змогли дати відповідь, скільки саме дисциплін вони обирали на той чи інший семестр (2 курс навчання - 3 особи). Підтвердити повністю зазначену у відомостях процедуру вибору навчальних дисциплін здобувачами освіти не вдалося, оскільки посилання на наказ ректора КНЛУ "Про вивчення вибірових дисциплін" є некоректним. Письмова вимога щодо представлення цього документу для ознайомлення виконана не була.

Також не отримало підтвердження і те, що у Положенні про організацію освітнього процесу описана процедура здійснення вибору предметів студентами.

Це свідчить про недостатні умови на ОП для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти.

Вибіркова компонента ОП у навчальному плані окремо не виділена. Тому з навчального плану не зовсім зрозуміло, які дисципліни є обов'язковими, а які вибіровими. Також у навчальному плані вибірові дисципліни подані у парі, що обмежує їх вибір студентами.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Загальні процедури університету щодо проходження здобувачами вищої освіти навчальних та виробничих практик зафіксовані у Положенні про організацію освітнього процесу у КНЛУ (п.4.17) та Програмі забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в КНЛУ (р. 1.4). Окрім того 25.11.2019 р. було затверджене окреме Положення про проходження практики студентів КНЛУ, де більш чіткіше прописані усі процедури, пов'язані із практичною підготовкою здобувачів освіти. У ОП та навчальному плані передбачена обов'язкова компонента «Виробнича практика з маркетингового менеджменту» в обсязі 9 кредитів. Як бази для проходження виробничої практики, використовуються підприємства переважно м.Києва, які здійснюють свою діяльність у сфері маркетингових послуг. Інтерв'ювання 3-х роботодавців засвідчило їх готовність надавати умови для проходження практики студентів та стажування викладачів на умовах договірних відносин. Інтерв'ювання здобувачів освіти засвідчило високий рівень їхньої задоволеності базами практики. Один із трьох випускників зазначив, що думає над пропозицією щодо працевлаштування на підприємстві, де проходив практику, після завершення навчання. Зміст програми практики загалом відповідає тенденціям розвитку ринку праці та очікуванням стейкхолдерів, а також дозволяє досягти за цією компонентою окремих ПРН, заявлених у ОП. Водночас, робоча

програма по даній освітній компоненті містить більш розширену назву “Виробнича та переддипломна практика з маркетингового менеджменту”, а також перелік ПРН і компетентностей, які не відповідають ПРН та компетентностям, що передбачені в ОП.

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

Факти, докази та їх аналіз:

ОП передбачає набуття здобувачами таких соціальних навичок, як: адаптивність та гнучкість (ЗК4); комунікативність (ЗК 5), ситуаційну обізнаність (ЗК 1; ЗК 2) та інші. Їх формування забезпечується практично всіма компонентами ОП, що підтверджується змістом робочих програм (силабусів). Проте студентам можуть бути створені і додаткові умови для отримання таких навичок через можливість навчання на відповідних факультативах або спеціальних курсах в КНЛУ. Для їх організації в університеті наявний кваліфікований кадровий потенціал. Комплексні тренінги, що передбачені ОП, теж сприяють розвитку комунікативних навичок, емоційного інтелекту, стресостійкості, здатності до емпатії, тактичності, навичок командної роботи. Проте ці тренінги є вибірковими компонентами ОП.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Професійний стандарт “Маркетолог”, затверджений відповідно до вимог українського законодавства відсутній. Проте проектною групою було враховано пропозиції Української Асоціації маркетологів, що знайшли своє відображення в доповнених компетентностях та ПРН.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Достатність обсягу аудиторної та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти за більшістю освітніх компонент було підтверджено під час інтерв'ювання фокус-групи здобувачів вищої освіти (9 осіб). Це підтверджує і додатковий аналіз змісту компонент ОП експертами комісії. Таким чином, обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонент (у кредитах ЄКТС) переважно реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, і у цілому є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю “Маркетинговий менеджмент” на другому (магістерському) рівні за дуальною формою не проводиться. Проте під час проведення зустрічей було з’ясовано, що керівництво університету та кафедра, відповідальна за реалізацію ОП “Маркетинговий менеджмент” вивчають можливість запровадження такої форми навчання. Окрім цього, під час інтерв’ювання роботодавців було з’ясовано, що вони зацікавлені у реалізації такої програми за дуальною формою навчання.

Загальний аналіз щодо Критерію 2

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2:

За загальним обсягом кредитів ОП “Маркетинговий менеджмент” відповідає стандарту за спеціальністю “Маркетинг” для другого (магістерського) освітнього рівня, а також вимогам ЗУ “Про вищу освіту”.

Наявність у ОП компонент, які були рекомендовані роботодавцями.

Можливість набуття соціальних навичок, що відповідають цілі ОП.

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

Структура освітньої програми не включає усіх елементів, передбачених Положенням про порядок розроблення, моніторингу та оновлення освітніх програм у КНЛУ. Відсутні матриці відповідності компонентів ОП компетентностям та ПРН. *Рекомендація:* привести у відповідність до згаданого положення структуру ОП. Також доцільно додати такий структурний елемент ОП як “Придатність до працевлаштування”, де зазначити, які саме посади зможе обіймати випускник, що зробить її більш зрозумілою для всіх стейкхолдерів, особливо для здобувачів освіти, абітурієнтів та роботодавців.

Структурно-логічна схема не достатньо чітко показує і обґрунтовує взаємозв’язок та порядок вивчення деяких освітніх компонент програми. *Рекомендація:* зробити зазначену схему більш деталізованою, врахувавши зауваження експертної групи.

Відсутність документу, що регламентує чітку процедуру вибору здобувачами освіти вибіркового дисциплін. Надто малий перелік вибіркового дисциплін. *Рекомендація:* Ухвалити документ (внести зміни до існуючих), який регламентував би процедуру вибору студентами вибіркового дисциплін або зробити доступним для здобувачів освіти вказаний у відомостях про самооцінку наказ “Про вивчення вибіркового дисциплін”. Також варто запровадити практику вибору з широкого переліку дисциплін інших ОП, що реалізуються у КНЛУ, що розширить можливості здобувачів освіти щодо формування власної освітньої траєкторії.

Розміщення в навчальному плані вибіркового дисциплін у парі, що значно звужує можливість їх вибору через різний обсяг годин. *Рекомендація:* Привести у відповідність до ОП навчальний план в частині вибіркового дисциплін, усунувши парність вибіркового дисциплін та врахувавши попередню рекомендацію.

