



ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Сумський державний університет
Освітня програма	20762 маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Сумський державний університет
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	20762
Назва ОП	маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Вид освітньої програми	Освітньо-наукова

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Поліщук Ірина Ігорівна, Сухецька Крістіна Вікторівна, Сагайдак Михайло Петрович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	09.10.2024 р. – 11.10.2024 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://sumdu.edu.ua/images/content/general/accreditation/sumdu_doctor_marketing_self-esteem.pdf
Програма візиту експертної групи	https://sumdu.edu.ua/images/content/general/accreditation/sumdu_doctor_marketing_visit-program.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

Під час акредитаційної експертизи із використанням технічних засобів відеозв'язку в Сумському державному університеті (далі по тексту звіту - СумДУ), було встановлено, що на ОНП «Маркетинг» на момент проведення акредитації навчається 29 здобувачів очної (денної та вечірньої) форм здобуття освіти. СумДУ увійшов до рейтингу Times Higher Education за версією World University Rankings 2025 (топ 801-1000 позицій світового рейтингу) і посідає першу сходинку серед ЗВО України. СумДУ одним із перших в Україні створив систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, сформував експертні ради роботодавців за кожною спеціальністю, запровадив технології електронної педагогіки, зокрема «змішаного навчання», реалізував модель управління університетом на принципах системно-мотиваційного та інформаційного менеджменту. ЕГ констатує, що в СумДУ створене сприятливе для реалізації ОНП «Маркетинг» організаційне, інформаційне, дистанційно-комунікаційне, безпекове та матеріально-технічне середовище, що дозволяє здобувачам успішно реалізувати, як освітню, так і наукову складову ОНП. Наявні власне інтегроване середовище АСУ «Університет», що включає електронні особисті кабінети викладачів і здобувачів, системи електронного навчання (e-learning), uMix, OCW, LecturED, інформаційну бібліотечну систему та ліцензовані електронні платформи та програмні продукти (Zoom, StrikePlagiarism, Turnitin). Механізми визнання результатів попереднього навчання, неформальної освіти доступні, а правила прийому прозорі та недискримінаційні. Регулярно ведеться робота з удосконалення змісту ОНП та окремих ОК з врахуванням кращих практик, результатів наукових досліджень, пропозицій здобувачів і рекомендацій заінтересованих сторін, а також участі НПП у міжнародних проектах та стажуваннях. Доброзичливість у комунікаційній взаємодії усіх учасників освітнього процесу, сформовані освітнє середовище і культура якості в цілому сприяють реалізації ОНП. На сайті СумДУ (<https://sumdu.edu.ua/>) розміщена необхідна для реалізації ОНП інформація. Опитування здобувачів вищої освіти, з метою удосконалення ОНП, проводиться періодично, методом анонімних опитувань. ОНП «Маркетинг», яка за змістом та структурою ОК є логічно побудованою, перелік задекларованих компетентностей і ПРН дозволяють досягти ПРН, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, є унікальною в аспекті впровадження сучасних дослідницьких технологій, включаючи розвиток soft skills, зокрема дослідженню питань нейромаркетингу, в інтеграції з іноземними ЗВО-партнерами. Задекларована Програма роботи експертної групи виконана без перешкод та у повному обсязі, а результати роботи експертної групи, що викладені в звіті, дозволяють стверджувати, що ОНП «Маркетинг» в цілому узгоджена та демонструє високий рівень відповідності критеріям оцінювання, з недоліками, що не є суттєвими.

Недоліки

Суттєвих недоліків, що впливали б на недотримання Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, не виявлено. В цілому освітньо-наукова діяльність за ОНП «Маркетинг» відповідає вимогам Положення про акредитацію освітніх програм, з недоліками, що не є суттєвими. В ОНП «Маркетинг» не в повному обсязі висвітлено її особливості, які зведено лише до «можливості міжнародної мобільності», а також на виконання п. 6 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради ЗВО, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії (від 12.01.2022 р. №44, зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ від 03.05.2024 р. №507), не відображено максимальний та/або мінімальний обсяг основного тексту дисертації відповідно до специфіки галузі знань 07 Управління та адміністрування та спеціальності 075 Маркетинг, які в СумДУ затверджені рішенням Ради із забезпечення якості вищої освіти ННЦ ПКВК від 26.08.2022р. №1.

Рекомендації

На основі проаналізованих ЕГ відомостей про самооцінювання, аналізування документів, розміщених у відкритому доступі на сайті СумДУ, наданої інформації на запити ЕГ, а також за результатами проведених фокус-груп, згідно узгодженої програми візиту, ЕГ рекомендує: 1) доповнити профіль ОНП «Маркетинг», в частині особливостей програми, окрім зазначеної «можливості міжнародної мобільності» (стор. 6), розширеними можливостями, що створені для реалізації наукових досліджень споживачької поведінки та нейромаркетингу, що можуть бути реалізовані на базі поведінкової лабораторії та маркетингового центру, у т.ч. в колаборації з іноземними ЗВО-партнерами; 2) на виконання п. 6 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради ЗВО, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, в ОНП «Маркетинг» відобразити максимальний та/або мінімальний обсяг основного тексту дисертації відповідно до специфіки галузі знань 07 Управління та адміністрування та спеціальності 075 Маркетинг, який в СумДУ затверджений рішенням Ради із забезпечення якості вищої освіти ННЦ ПКВК від 26.08.2022р.; 3) розмістити на веб-сторінці Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації у вкладці «Академічна мобільність» Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та Положення про Perezарухування результатів навчання здобувачів вищої освіти СумДУ, отриманих у неформальній освіті, покрокову процедуру чи алгоритм визнання ПРН та кваліфікацій у межах ОНП «Маркетинг», а також форми необхідних документів для оформлення академічної мобільності та Perezарухування результатів навчання; 4) розмістити на сайті кафедри маркетингу СумДУ силбуси ОК, які викладаються на ОНП «Маркетинг» у відкритому доступі для інших зацікавлених сторін (наприклад, потенційних вступників); 5) періодично оновлювати перелік запрошених до взаємодії стейкхолдерів, зокрема представниками ЗВО України та іноземних ЗВО-партнерів, на базі яких реалізуються програми

міжнародної мобільності з метою усестороннього урахування тенденцій розвитку ринку освітніх послуг та, зокрема ЗВО, що здійснюють підготовку здобувачів за спеціальністю 075 Маркетинг, і які зацікавлені у працевлаштуванні докторів філософії. Також анонсувати всі зустрічі з представниками роботодавців, професіоналами-практиками та експертами галузі маркетингу і розміщувати інформацію про результати таких зустрічей на веб-ресурсах (вкладка «Аспірантам»); 6) вдосконалювати систему моніторингу забезпечення якості освіти шляхом розширення аналітичних можливостей та посилення зворотного зв'язку з усіма учасниками освітнього процесу беручи до уваги досвід реалізації ОНП іншими українськими ЗВО, не обмежуючись лише НАУ та НУ «Львівська політехніка», а також іноземних ЗВО-партнерів в напрямку реалізації проєктів нейромаркетингу, використовуючи наявні у СумДУ можливості поведінкової лабораторії та маркетингового центру, реалізуючи проєкти подвійного керівництва аспірантами.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проєктування освітньої програми:

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

Зміст ОНП «Маркетинг» дозволяє забезпечити досягнення ПРН, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (<https://cutt.ly/F4JoVj1>). Зокрема ПРН 1-9 відповідають Стандарту вищої освіти, та додатково сформульовані ПРН 10-12, що зорієнтовані на визначення і оцінювання трендів сталого розвитку при плануванні та здійсненні маркетингових досліджень для розв'язання наукових завдань; розроблення та дослідження економіко-математичних та комп'ютерних моделей процесів і систем для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу, а також на застосування інноваційних науково-педагогічних технологій в освітньому процесі з дотриманням норм академічної етики та доброчесності. Ця відповідність забезпечується структурою, переліком та змістовним наповненням ОК.

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

Професійний стандарт відсутній. Присвоєння професійних кваліфікацій ОНП «Маркетинг» не передбачає.

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

В ОНП «Маркетинг» сформульована її мета - забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців нової формації у сфері маркетингу, які спроможні виявляти, формулювати та вирішувати комплексні завдання у сфері маркетингової діяльності, володіють компетентностями та навичками, достатніми для вирішення практично значущих проблем, застосовують сучасну методологію та інструментарій педагогічної та наукової діяльності, що трансформуються в теоретично та практично цінні результати, які мають наукову новизну (<https://op.sumdu.edu.ua/#/programm/2974>), що корелює зі Стандартом вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг (затверджений та введений в дію наказом МОН України від 07.04.2022 р. №313, <https://cutt.ly/F4JoVj1>), а також з метою діяльності, визначеною Статутом СумДУ (нова редакція затверджена Наказом Міністерства освіти і науки України від 26.12.2023 № 1564, <http://surl.li/qncvvc>, п. 2.2, розділу 2, стор. 3). Також мета ОНП узгоджена з місією та стратегією, визначеними в Стратегічному плані СумДУ на 2020 – 2026 рр. (стор. 10, <http://surl.li/xbfjfr>).