Інші рекомендації

Оновити зміст робочих програм (силабусів), привівши їх у відповідність до ОП, зокрема в частині забезпечення компетентностей та програмних результатів.

Розглянути можливість запровадження дуальної форми освіти.

Розширити можливість набуття здобувачами освіти соціальних навичок через відвідування додаткових курсів чи факультативів.

Рівень відповідності Критерію 2:

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2:

Має місце часткова відповідність критерію 2, особливо за підкритерієм 2.1., 2.2. та 2.4. Підкритерії 2.7 та 2.9, які могли б підвищити якість ОП практично не застосовуються. Враховуючи і часткову невідповідність ОП Стандарту в частині ПРН та компетентностей, зазначених у підкритерії 1.4, яка має пряме відношення і до критерію 2, а також вагомість п.2.2. та 2.4. експертна група прийшла до вказаного вище висновку.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

[Правила прийому на навчання](#) затверджені Вченою радою КНЛУ 16.01.2019 р. (зі змінами 14.03.2019 р., 30.05.2019 р. та 26.06.2019 р.). Вони оприлюднені на сайті ЗВО. У Додатку 2 до Правил прийому зазначено про набір здобувачів ВО за освітньою програмою «Маркетинговий менеджмент» спеціальності «Маркетинг» (другий (магістерський) рівень вищої освіти). Правила прийому на навчання достатньою мірою структуровані, викладені чітко і зрозуміло. Вони не містять ознак дискримінації для потенційних вступників на навчання за цією магістерською освітньою програмою.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Відповідно до Правил прийому відбір для навчання за ОП проводиться у формі єдиного вступного іспиту з іноземної мови та фахового вступного випробування з маркетингу; якщо вступник немає бакалаврської освіти за фахом, він ще складає додаткове вступне фахове випробування з економічної теорії (Додаток 4 Правил прийому). Програми усіх випробувань розробляються кафедрою менеджменту і маркетингу і затверджується ректором КНЛУ не пізніше, ніж за три місяці до початку прийому документів, оприлюднюються на сторінці приймальної комісії Університету. У [Програмі фахового вступного випробування з маркетингу та Програмі додаткового вступного випробування з економічної теорії](#) наведено перелік тем, практичних та ситуаційних завдань, на основі яких побудовані екзаменаційні питання, критерії бальної оцінки знань вступників та наведено приклади екзаменаційних білетів. Документ оприлюднено на сайті ЗВО. На основі отриманої інформації можна зробити висновок про те, що правила прийому на навчання за ОП у цілому враховують особливості самої освітньої програми.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Правила визнання результатів навчання, отриманих здобувачами ВО в інших ЗВО, відображені у [Положенні про порядок перезарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти](#) – учасників програм академічної мобільності КНЛУ. Положення регламентує порядок перезарахування результатів навчання учасників програм академічної мобільності КНЛУ на території України чи поза її межами. Документ оприлюднено на сайті ЗВО. В частині 4 цього Положення відображено правила визнання та перезарахування результатів навчання. Правила є зрозумілими та чіткими. Кредити присвоюються учасникам після завершення необхідної навчальної діяльності та досягнення відповідних результатів навчання, що підтверджується належним оцінюванням. Кількість кредитів, що присвоюється учаснику, який демонструє досягнення результатів навчання, дорівнює кількості кредитів, що відповідають освітньому компоненту. Перезарахування кредитів відбувається автоматично на основі Договору про навчання. Для учасника, який подає до університету академічну довідку про зараховані результати навчання в іншому закладі вищої освіти, з яким немає чинного Договору про співпрацю, перезарахування кредитів здійснюється предметною комісією відповідно до п. 5.5 Положення. Але під час експертної перевірки цей механізм визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, не був перевірений у зв'язку із відсутністю на цій ОП здобувачів ВО, які були учасниками програм академічної мобільності.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, у ЗВО відсутні.

Загальний аналіз щодо Критерію 3

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3:

Наявність чітких і зрозумілих правил для вступу на навчання, які враховують особливості ОП. Наявність публічного доступу до документів ЗВО, що регулюють доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання, отриманих у інших ЗВО.

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

Відсутність правил для визнання результатів навчання, які отримані за фахом у неформальній освіті. *Рекомендація:* створити чіткі процедури, які зможуть забезпечити можливість врахування на ОП наданих послуг здобувачам вищої освіти у системі неформального навчання; для цього доцільно додатково ознайомитись із кращими практиками визнання результатів навчання у інших ЗВО як вітчизняних так і зарубіжних. Визначити можливості для започаткування практики академічної мобільності здобувачів вищої освіти в контексті цієї ОП.

Рівень відповідності Критерію 3:

Рівень В.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3:

ОП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 3.1, 3.2. та 3.3. При цьому нині відсутні процедури за підкритерієм 3.4, проте у планах роботи керівництва ЗВО на найближчий період, за словами проректора з навчально-виховної роботи розробка проекту таких процедур передбачається. Враховуючи голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 3 з недоліками, що не є суттєвими.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Використання сучасних інтерактивних методів в освітньому процесі сприяє формуванню актуальних для ринку праці знань, вмінь і навичок майбутнього магістра з маркетингового менеджменту, здатного працювати у команді. Освітній процес за ОП «Маркетинговий менеджмент», який реалізується у КНЛУ, орієнтується на особистість студента, його мотиви, цілі, рівень знань, умінь і навичок. Випускова кафедра менеджменту і маркетингу спрямовує організація освітнього процесу за ОП на відповідність принципам академічної свободи, яка полягає у можливості самостійного формулювання напрямків своїх наукових пошуків, в оцінці та поширенні результатів своїх досліджень. В результаті опитування фокус-груп академічного персоналу і здобувачів ВО було підтверджено використання методів гейміфікації під час вивчення дисципліни «Стратегічний маркетинг», методу командного коучінгу під час вивчення дисципліни «Маркетинг інтелектуальних продуктів», кейс-методів, само- та взаєморефлексії під час комплексного тренінгу «Маркетинговий менеджмент в умовах глобальної конкуренції» тощо. Під час опитування у фокус-групах із здобувачами ВО було виявлено, що вони в цілому задоволені методами навчання і викладання. Таким чином, форми та методи навчання і викладання переважно сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання та узгоджуються із студентоцентрованим підходом та принципами 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).