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

Під час фокус-груп було встановлено, що представники роботодавців (Прошкін Д., Пантілеєв В., Нестеренко В., Олефіренко О., Почкун В.), академічна спільнота, а також здобувачі (Ус Я.О., Нестеренко В.І. 4-й рік навчання, Лляшенко А.Г., Іскаков А.А. 3-й рік навчання) брали безпосередню участь в обговоренні ОНП, що підтверджує залучення заінтересованих сторін до формування мети, ОК та ПРН ОНП «Маркетинг». Зокрема аспірант Нестеренко В. (зустріч 3, 5) підтвердив, що було враховано його пропозицію щодо запровадження ОК «Споживацька поведінка», спрямованої на формування професійних компетентностей аспірантів. Представники роботодавців, академічний персонал кафедри та здобувачі приймають участь у формуванні освітніх компонентів, програмних результатів навчання, що підтверджується рецензією-відгуком на ОНП (Пантілеєв В.), а також протоколом засідання кафедри маркетингу (протокол №2 від 23.04.2023 р. – надано на запит ЕГ два рази за змістом протоколи, які мають однакові номери та дати засідання кафедри). Також ЕГ констатує, що за результатами проведених фокус-груп з гарантом, академічним та адміністративним персоналом, в СумДУ в межах Центру забезпечення якості вищої освіти проводиться аналіз підготовлених акредитаційних матеріалів. ЕГ зазначає, що відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (Версія 03) - <http://surl.li/rhedgc>, в розділі 2. Реалізація освітньої складової на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти у СумДУ, п. 2.1.5. зазначено, що «моніторинг, періодичний перегляд та модернізація ОНП регулюються Положенням про освітні програми вищої освіти СумДУ та Методичною інструкцією «Загальні вимоги до структури, змісту та оформлення освітніх програм», деталізовано питання щодо оприлюднення ОП, їх ОК та інформації про дотримання Ліцензійних вимог, а також в п. 2.1.7. визначена Політика і система забезпечення якості вищої освіти формують нормативну основу для процедур внутрішньої системи забезпечення якості ОНП, та зазначено процедури здійснення моніторингу, періодичного перегляду та модернізації ОНП з метою підтвердження її актуальності з урахуванням світових тенденцій розвитку галузі знань і затребуваності на ринку праці, підвищення ефективності організації освітнього процесу й задоволення потреб здобувачів вищої освіти через систему внутрішнього моніторингу та зовнішнього оцінювання. Здобувачі під час зустрічі засвідчили те, що ознайомлені з ОНП «Маркетинг» в редакції 2024р., і долучаються до її обговорення на засіданнях кафедри, а також шляхом анонімного опитування. ЕГ констатує, що цілі ОНП, ЗК та ФК, а також ПРН визначаються в цілому з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін.

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

За результатами фокус-груп (зустрічі 1, 2, 4, 5, 6), ЕГ констатує, що мета ОНП та ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності 075 Маркетинг, галузевого та регіонального контексту ринку праці Сумщини, а також досвіду українських та іноземних ОП. Представники роботодавців, а саме Олефіренко О., д.е.н, професор кафедри маркетингу (зустріч 5), зазначив, що на ТОВ «Технохім», директором якого він є, створено філію кафедри маркетингу, а Прошкін Д., як голова Експертної ради роботодавців, зазначив, що представники бізнесових структур залучаються до обговорення тем дисертацій, участі у проведеннях маркетингових досліджень, майстер-класів та воркшопів з аспірантами. Це сприяє врахуванню запитів представників бізнесу та дозволяє при підготовці аспірантів враховувати тенденції галузевого та регіонального контексту ринку праці. Також, гарант ОНП, завідувачка кафедри маркетингу та представники роботодавців підтвердили, що цілі ОНП «Маркетинг» базуються на формуванні системи партнерських відносин «університет – бізнес». Реалізація цього відбувається у взаємодії академічного середовища СумДУ з представниками бізнесу, оскільки представники роботодавців є, як аспірантами (Нестеренко В., Пантілеєв В.), так і штатними працівниками кафедри маркетингу (Олефіренко О.). В відомостях СО зазначено та на фокус-групах підтверджено, що випускники ОНП є затребуваними в різних секторах економіки, зокрема на посадах маркетинг-директорів, аналітиків ринку, бренд-менеджерів, що також враховує галузевий контекст ринку праці, проте не зазначено, чи зацікавлені в працевлаштуванні випускників регіональні ЗВО, оскільки на фокус-групі 5 не було представників роботодавців від ЗВО. На фокус-групах (зустрічі 1, 6) підтверджено, що в процесі розробки та оновлення ОНП враховано досвід Національного авіаційного університету та Національного університету «Львівська політехніка», з якими у 2021 р. СумДУ було укладено договори про співпрацю. Взаємодія з представниками академічної спільноти, у т.ч. закордонних ЗВО, таких як Ризький технічний університет (Латвія), Сілезький технологічний університет (Польща), Університет Фоджі (Італія), Університет екології та управління у Варшаві (Польща), Університет Тарту (Естонія), Університет Кіпру, Державний університет ім. С. Шашіца (Польща), Університет економіки та культури (Латвія), Університет Мішкольца (Угорщина), Інститут мистецтва, дизайну та технологій Дун Лаогара (Іспанія), дозволяє враховувати сучасні тенденції розвитку науки та спеціальності 075 Маркетинг. Врахуванням тенденцій розвитку маркетингової науки, галузевого та регіонального контексту ринку праці, а також досвіду аналогічних українських та іноземних ОП сприяло включенню до ОНП таких обов'язкових ОК, як «Глобальні тренди в маркетингу», «Споживацька поведінка», контент яких відображає у т.ч. сучасні тенденції маркетингових досліджень і цілі сталого розвитку.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП «Маркетинг» та освітньо-наукова діяльність СумДУ за цією ОНП в цілому є узгодженою за підкритеріями 1.1, 1.3 та 1.4 Критерію 1. Позитивними практиками за даним Критерієм є: застосування інноваційних науково-педагогічних технологій в освітньому процесі з дотриманням норм академічної етики та доброчесності, культури наукової української мови та організації і оприлюднення результатів наукових досліджень, що досягаються такими ОК, як ОК 2, 3, 4,10; розроблене Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ, в якому відображено комплексний підхід не лише до організації освітнього процесу аспірантів, а й зазначено процедури здійснення моніторингу, періодичного перегляду та модернізації ОНП з метою підтвердження її актуальності з урахуванням світових тенденцій розвитку галузі знань та затребуваності на ринку праці, підвищення ефективності організації освітнього процесу і задоволення потреб здобувачів вищої освіти через систему внутрішнього моніторингу й зовнішнього оцінювання; створення філії кафедри маркетингу на ТОВ «Технохім» з залученням представників роботодавців до перегляду ОНП; функціонування в СумДУ поведінкової лабораторії та маркетингового центру для здійснення наукових досліджень з нейромаркетингу, зокрема проведення досліджень когнітивних, емоційних та поведінкових реакцій споживачів.

Недоліки

До недоліків, що несуттєво впливають на якість та результати освіти, слід віднести: в процесі розробки та оновлення ОНП враховано досвід лише двох українських ЗВО; наявні технічні помилки при підготовці протоколів засідань кафедри, на яких розглядаються питання результатів анкетування здобувачів і наданих ними пропозицій щодо удосконалення ОНП (наданих на запит ЕГ); особливості програми не відображають всі її можливості для реалізації творчого і наукового потенціалу аспірантів у проведенні досліджень когнітивних, емоційних та поведінкових реакцій споживачів на базі філії кафедри маркетингу на ТОВ «Технохім», поведінкової лабораторії та маркетингового центру СумДУ.

Рекомендації

В ОНП «Маркетинг», як особливості програми зазначено: «можливість міжнародної мобільності», дійсно співпраця з іноземними ЗВО-партнерами сприяє реалізації проєктів міжнародної академічної мобільності, проте ЕГ рекомендує при перегляді ОНП, до особливостей віднести можливість, створені функціонуванням поведінкової лабораторії та маркетингового центру СумДУ для здійснення наукових досліджень з нейромаркетингу, зокрема проведення досліджень когнітивних, емоційних та поведінкових реакцій споживачів у колаборації з Інститутом мистецтва, дизайну та технологій Дун Лаогара (Іспанія). Кафедрі маркетингу, на якій реалізується ОНП «Маркетинг» в процесі розробки та оновлення ОНП враховувати також досвід інших провідних ЗВО країни, які мають наукові школи і вагомий досвід у підготовці докторів філософії з маркетингу. Також кафедри маркетингу слід звернути увагу на створення можливостей для працевлаштування всіх випускників ОНП «Маркетинг» (29 здобувачів), шляхом формування і оновлення переліку роботодавців представниками різних установ, підприємств і організацій, що є заінтересованими сторонами (стейкхолдерами), а саме ЗВО, промислових підприємств, підприємств сфери послуг регіону, установ та організацій, що дозволятиме цілком урахувати тенденції розвитку ринку праці та розвитку ринків В2В, В2С, В2А, особливо у період ревіталізації економіки.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Обсяг ОНП та окремих ОК (у кредитах ЄКТС) відповідає вимогам законодавства щодо обсягу ОП для третього (освітньо-наукового) рівня та відповідного стандарту вищої освіти. Стандартом ВО для третього (освітньо-наукового) рівня галузі знань 07 Управління і адміністрування спеціальності 075 Маркетинг (затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. №313) зазначено: «освітньо-наукова програма складається з освітньої та наукової складових. Нормативний строк підготовки доктора філософії в аспірантурі становить чотири роки. Обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії становить 30-60 кредитів ЄКТС». ОНП зі строком навчання 4 роки, поділена на освітню та наукову складові, має 60 кредитів ЄКТС, серед яких 45 кредитів – обов'язкові освітні компоненти (з них циклу загальної підготовки – 27 кредитів ЄКТС, циклу професійної підготовки – 15 кредитів ЄКТС, циклу практичної підготовки – 3 кредити ЄКТС), вибіркові освітні компоненти – 15 кредитів ЄКТС (з них циклу загальної підготовки – 5 кредитів ЄКТС, циклу фахової підготовки – 10 кредитів ЄКТС). Передбачено вибір трьох ОК за вибором по 5 кредитів ЄКТС кожна (2 семестр – ВК циклу загальної підготовки, 3 і 4 семестри – ВК циклу фахової підготовки).