Факти, докази та їх аналіз:

Закладом ВЗО обрано кілька форм інформування здобувачів ВО. Доступ до інформаційних ресурсів щодо організації освітнього процесу забезпечується сайтом КНЛУ, сайтом кафедри менеджменту і маркетингу. Крім того, викладачі усно повідомляють цілі, зміст і програмні результати навчання за окремими освітніми компонентами на першому занятті, що було підтверджено в результаті опитування здобувачів освіти. На кафедрі менеджменту і маркетингу можна ознайомитися з інформацією через паперовий варіант силабусів або робочих програм навчальних дисциплін. Водночас, в окремих робочих програмах (силабусах) дисциплін, які є обов'язковими компонентами ОП «Маркетинговий менеджмент», вказані програмні результати та компетентності не співпадають з визначеними в ОП компетентностями та програмними результатами (Рекламний менеджмент, інноваційний розвиток підприємства, фінансовий менеджмент). Отже, здобувачам ВО не в повному обсязі надається необхідна інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, що не сприяє підвищенню якості вищої освіти.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Під час проведення експертного дослідження було підтверджено, що в межах реалізації ОП забезпечується поєднання навчання і дослідження. Це підтверджується щорічним проведенням воркшопів «Ukraine in figures», реалізацією менторських проєктів із студентами молодших курсів. Викладачі кафедри проводять дослідження сучасних маркетингових проблем разом із здобувачами ВО і популяризують їх у науковому середовищі, що було підтверджено під час фокус-груп із академічним персоналом і здобувачами ВО. Зокрема доц. Богачова А.В. спільно зі студентами I курсу магістратури Волощенко А. та Михайліченко Є. проводили дослідження особливостей маркетингу та оприлюднили їх у наукових фахових виданнях та на Міжнародній науково-практичній конференції, доц. Данченко Л.Г. спільно зі студентом II курсу магістратури Бурдун О. дослідили кількісні методи поведінки споживачів і оприлюднили його результати у матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції. Окремі факти оприлюднення результатів дослідження були підтверджені на фокус-групі зі здобувачами ВО демонстрацією відповідних фахових видань (магістр I курсу надала науковий фаховий журнал «Економічні студії» із оприлюдненими результатами її дослідження з доц. Богачовою А.В.). Отже, КНЛУ в цілому забезпечує поєднання цілей програми та процесу викладання і навчання за ОП із науковими дослідженнями.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Оновлення змісту компонентів ОП відбувається викладачами кафедри менеджменту і маркетингу на основі аналізу стану сучасного бізнес-середовища, вимог і побажань потенційних і реальних роботодавців, набутого досвіду викладачів в результаті проходження навчання і тренінгів, що було підтверджено під час фокус-груп із роботодавцями та академічним персоналом. Так, викладачі кафедри менеджменту і маркетингу, враховуючи зміни у формах та методах управління маркетинговою діяльністю сучасного бізнесу впровадили до тематики освітньої компоненти «Маркетинговий менеджмент» питання «Клієнтоорієнтованість як основа ефективного розвитку організації», враховуючи особливості сучасного бізнес-середовища і необхідність підготовки фахівців з навичками роботи в команді, включено командну роботу як форму навчання до освітніх компонентів, де вона не була передбачена раніше. Під час фокус-

груп із роботодавцями було з'ясовано, що обговорення оновлення змісту компонентів із роботодавцями проводиться, проте документально не оформляється. Таким чином, можна стверджувати, що академічний персонал кафедри оновлює зміст освітніх компонентів ОП, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності випускників ОП на ринку праці..

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

Факти, докази та їх аналіз:

Інтернаціоналізація ЗВО здійснюється відповідно до стратегії інтернаціоналізації КНЛУ. Київський національний лінгвістичний університет має угоди з низкою провідних іноземних університетів (університет економіки і права м.Осака, Сінцзянський університет фінансів і економіки, Ягеллонський університет) щодо програм міжнародної академічної мобільності. Проте, під час експертизи було з'ясовано, що здобувачі ВО даної ОП не приймали участі у таких програмах через те, що не були зацікавлені у цьому, а також через значну завантаженість (поєднують навчання із роботою). Також під час зустрічі із топ-менеджментом було з'ясовано, що пропозиції щодо співпраці із зарубіжними ЗВО надходять регулярно і керівництво КНЛУ докладає зусиль щодо розширення можливостей участі у міжнародних обмінах для викладачів і студентів в частині. Загалом, процес інтернаціоналізації на цій ОП має потребу у активному подальшому інформуванні, пропагуванні і розвитку.

Загальний аналіз щодо Критерію 4

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4:

Використання сайтів ЗВО і випускової кафедри, які допомагають ефективно координувати освітні бізнес-процеси. Наявність силабусів та робочих програм як форми інформування здобувачів вищої освіти про зміст навчання та викладання. Посилання на конкретні приклади щодо оновлення змісту навчальних дисциплін, опираючись на сучасні практики. Присутність науково-дослідної складової у викладанні та навчанні за ОП. Проведення досліджень актуальних питань бізнес-середовища і оприлюднення їх результатів здобувачами ВО і академічним персоналом.

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

Здобувачам ВО не в повному обсязі надається необхідна інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, що не сприяє підвищенню якості вищої освіти. *Рекомендація:* оновити зміст робочих програм (Рекламний менеджмент, інноваційний розвиток підприємства, фінансовий менеджмент) в частині набуття певних компетентностей та досягнення відповідних результатів навчання.

Недостатня інформованість здобувачів вищої освіти ОП Маркетинговий менеджмент щодо програм академічної мобільності. *Рекомендація:* Доцільно покращити передумови для участі здобувачів ВО у програмах міжнародної академічної мобільності.

Недостатня відкритість обговорення щодо оновлення змісту навчальних дисциплін ОП Маркетинговий менеджмент із роботодавцями та іншими стейкхолдерами. *Рекомендація:* Доцільно оприлюднити на сайті ЗВО пропозиції щодо оновлення змісту навчальних дисциплін

ОП або розіслати такі пропозиції роботодавцям та іншим експертам (наприклад, в Асоціацію маркетингу) для отримання рекомендацій та рецензій. Це дозволить розширити компетентності ОП, підвищити конкурентоспроможність випускників ОП на ринку праці.