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

Зміст ОНП та ОК, які до неї включені становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та ПРН. Наведені в структурно-логічній схемі ОНП ОК логічно взаємопов'язані між собою та мають зазначені семестри, в яких вивчаються відповідні дисципліни. У 1 сем. здобувачі вивчають обов'язкові ОК1, ОК2, ОК3, ОК6. У 2 сем. – 1 вибірково ОК та обов'язкові ОК4, ОК6, ОК7. У 3 сем. – 1 вибірково ОК та обов'язкові ОК 5, ОК 8, ОК 9. У 4 сем. – 1 вибірково ОК і обов'язкову ОК 10. Протягом 1-4 років навчання міститься наукова складова. ОНП містить загальні компетентності (ЗК1 забезпечується ОК1, ОК3, ОК6, ОК10; ЗК2 – ОК3, ОК5, ОК8, ОК9; ЗК3 – ОК2, ОК4, ОК5, ОК6; ЗК4 – ОК1, ОК5, ОК8, ОК9, ОК10), спеціальні (фахові) компетентності (ФК01 забезпечується ОК3, ОК8, ОК10; ФК02 – ОК1, ОК2, ОК3, ОК6; ФК03 – ОК5, ОК7, ОК8, ОК9; ФК04 – ОК2, ОК4, ОК6; ФК05 – ОК5, ОК7, ОК10; ФК06 – ОК1, ОК7, ОК9; ФК07 – ОК7, ОК9, ОК10; ФК08 – ОК3, ОК6, ОК8) та програмні результати навчання (ПРН1 забезпечується ОК3, ОК6, ОК7, ОК8; ПРН2 – ОК5, ОК7, ОК8, ОК9; ПРН3 – ОК3, ОК5, ОК8; ПРН4 – ОК3, ОК7, ОК9, ОК10; ПРН5 – ОК2, ОК3, ОК6, ОК8; ПРН6 – ОК1, ОК4, ОК5, ОК10; ПРН7 – ОК2, ОК6, ОК9; ПРН8 – ОК3, ОК8, ОК9; ПРН9 – ОК1, ОК4, ОК10). ЕГ проаналізувала Матрицю відповідності ПРН відповідними компонентами, та дійшла до висновку, що всі ОК забезпечують досягнення ПРН. ОНП містить додаткові спеціальні (фахові) компетентності (ФК09 забезпечується ОК3, ОК6, ОК8; ФК10 – ОК1, ОК4, ОК7, ОК9, ОК10), додаткові програмні результати навчання (ПРН10 забезпечується ОК7, ОК8, ОК9; ПРН11 – ОК3, ОК7, ОК10; ПРН12 – ОК4, ОК10). Зміст ОНП забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей досягнення ПРН, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів на основі ОК1-ОК10. Щодо навчального плану «Маркетинг» за третім (освітньо-науковим) рівнем, що затверджений рішенням вченої ради СумДУ, протокол від 18.04.2024, №12, розподіл дисциплін за семестрами відповідає ОНП.

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

ЕГ встановлено, що зміст ОНП, перелік обов'язкових ОК відповідають предметній області визначеної для неї спеціальності 075 Маркетинг. Провівши аналіз силабусів, ЕГ встановила, що теоретичному змісту предметної області відповідають такі ОК, як «Глобальні тренди в маркетингу» (ОК7), «Моделювання в маркетингу» (ОК8), «Споживацька поведінка» (ОК9), практичну область ОНП складають – «Педагогічна практика за професійним спрямуванням» (ОК10); а такі ОК, як «Філософія науки» (ОК1), «Культура наукової української мови» (ОК2), «Організація наукових досліджень і оприлюднення їх результатів» (ОК3), «Педагогічна діяльність у вищій школі» (ОК4), «Управління науковими проектами» (ОК5), «Англійська мова академічного спрямування» (ОК6), крім практичних навичок, забезпечують формування аналітичних, комунікативних, мовленнєвих, педагогічних, управлінських, інформаційних компетентностей. При вивченні ОК застосовуються бібліотечні фонди, комп'ютерні системи та мережі, мультимедіа, відео- і звуковідтворювальна, проєкційна апаратура, прикладне програмне забезпечення, інформаційно-комунікаційні системи, платформа «Міх», які необхідні для якісної підготовки здобувачів ВО (згідно відомостей СО, табл. 1). Усі силабуси обов'язкових ОК (<http://surl.li/nfctcm>) знаходяться на сторінці кафедри маркетингу СумДУ, а також на платформі МІХ. ЕГ встановила, що зміст ОНП відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності.

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

Нормативні документи, які регулюють освітню траєкторію розміщені у відкритому доступі: Положення про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/hjmwqf>), Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/wfnfxl>). ЕГ встановила, що ОНП дає можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, через індивідуальний вибір здобувачів ВО ОК, через реалізацію права на вільне виконання наукових досліджень за запропонованою кафедрою тематикою та під керівництвом обраного керівника. Каталог дисциплін за вибором розміщено на сайті СумДУ (<http://surl.li/jlzlwe>; <http://surl.li/xeclwz>). На сайті кафедри маркетингу СумДУ розміщено каталог вибірково навчальних дисциплін циклу загальної і професійної підготовки за спеціальністю 075 Маркетингу третього рівня вищої освіти на 2024-2025 н.р (<http://surl.li/whnoki>). Індивідуальна освітня траєкторія відображена в індивідуальних навчальних планах здобувачів (надані на запит ЕГ), які містять інформацію про перелік і послідовність вивчення ОК, обсяг навчального навантаження в кредитах за семестр, відмітки про зарахування у вигляді оцінок за 100-бальною шкалою, національною шкалою та шкалою ЄКТС. Вибір НД відбувається відповідно до Положення про реалізацію права здобувачів вищої освіти на вибір навчальних дисциплін у СумДУ (наказ ректора №1372-І від 17.12.2021 р. <http://surl.li/zapuif>). Згідно ОНП та НП здобувачі обирають 3 ВД загальним обсягом 15 кредитів – по 1 дисципліні у

2,3 та 4 семестрах. Свій вибір ОК здобувачі реалізують через «Електронний особистий кабінет» на платформі «Міх», закладка «Індивідуальна траєкторія навчання» (підтверджено на фокус-групі зі здобувачами ВО). Після обрання ОК вноситься до індивідуального плану здобувача та є обов'язковою до вивчення. За потреби здобувачі можуть отримати консультацію від наукового керівника або гаранта ОНП щодо обрання вибіркової дисципліни для посилення сфери наукових інтересів галузевого спрямування. На зустрічі з ЕГ здобувачі були знайомі з процедурою вибору дисциплін і називали ОК, які вони обрали.

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

Практична підготовка здобувачів за ОНП здійснюється на основі опанування ОК10. Педагогічна практика за професійним спрямуванням та залученості здобувачів до аудиторних занять в Поведінковій лабораторії (<http://surl.li/vqunxv>) та Маркетинговому центрі (<http://surl.li/yvzhlv>). Відповідно до ОНП та НП, практична підготовка здобувачів вищої освіти є обов'язковим ОК циклу професійної підготовки (ОК10), формує досвід застосування відповідних умінь, знань та навичок здійснення педагогічної діяльності з урахуванням професійних наукових інтересів здобувачів. Практична підготовка регламентується Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/dnqkre>), Положення про педагогічну практику за професійним спрямуванням здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/qfnfki>). Обсяг практичної підготовки згідно ОНП і НП 2024 (<http://surl.li/sqxolf>) – 3 кред. ЄКТС, форма підсумкового контролю – диференційований залік, захист звіту. Згідно ОНП і НП 2022 обсяг практичної підготовки складає 4 кред. ЄКТС (<http://surl.li/houhxvw>). Під час фокус-груп 1, 4, 6 ЕГ з'ясувала, що скорочення кредитів ЄКТС з ОК10 у 2024 році відбулося на користь ОК4 (підтвердження – Витяг з протоколу №3 Ради із забезпечення якості вищої освіти – отримано на запит ЕГ). Практична підготовка проходить на базі кафедри маркетингу СумДУ, де працюють наукові керівники здобувачів ВО. Відповідно до силябусу ОК10, мета – набуття здобувачами ВО досвіду педагогічної та навчально-методичної діяльності за освітньою програмою маркетинг, розвиток професійних компетентностей щодо здійснення педагогічної діяльності, закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих під час вивчення дисциплін циклу професійної підготовки, набуття досвіду самостійної навчально-педагогічної роботи, застосування сучасних освітніх технологій, способів активізації освітньої діяльності та опанування професійної риторики. Зразок щоденника практики міститься на сайті кафедри (<http://surl.li/ahwvlo>). Відповідно до наданих ЕГ на запит документів звіт з педагогічної практики за професійним спрямуванням містить: план проходження практики, який передбачає перелік видів робіт та кількість годин практичної підготовки по тижням, містить підписи аспіранта, керівника практики та дату і номер протоколу засідання кафедри; звіт з педагогічної практики за професійним спрямуванням містить перелік видів робіт, заплановану і фактичну кількість годин, детальну інформацію за видами діяльності, висновок аспіранта, висновок керівника практики, рецензію на відкрите заняття аспіранта, заліковий лист результатів, який містить отримані бали за відкрите заняття та методичну розробку. ЕГ на сайті кафедри (<http://surl.li/tuxohj>) – було виявлено РП/силябус без вихідних даних щодо рішення Ради з якості та даних про рецензування та погодження, про що було озвучено на фінальній зустрічі, однак ЗВО оперативно виправив це зауваження.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