Рівень відповідності Критерію 4:

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4:

ОП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 4.1 та 4.3. До того ж, враховуючи певну узгодженість за підкритерієм 4.2, 4.4 та 4.5, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 4 з недовіками, що не є суттєвими.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Процес, організація та змістовне наповнення форм контрольних заходів регулюється «Положенням про організацію освітнього процесу в КНЛУ», іншими нормативними документами. Контрольні заходи поточного контролю, зразки модульних контрольних робіт та екзаменаційних білетів разом із критеріями оцінювання кожного освітнього компонента містяться у силабусах навчальних дисциплін. Інформація щодо організації та критеріїв контрольних заходів є оприлюдненою. Спілкування зі здобувачами ВО засвідчило, що для більшості з них критерії оцінювання у цілому є чіткими та зрозумілими. Під час фокус-груп із здобувачами ВО було виявлено, що ознайомлення із критеріями оцінювання завжди здійснюється на початку вивчення дисципліни. Проте, сам гарант ОП не орієнтується в критеріях оцінювання, зокрема не змогла дати відповідь щодо загальних критеріїв оцінювання дисциплін, за якими передбачається екзамен або залік. Загалом можна зробити висновок, що, наявні критерії є зрозумілими та чіткими, але необізнаність гаранта програми із ними може створювати перешкоди для якісної реалізації ОП.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Форма атестації здобувачів ВО відповідає засобам діагностики якості освіти, визначеним у стандарті вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, який встановлює форму атестації у вигляді публічного захисту кваліфікаційної роботи. ЗВО додатково вводить атестаційний іспит з маркетингового менеджменту, який має комплексний характер. Атестаційний іспит сприяє систематизації набутих теоретичних знань і практичних умінь здобувачів ВО.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Процедура проведення контрольних заходів має чіткий і зрозумілий алгоритм, який є доступним для всіх учасників освітнього процесу. Іспити з дисциплін ОП проводяться у письмовій формі і мають можливість перевірки відповідей за заздалегідь підготовленими ключами. Така процедура перевірки запобігає проявам суб'єктивізму їх оцінювання. Порядок оскарження процедури і результатів проведення контрольних заходів в КНЛУ урегульовується Положенням про апеляційну комісію КНЛУ, Положенням про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій з атестації здобувачів. Ці документи містять інформацію про створення апеляційних комісій, порядок подання і розгляду апеляцій. Із результатів спілкування у фокус-групах здобувачів ВО і академічного персоналу випадків застосування процедур врегулювання конфлікту інтересів за ОП не було. Процедури із вирішення конфліктних питань існують, але через відсутність випадків таких ситуацій ефективність і прозорість процедури перевірити складно.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності в КНЛУ визначені Статутом КНЛУ, Положенням про організацію освітнього процесу в КНЛУ, Програмою забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в КНЛУ, Положенням про запобігання плагіату та інших видів академічної нечесності в навчальній та науково-дослідній роботі науково-педагогічних працівників і здобувачів вищої освіти КНЛУ, Положенням про академічну доброчесність здобувачів вищої освіти КНЛУ. Інструментом протидії порушенням академічної доброчесності є перевірка на антиплагіат кваліфікаційних робіт магістра, яку здійснює спеціальна комісія кафедри за допомогою інформаційної системи Unicheck. Під час проведення фокус-груп зі здобувачами ВО та академічним персоналом було підтверджено, що

така процедура проводиться, проте під час огляду матеріально-технічної бази не вдалось ознайомитись із наявністю програмного забезпечення у зв'язку з відсутністю відповідальної особи на робочому місці.

Загальний аналіз щодо Критерію 5

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5:

Наявність у відкритому доступі усіх положень, що регламентують процедури оцінювання здобувачів вищої освіти та їх академічну мобільність. Процедура проведення контрольних заходів має чіткий і зрозумілий алгоритм, який є доступним для всіх учасників освітнього процесу. Форма атестації здобувачів ВО відповідає засобам діагностики якості освіти, визначеним у стандарті вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти. Відсутність конфліктних ситуацій з приводу необ'єктивного оцінювання. Інформування здобувачів ВО про академічну доброчесність і необхідність перевірки курсових та кваліфікаційних робіт на унікальність.

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

Необізнаність гаранта програми із загальними критеріями оцінювання. Рекомендації: Гаранту ОП ознайомитися із ними.

Інші рекомендації:

Продовжувати роботу над створенням інформаційного порталу для маркетологів.

Прискорити впровадження платформи Moodle для ОП Маркетинговий менеджмент.

Рівень відповідності Критерію 5:

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5:

ОП має значний рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 5.2 та 5.3. Недоліки за підкритерієм 5.1 можна усунути шляхом ознайомлення гаранта із критеріями оцінювання, а за підкритерієм 5.4 наявність програми перевірки на плагіат підтверджена фокус-групами здобувачів ВО та академічного персоналу. Враховуючи голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 5 з недоліками, що не є суттєвими.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Для реалізації ОП «Маркетинговий менеджмент» залучені викладачі, які мають відповідну освіту, рівень наукової кваліфікації, що здатні забезпечити досягнення цілей і програмних результатів навчання, зазначених у ОП. Більшість викладачів, задіяних у освітньому процесі, мають достатній рівень педагогічно-інноваційної активності згідно з чинними Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності (2015 р.). Аналіз, проведений експертною комісією, виявив, що окремі викладачі (Кохан М.М.) мають низьку педагогічно-інноваційну активність (наявність лише достатньої кількості публікацій у фахових виданнях). До того ж професійна кваліфікація (досвід професійної діяльності у відповідній сфері) переважної частини викладацького складу відсутня. Тому досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання переважно забезпечують викладачі лише із належною академічною кваліфікацією.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Заміщення вакантних посад НПП КНЛУ здійснюється на основі конкурсного відбору. Процедура конкурсного відбору регламентована Положенням про організацію освітнього процесу в КНЛУ, Порядком проведення конкурсного відбору. Під час спілкування у фокус-групах було визначено, що угоди із НПП заключаються переважно терміном на 2-3 або 5 років. Також застосовується практика укладання строкових договорів на 1 рік з викладачами, які раніше не працювали в КНЛУ. Аналіз засвідчив, що процедура конкурсного добору викладачів у цілому є прозорою, проте необхідний рівень професіоналізму претендентів забезпечується переважно за рахунок їх відповідності академічній кваліфікації за дисциплінами ОП. Також в процесі інтерв'ювання було з'ясовано, що, в основному, на конкурс подається лише одна кандидатура, що обмежує вибір. Доцільно розширити ресурси інформування про проведення конкурсів на заміщення вакантних посад задля отримання можливості проведення реального конкурсу хоча б між двома кандидатами на посаду.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Співпраця кафедри менеджменту і маркетингу з роботодавцями дозволила сформувати практичні фахові компетенції здобувачів ВО і визначити перелік вибіркового дисциплін (О.Іванова, співзасновниця та CEO компаній «Агенція ІРІО», Александров В.В., генеральний директор видавничої групи «КМ Publishing», Д.Бахмацький, представник компанії «Деново»), що і підтвердилось під час спілкування у фокус-групах здобувачів ВО, академічного персоналу і роботодавців. На зустрічі із експертною групою роботодавці повідомили про власне бачення проблем та шляхи удосконалення співпраці університету із бізнес-спільнотою. Наприклад, роботодавці висунули побажання про перенос дисципліни «Інтернет-торгівля» з числа вибіркового у нормативні. Також роботодавці схвально ставляться до запровадження дуальної форми освіти, оскільки навчання практичним аспектам безпосередньо в компанії/на підприємстві є ефективним.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Випускова кафедра менеджменту і маркетингу залучає представників бізнес-спільноти до реалізації освітнього процесу в межах ОП. Професіонали-практики, представники роботодавців проводять лекції актуальної тематики (лекція з партнерами юридичної компанії «First Legal» на тему: «Особливості захисту інтелектуальної власності в Україні»), виступають експертами різнопланових фахових заходів (експертами під час презентацій виконаних проектів виступали комерційний директор KNESS GROUP Богачов Т. С., керівник відділу аналізу ринків та розвитку інвестиційної компанії «UMG Investments» Невзоров А. В., генеральний директор компанії «Архітектурна Артіль» Чубенко В. О., співзасновниця та CEO компаній «Агенція ІРІО» Ольга Іванова, генеральний директор видавничої групи «KM Publishing» Александров В. В., директор ТОВ «Запорізький промбудпроект» Лахтаренко О. І. та інші), що знайшло своє підтвердження під час спілкування у фокус-групі з роботодавцями і здобувачами ВО.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Система професійного розвитку КНЛУ функціонує на основі Положення про підвищення кваліфікації НПП КНЛУ. На основі розробленого плану-графіку підвищення кваліфікації Центр навчання іноземних мов і післядипломної освіти разом з відділом кадрів інформує НПП кафедри про наявні програми підвищення кваліфікації і про заклади, де реалізовуватимуться ці програми, а також організовує короткострокові курси, семінари та довгострокове навчання з підвищення кваліфікації НПП, що було підтверджено під час опитування фокус-груп із академічним персоналом і представниками відділу кадрів. Також під час інтерв'ювання академічного персоналу було з'ясовано, що одна із викладачів нещодавно пройшла стажування у Польщі.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Факти, докази та їх аналіз:

Існуюча система заохочень НПП передбачає встановлення надбавок до заробітної плати за складність і напруженість роботи, за високі наукові та професійні досягнення. Оцінка викладацької майстерності НПП здійснюється на рівні кафедр, а їх інноваційна активність за відповідними звітами. Результати обговорюються на засіданнях кафедр, робляться висновки та надаються рекомендації. У НПП відсутні претензії щодо розподілу матеріального заохочення, проте зважаючи на встановлені законодавством низькі розміри посадових окладів, є побажання щодо збільшення матеріального стимулювання. Тому доцільно створити систему рейтингування викладачів за чітко визначеними критеріями та здійснювати стимулювання відповідно до неї. У цілому існуюча система матеріального стимулювання викладацької майстерності потребує удосконалення у напрямі зменшення ризиків суб'єктивного оцінювання НПП.

Загальний аналіз щодо Критерію 6

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6:

Усі викладачі ОП мають відповідність за академічною кваліфікацією.
Процедури добору викладачів є прозорими та публічними.
Готовність роботодавців долучатися до участі у навчальному процесі за ОП на взаємовигідних з КНЛУ умовах.
Наявність практики матеріального і морального стимулювання працівників.

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

Відсутність практичного досвіду роботи у більшості викладачів ОП. *Рекомендація:* при конкурсному відборі працівників брати до уваги не лише академічну, а й професійну кваліфікацію.

Відсутність чіткого механізму стимулювання ефективності роботи працівників. *Рекомендація:* доречно створити чітку та об'єктивну рейтингову систему оцінювання ефективності діяльності науково-педагогічних працівників для використання її в системі матеріального стимулювання персоналу.

Неактивність деяких посилань пов'язана із проблемами технічного характеру.

Рівень відповідності Критерію 6:

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6:

Зважаючи на виявлені несуттєві недоліки, які здебільшого продиктовані чинним законодавством України в частині розмірів оплати праці НПП, та на наявні сильні сторони, пов'язані із людськими ресурсами в КНЛУ, ОП “Маркетинговий менеджмент”, загалом відповідає Критерію 6.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

На базі КНЛУ є 3 корпуси з навчальними та адміністративними кабінетами, в т.ч. приміщення кафедри менеджменту та маркетингу, лекційні аудиторії і аудиторії для практичних занять, серед яких: комп'ютерні класи з ліцензійним програмним забезпеченням, аудиторії з мультимедійним обладнанням, читальні зали та пункти видачі навчальної літератури, їдальня, медичний пункт (працює 1 людина замість 3 необхідних), спорткомплекс, 4 гуртожитки. На кафедрі маркетингу та менеджменту є всього 1 комп'ютер і 2 застарілих ноутбуки у розрахунку на 9 чоловік, що не є достатнім, а також відсутнє wi-fi покриття. Меблів на кафедрі та комп'ютерів у відповідних навчальних аудиторіях достатньо. На території закладу розміщені вогнегасники, плани евакуації, сигналізації (в т.ч. протипожежні). Такі висновки були зроблені у результаті огляду матеріально-технічної бази КНЛУ. У відкритому доступі є репозитарій, проте літератури у секції кафедри менеджменту і маркетингу немає. У бібліотеці відповідна до ОП література під час огляду була представлена, зокрема, підручники з маркетингового менеджменту, стратегічного маркетингу і т.д. Серед представленої літератури не було підручників англійською мовою.

Нормативно-правова база, інформація щодо ОП розміщена на сайті у відкритому доступі. Фонд оплати праці формується згідно із законодавством, фінанси на мотивацію персоналу також передбачаються, загалом фінансові ресурси виділяються відповідно до бюджетних призначень у визначеному чинним законодавством порядку. Низький рівень заробітної плати НПП, що є притаманним для всіх ЗВО державної форми власності, не сприяє залученню молодих спеціалістів та практиків на постійній основі. Дані факти були виявлені під час опитування фокус-груп.