Набуття соціальних навичок реалізується шляхом планування освітніх компонент ОНП, спрямованих на формування світоглядних та соціальних навичок (ОК2 – ОК6, ОК10). Під час зустрічі з ЕГ здобувачі ВО підтвердили свою участь у науково-практичних конференціях та інших наукових заходах, роботу в Поведінковій лабораторії (<http://surl.li/vqunxv>), Маркетинговому центрі (<http://surl.li/yvzhlv>), залученість до міжнародних проєктів, де здобувачі напрацьовують комунікативні, поведінкові, лідерські, емоційні навички. Наукова складова також має одним із завдань набуття соціальних навичок упродовж періоду навчання (презентація та обов'язкове обговорення результатів досліджень на регулярних наукових семінарах, а також конференціях та інших наукових заходах, участь у міжнародних дослідницьких проєктах та програмах обміну).

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

Обсяг ОНП відповідає Закону України «Про вищу освіту», Стандарту ВО для третього (освітньо-наукового) рівня галузі знань 07 «Управління і адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» (затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. № 313) (<http://surl.li/oobmbj>). Обсяг окремих освітніх компонентів ОНП відповідає фактичному навантаженню здобувачів та є відповідним для досягнення програмних результатів навчання. Навчальне навантаження включає час, витрачений на відвідування аудиторних занять, самостійну роботу, практичну підготовку. Навантаження здобувачів впродовж семестру складається з контактних годин (лекцій, практичних занять, консультацій тощо), самостійної (індивідуальної) роботи, на які розподіляються кредити, встановлені для ОК. Серед контактних годин по ОК переважають лекції (ОК1 Філософія науки: 30 год. лекцій, 20 год. практичних занять; ОК3 Організація наукових досліджень і оприлюднення їх результатів: 20 год. лекцій, 20 год. практичних занять; ОК4 Педагогічна діяльність у вищій школі: 20 год. лекцій, 20 год. практичних

занять; ОК5 Управління науковими проектами: 30 год. лекцій, 20 год. практичних занять; ОК7 Глобальні тренди в маркетингу: 30 год. лекцій, 20 год. практичних занять; ОК8 Моделювання в маркетингу: 30 год. лекцій, 20 год. практичних занять; ОК9 Споживацька поведінка: 30 год. лекцій, 20 год. практичних занять). Решта ОК мають лише практичні заняття (ОК2 Культура наукової української мови: 30 год. практичних; ОК6 Англійська мова академічного спрямування: 80 год. практичних). Під час фокус-групи 4 і 6 ЕГ було з'ясовано, що лекційні заняття мають формат інтерактивної лекції, лекції-семінара, лекції-дискусії. Розподіл годин за видами роботи є в силабусах до кожного ОК. Обсяг освітньої складової (ОК, які входять до навчального плану) складає 60 кредитів ЄКТС, серед яких 45 кредитів - обов'язкові освітні компоненти (з них 3 кредити практична підготовка), 15 кредитів - це 3 вибіркові ОК. Розподіл аудиторних годин та годин самостійної роботи з ОК ОНП визначається у навчальному плані. Фактичне навантаженням (включно із самостійною роботою) – 1800 годин, аудиторне навантаження – 570 години (31,7%), самостійна робота 1230 годин (68,3%). Зміст самостійної роботи здобувачів зазначено в силабусах освітніх компонент. Водночас, в силабусах окремих ОК допущено технічні помилки щодо зазначених пререквізитів вивчення дисципліни. Так, в силабусі ОК3 Організація наукових досліджень і оприлюднення їх результатів (1 сем.) зазначений пререквізит ОК2 Культура наукової української мови (1 сем.); в ОК5 Управління науковими проектами (3 сем.) зазначений пререквізит, який відсутній в ОНП 2024, а саме Методологія та методи наукових досліджень; в ОК7 Моделювання в маркетингу (3 сем.) передумова для вивчення відсутня, хоча згідно структурно-логічній схемі ОНП відзначний пререквізит ОК7 Глобальні тренди в маркетингу. Тому ЕГ рекомендує гаранту усунути технічні помилки у силабусах ОНП на 2024-2025 н.р.

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

Структура ОП та освітні компоненти (ОК3, ОК4, ОК6, ОК8, ОК9) забезпечують практикоорієнтованість, яка реалізується під час аудиторних занять із використанням реальних кейсів, проектів та завдань, що імітують ситуації з професійного життя, практичних занять у Поведінковій лабораторії, Маркетинговому центрі СумДУ, філії кафедри маркетингу ТОВ «Технохім». Під час огляду матеріально-технічної бази Гарантом та завідувачкою кафедри було продемонстровано комп'ютерні класи лабораторії та устаткування. На фокус-групі зі здобувачами ВО було підтверджено залучення до викладання окремих тем ОК фахівців-практиків, в т.ч. іноземних. Підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою за ОНП «Маркетинг» в СумДУ не здійснюється. За результатами зустрічі з роботодавцями ТОВ «Технохім», Міжнародна компанія МХП підтвердили свою зацікавленість у розвитку дуальної форми освіти даної ОНП в СумДУ.