На нашу думку, в цілому, не зважаючи на виявлені недоліки, представлені ресурси дозволяють підготувати фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Викладачі та здобувачі вищої освіти вільно користуються наведеними у п. 7.1 інфраструктурою і інформаційними ресурсами. Обмеженість безкоштовного покриття wi-fi може створювати деякі незручності для доступу в мережу Інтернет. Щодо гуртожитку №4, варто зазначити, що оновлення дверей і меблів, а також часткова оплата електроенергії, котра споживається за рахунок роботи персональних холодильників здійснюється за кошти здобувачів освіти. Також в оглянутій, з дозволу здобувачів освіти, кімнаті гуртожитку №4 було виявлене перевищення кількості осіб, які проживають у ній, а саме 3 замість 2-ох. В процесі виїзної експертизи було отримано побажання від здобувачів освіти щодо нагальної необхідності покращення житлових умов у гуртожитках університету. Такі висновки були зроблені у результаті огляду матеріально-технічної бази та опитування фокус-груп.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

У цілому, наведені у п. 1 матеріально-технічні ресурси роблять освітнє середовище безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти. На базі КНЛУ також діє психологічна служба, проте деякі учасники фокус-груп до її послуг відносяться скептично через існуючі у суспільстві стереотипи. Протипожежна сигналізація є у коридорах навчальних корпусів, проте не на всіх поверхах. На території закладу є обладнані сучасними меблями та технікою, а також з гарним ремонтом аудиторії. Корпус №1 є досить теплим, зроблений у коридорах ремонт робить перебування там приємним та комфортним. Поряд з цим, потребує термінового ремонту облущена місцями стеля на кухні їдальні, оскільки є загроза попадання часток побілки на їжу. Також потребують косметичного ремонту деякі аудиторії, зокрема, 204, зважаючи на облущеність фарби на стінах і стелі. У аудиторії 903 потребують заміни штори, оскільки їх вигляд може пригнічувати настрій здобувачів та бажання не те що вчитися, а просто перебувати у цій аудиторії. Також температура у навчальних корпусах №2 і №3 є низькою, що не дозволяє зняти верхній одяг. При тривалому перебуванні (більше 1 години) у приміщенні в положенні сидячи навіть у верхньому одязі, дуже холонуть руки та ноги, що ускладнює засвоєння матеріалу (Експертна група мала можливість випробувати це на власному досвіді протягом першого та другого дня перебування). У кабінеті студентської ради, їдальні та деяких аудиторій дуже застарілі меблі. Зазначені факти були виявлені під час огляду матеріально-технічної бази і діалогу з фокус-групами. Зважаючи на потребу здобувачів вищої освіти у коворкінг центрі та

суперечливе твердження представників фокус-групи про його наявність та укомплектованість в аудиторії 338, було перевірено представлені дані. Як виявилось, приміщення для майбутнього коворкінг центру відремонтоване та забезпечене значною кількістю розеток, проте відсутні меблі та техніка (комп'ютери/ноутбуки), які б забезпечили його повноцінне функціонування. У результаті опитування фокус-груп було виявлено, що на регулярній основі здійснюється опитування здобувачів вищої освіти щодо їх уподобань, інтересів і потреб у контексті навчання.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Для забезпечення освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної і соціальної підтримки здобувачів вищої освіти використовує дні відкритих дверей, очні консультації викладачів, діяльність студентської ради, комунікацію електронною поштою і за допомогою соціальних мереж (Viber, Telegram), психологічну службу, структурні підрозділи, [сайт КНЛУ](#). За допомогою перелічених каналів комунікації здобувачі вищої освіти у разі необхідності можуть отримати відповідну підтримку. Бракує інструменту для обговорення питань зі здобувачами вищої освіти на рівні факультету. Паперовий документообіг перешкоджає ефективному та швидкому вирішенню питань здобувачів вищої освіти. Припинення функціонування юридичної клініки у зв'язку із тим, що аудиторія була вилучена для інших цілей. Також з метою соціальної підтримки здобувачів дітей-сиріт, дітей учасників АТО, переміщених осіб, осіб з особливими потребами та ін. діє відповідне [“Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у Київському національному лінгвістичному університеті \(нова редакція\)”](#). Це було перевірено за допомогою опитування учасників фокус-груп та огляду сайту КНЛУ.

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

Факти, докази та їх аналіз:

За результатами спілкування у фокус-групах було виявлено, що особи з особливими освітніми потребами не навчаються за ОП “Маркетинговий менеджмент”. Навчальним закладом передбачений [проект до обговорення](#) “Положення про організацію освітнього процесу для осіб з інвалідністю та осіб з особливими освітніми потребами в Київському національному лінгвістичному університеті”. Це було виявлено у результаті опитування фокус-груп і огляду сайту КНЛУ.

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 всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації освітньої програми.

Факти, докази та їх аналіз:

У КНЛУ діє практика вирішення конфліктних ситуацій методом обговорення на індивідуальному рівні, рівні кафедри, зокрема, за допомогою створення спеціальної тимчасової Комісії. У ході опитування фокус-груп, було виявлено, що таким чином успішно вирішено як мінімум 3 конфліктні ситуації. Також діє апеляційна комісія, але на освітній програмі “Маркетинговий менеджмент” випадків, що призводили до використання цього механізму, не було. Корупційних випадків, дискримінації і сексуальних домагань в КНЛУ за даними учасників фокус-груп не було. Також вченою радою КНЛУ 25.11.2019 р. були затверджені [“Положення про заходи із запобігання і розв’язання конфліктних ситуацій, зокрема пов’язаних із дискримінацією, сексуальними домаганнями у Київському національному лінгвістичному університеті”](#) і [“Антикорупційна програма Київського національного лінгвістичного університету”](#), де чітко прописані відповідні процедури

Загальний аналіз щодо Критерію 7

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7:

Наявність необхідної інфраструктури та інформаційних ресурсів для забезпечення навчального процесу здобувачів вищої освіти. Забезпеченість комп'ютерних класів необхідною кількістю відповідної техніки. Наявність аудиторій з сучасною мультимедійною технікою. Гарний ремонт і сучасні меблі у деяких кабінетах для проведення лекційних і практичних занять, а також кабінетах корпусу №1. Перспектива впровадження платформи Moodle для навчання на кафедрі менеджменту та маркетингу. Відкритий доступ до навчально-методичного забезпечення для викладачів і здобувачів вищої освіти. Практика матеріального та морального заохочення працівників КНЛУ. Активна діяльність психологічної служби на базі ЗВО. Комфортна для перебування температура у оновленому корпусі №1. Ефективний механізм для забезпечення освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної і соціальної підтримки здобувачів вищої освіти. Практика вирішення конфліктних ситуацій. Наявність механізму соціальної підтримки, пільг і форми морального заохочення для здобувачів дітей-сиріт, дітей учасників АТО, переміщених осіб, осіб з особливими потребами та ін. Практика здійснення опитування здобувачів вищої освіти щодо їх уподобань, інтересів і потреб у контексті навчання на регулярній основі.

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

Недостатнє забезпечення комп'ютерами/ноутбуками викладачів кафедри маркетингу та менеджменту та відсутність wi-fi покриття. Брак наповнення секції кафедри менеджменту і маркетингу у репозитарії КНЛУ літературою, науковими працями і т.д. Брак нового персоналу у зв'язку із пропозицією низької заробітної плати. Перевищення передбаченої санітарними нормами мешканців у деяких кімнатах гуртожитку №4. Наявність стереотипів серед учасників фокус-груп щодо діяльності психологічної служби. Відсутність протипожежної сигналізації у деяких коридорах навчальних корпусів. Облущеність фарби на стінах і стелях деяких аудиторій, а також кухні їдальні, подекуди застарілі штори, меблі. Брак інструменту для обговорення питань зі здобувачами вищої освіти на рівні факультету. Неуккомплектованість коворкінг центру в аудиторії 338 меблями і технікою (комп'ютери/ноутбуки). Паперовий документообіг і ускладнення бюрократичних процесів у зв'язку з цим. Припинення функціонування юридичної клініки.

Рекомендації: оновлення відповідної техніки для викладачів, а також забезпечення wi-fi покриття на кафедрі маркетингу та менеджменту; наповнення секції маркетингу та менеджменту у репозитарії матеріалом відповідної тематики, у т.ч. англійською мовою; пропозиція більш високої заробітної плати для працівників ЗВО по можливості; забезпечення проживання у кімнатах гуртожитку оптимальної кількості мешканців з позиції санітарних норм; проведення просвітницької роботи з метою розвіювання стереотипів про роботу психологів і користування їх послугами; забезпечення розміщення протипожежної сигналізації у всіх коридорах; косметичний ремонт в аудиторіях, які його потребують і кухні їдальні, заміна штор, де необхідно на охайніші/нові, або жалюзі, а також оновлення застарілих меблів; підтримання оптимальної для здоров'я людини температури (як мінімум на рівні температури у корпусі №1) у навчальних корпусах №2 і №3, зважаючи на необхідність тривалого перебування в приміщенні; створення форуму на сайті з метою обговорення питань здобувачів вищої освіти на рівні факультету; сприяння комплектації майбутнього коворкінг центру на базі аудиторії 338; запровадження електронного документообігу; сприяння відновленню функціонування юридичної клініки; проведення опитувань здобувачів вищої освіти у контексті умов проживання у гуртожитках і умов навчання.

Рівень відповідності Критерію 7:

Рівень В.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7:

Зважаючи на наявність вагомих переваг за підпунктами Критерію 7 і загальну відповідність освітнього середовища та матеріальних ресурсів цілі освітньої програми “Маркетинговий менеджмент”, а також беручи до уваги недоліки за цим критерієм, що не є суттєвими та котрі можна виправити, було зроблено висновок про відповідність Критерію 7 рівню В.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Факти, докази та їх аналіз:

Послідовне дотримання процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми забезпечується затвердженням вченою радою [“Положенням про порядок розроблення, моніторингу та оновлення освітніх програм у Київському національному лінгвістичному університеті”](#). Це було виявлено у результаті перегляду сайту КНЛУ та спілкування у фокус-групах.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Для виявлення позиції здобувачів вищої освіти під час перегляду освітньої програми здійснюється анкетування. Зокрема, були враховані побажання здобувачів щодо наповненості ОП практичними аспектами. Їх побажання співпали з пропозиціями роботодавців, в результаті чого було додано до вибірових компонент ОП 2 комплексних тренінги (на вибір). Проте залишається бажаним збільшення частоти залучення практиків до викладання, тому існує необхідність впровадження дуальної форми освіти. Студентське самоврядування відіграє важливу роль у забезпеченні якості ОП, так як активно цікавиться потребами здобувачів вищої освіти. За їх ініціативи розпочалося створення коворкінг центру та діяльність юридичної клініки, проте існують проблеми щодо матеріально-технічного забезпечення їх діяльності, необхідною є підтримка з боку керівництва. Окрім організації позанавчальної діяльності, студентське самоврядування також допомагає відстоювати свої інтереси здобувачам вищої освіти і здійснює інформаційну підтримку. Також для покращення комунікації планується оновлення сторінки сайту, присвяченої діяльності студентської ради. Дані отримані під час опитування фокус-груп.

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

Факти, докази та їх аналіз:

У результаті опитування фокус-груп виявлено, що роботодавці дійсно були залучені до створення ОП, зокрема, врахована їх пропозиція щодо впровадження комплексного тренінгу. Також роботодавці періодично читають лекції та проводять майстер-класи для здобувачів вищої освіти з ОП “Маркетинговий менеджмент” з актуальних тем. Також роботодавці, як вже зазначалося, готові підтримати КНЛУ в ініціативі запровадження дуальної форми освіти. Під час інтерв'ювання було висловлено побажання одного із роботодавців щодо перенесення дисципліни “Інтернет-торгівля” з числа вибірових у нормативні.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Оскільки випускників ОП “Маркетинговий менеджмент” наразі не має, ЗВО враховує інформацію щодо кар'єрного шляху випускників бакалаврату та суміжної ОП “Менеджмент”. Зокрема, запрошуються до ЗВО та опитуються успішні випускники щодо шляхів покращення освітнього процесу та релевантності змістовного наповнення програм. Дані отримані у ході опитування фокус-груп і проведення відкритої зустрічі.

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

Факти, докази та їх аналіз:

КНЛУ намагається покращувати матеріально-технічне забезпечення ОП, зокрема, було закуплене та встановлене мультимедійне обладнання. Для забезпечення дотримання принципів академічної доброчесності було запровадження перевірку робіт на плагіат. Недостатність наповнення практичних аспектів ОП була частково виправлена за допомогою впровадження комплексного тренінгу. Дані були отримані під час бесіди у фокус-групах.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Оскільки акредитація ОП проводиться вперше, тому ЗВО враховує практику акредитації суміжної ОП “Менеджмент”. Зокрема, у ході огляду матеріально-технічної бази КНЛУ і опитування фокус-груп було виявлено, що деякі аудиторії додатково оснащені мультимедійною технікою, здобувачі дійсно залучаються до участі у науково-практичних конференціях, проводиться робота щодо підвищення обізнаності в питаннях академічної доброчесності.

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

Факти, докази та їх аналіз:

Як результат бесід у фокус-групах, було визначено, що кожен підрозділ та основні стейкхолдери розуміють своє значення у забезпеченні якості освітнього процесу. Зокрема, значна роль у цьому питанні покладена на навчально-методичний відділ. Існує необхідність у створенні окремого підрозділу із забезпечення якості вищої освіти, зважаючи на потребу у розмежуванні сфери впливу навчально-методичного відділу, який відповідає за організацію навчального процесу та підрозділу із забезпечення якості вищої освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 8

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8:

Регламентування процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми відповідним положенням. Активна діяльність студентської ради з метою забезпечення позанавчальної діяльності здобувачів вищої освіти та відстоювання їх інтересів. Практика анкетування здобувачів вищої освіти з метою врахування їх позиції під час перегляду освітньої програми. Активне залучення роботодавців під час створення та удосконалення ОП “Маркетинговий менеджмент”, врахування їх пропозицій, а також їх запрошення для проведення лекцій, тренінгів, майстер-класів. Практика опитування випускників суміжних ОП і бакалаврату щодо шляхів поліпшення якості освіти та врахування їх пропозицій. Прагнення ЗВО покращити якість ОП та її матеріально-технічне забезпечення, як результат врахування недоліків, виявлених під час акредитації суміжної ОП. Поширення інформації про принципи академічної доброчесності та забезпечення їх дотримання. Розуміння учасниками фокус-груп своєї ролі у забезпеченні якості вищої освіти.

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

Недостатнє врахування потреб здобувачів вищої освіти у залученні практиків до викладання. Недостатня підтримка студентського самоврядування з боку керівництва у питаннях матеріально-технічного забезпечення його ініціатив. відсутність документальної фіксації пропозицій роботодавців щодо покращення якості освітнього процесу. Відсутність структурного підрозділу із забезпечення якості вищої освіти, що спричинює надмірне навантаження для працівників навчально-методичного відділу.

Рекомендації: сприяння втіленню у життя ініціатив студентської ради, зокрема, комплектації коворкінг центру та діяльності юридичної клініки; врахування актуальних для ОП пропозицій з боку роботодавців; створення структурного підрозділу із забезпечення якості вищої освіти.

Рівень відповідності Критерію 8:

Рівень В.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8:

Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми, не зважаючи на виявлені несуттєві недоліки, знаходиться на високому рівні та сприяє досягненню цілі ОП “Маркетинговий менеджмент”. Таким чином, Критерій 8 відповідає рівню В.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

[Нормативно-правове забезпечення](#) освітнього процесу в КНЛУ є загальнодоступним та розміщене на сайті ЗВО. Учасники фокус-груп ознайомлені із відповідними правилами і процедурами, що регулюють їх права та обов’язки, вони є зрозумілими. Представники фокус-груп їх дотримуються під час реалізації освітньої програми. Дана інформація була отримана у результаті бесіди у фокус-групах і огляду сайту КНЛУ.

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

Факти, докази та їх аналіз:

На сайті КНЛУ передбачена [сторінка](#) для оприлюднення проектів з метою їх обговорення і врахування пропозицій стейкхолдерів. У ході опитування фокус-груп було виявлено, що учасникам відома інформація щодо проектів до обговорення і вони знають, де можна детально з ними ознайомитися і внести свої пропозиції. Інформація також отримана у результаті огляду сайту КНЛУ. Відсутній форум на сайті, де можна було б відкрито обговорити проекти. Обговорення здебільшого проводиться на засіданнях.

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 (стейкхолдерів) та суспільства.

Факти, докази та їх аналіз:

У результаті опитування фокус-груп та огляду офіційного сайту КНЛУ було виявлено, що повна інформація про [ОП “Маркетинговий менеджмент”](#) розміщена на сайті та знаходиться у відкритому доступі з метою інформування стейкхолдерів і суспільства. Проте відсутній загальнодоступний форум для таких обговорень, всі пропозиції надходять на електронну пошту.

Загальний аналіз щодо Критерію 9

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9:

Розміщення на офіційному сайті ЗВО та загальнодоступність нормативно-правового забезпечення освітнього процесу. Окрема сторінка на сайті для розміщення проєктів для обговорення. Розміщення інформації про ОП на сайті у відкритому доступі.

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

Відсутність практики відкритих обговорень питань щодо проєктів і ОП на загальноуніверситетському рівні із залученням усіх стейкхолдерів. *Рекомендація:* створення форуму на сайті КНЛУ для забезпечення можливості відкритого обговорення відповідних питань усіма стейкхолдерами.

Рівень відповідності Критерію 9:

Рівень В.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9:

Діяльність ЗВО є достатньо прозорою та публічною, проте існують деякі несуттєві недоліки у забезпеченні повної прозорості та публічності, тому Критерій 9 відповідає рівню В.

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.

Факти, докази та їх аналіз:

не застосовується

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

Факти, докази та їх аналіз:

не застосовується

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

Факти, докази та їх аналіз:

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.

Факти, докази та їх аналіз:

Не застосовується

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

Факти, докази та їх аналіз:

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.

Факти, докази та їх аналіз:

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:

Выберите элемент.

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10:

Не застосовується

5. Інші спостереження

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

Неактивність деяких посилань пов'язана із проблемами технічного характеру. Для відкриття деяких посилань необхідна авторизація у OneDrive/Microsoft. Також у ЗВО виникали складності при заповненні звіту самооцінювання, зокрема, при додаванні посилань і таблиць. Таблиці імплементувалися до звіту некоректно, зокрема, рядки міксувалися між собою. Була проблема із збереженням інформації, доводилося заповнювати повторно декілька разів.

6. Підсумки

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

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

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

До звіту додається:

☐ дорадчий висновок представника роботодавців

☐ окремі думки членів експертної групи

+ програма відвідування ЗВО

☐ інші документи

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

Голова експертної групи (ел. підпис)

(Лопушняк Галина Степанівна)

Члени експертної групи (ел. підписи)

(Весперіс Світлана Зієдонисівна)

(Бочкарьова Тетяна Олександрівна)