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

ОНП забезпечує набуття здобувачів ВО компетентностей, направлених на досягнення глобальних Цілей сталого розвитку до 2030 року, визначених резолюцією ООН. Зокрема, ФК10 передбачає здатність аналізувати соціальні, культурні, глобальні, етичні та екологічні тренди при проведенні маркетингових досліджень, а ПРН 10 – спроможність інтегрувати ці тренди для вирішення наукових завдань. Це забезпечується через вивчення ОК3, ОК7, ОК8 та ОК9, які включають теми зеленої поведінки та зеленого маркетингу, а також через виконання дисертацій з цієї тематики. СумДУ займає 2 місце серед українських університетів у рейтингу Green Metrics (<http://surl.li/isgigi>), має розроблену низку локальних актів, пов'язаних із екологічною політикою (<http://surl.li/sspasz>), яка складається із Екологічної політики СумДУ (<http://surl.li/aehakg>), комплексної цільової програми «Енергоефективний СумДУ» (<http://surl.li/anizpv>), положення «Про матеріальне стимулювання колективів і окремих працівників СумДУ за економію паливно-енергетичних ресурсів» (<http://surl.li/brsuja>), Програми управління відходами (<http://surl.li/eoqbed>), наказів «Порядок організації роздільного збирання відходів паперу у СумДУ» (<http://surl.li/pvocdt>), «Про упорядкування збору утильсировини» (<http://surl.li/frnfg>). Здобувачі ВО беруть участь у науково-дослідних проектах з Цілей сталого розвитку, що посилює практичний аспект ОНП і готує фахівців для вирішення глобальних викликів. Так, здобувачі ВО 4 року навчання була виконавцем НДР на тему: «Зелене інвестування: коінтеграційна модель трансмісійних ESG-ефектів у ланцюзі «зелений бренд України – соціальна відповідальність бізнесу», «Моделювання механізмів мінімізації розривів енергоефективності в контексті Цілей сталого розвитку: комунікативна мережа взаємодії стейкхолдерів».

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

За результатом акредитаційної експертизи, ЕГ дійшла висновку, що ОНП «Маркетинг» в цілому є узгодженою за підкритеріями 2.1-2.9 Критерію 2. ОНП «Маркетинг» поділена на освітню та наукову складові, що забезпечує систематичну підготовку здобувачів. ОК взаємопов'язані і дають можливість досягти заявлених ПРН. В процесі реалізації ОНП передбачено вибір дисциплін здобувачами ВО, що сприяє формуванню індивідуальної освітньої

траєкторії. ОНП включає ОК, що сприяють формуванню соціальних, комунікативних та лідерських навичок, через участь у наукових заходах, лабораторних дослідженнях та міжнародних проєктах. Структура ОНП орієнтована на практичну підготовку, зокрема через використання кейсів, проєктних завдань та практичних занять у спеціалізованих лабораторіях. ОНП забезпечує здобуття компетентностей для досягнення Цілей сталого розвитку, включаючи аналіз соціальних, екологічних та економічних трендів, розроблено Екологічну політику СумДУ, комплексну цільову програму «Енергоефективний СумДУ», Положення «Про матеріальне стимулювання колективів і окремих працівників СумДУ за економію паливно-енергетичних ресурсів», Програму управління відходами, накази про порядок організації роздільного збирання відходів паперу у СумДУ, про упорядкування збору утильсировини.

Недоліки

На сайті кафедри маркетингу у вкладці «Практична підготовка та державна атестація» – «Силабус» виявлено РП/силабус без вихідних даних щодо рішення Ради з якості та даних про рецензування та погодження, однак ЗВО оперативно виправив це зауваження. В силабусах окремих ОК допущено технічні помилки щодо зазначених пререквізитів вивчення дисципліни (ОК3, ОК5, ОК7).

Рекомендації

ЕГ рекомендує додати в ОНП «Маркетинг» до р.1.3 «Характеристика освітньої програми. Основний фокус освітньої програми та спеціалізації»: 1) орієнтацію на компетентності викладацької роботи у закладах вищої освіти, 2) з урахуванням зазначеної в ОНП мети - "забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців нової формації у сфері маркетингу, які спроможні виявляти, формулювати та вирішувати комплексні завдання у сфері маркетингової діяльності, володіють компетентностями та навичками, достатніми для вирішення практично значущих проблем...", додати інформацію про основний фокус ОНП, пов'язаний з напрямом наукових інтересів кафедри маркетингу СумДУ, а саме вивченням споживчої поведінки та нейромаркетингом. ЕГ рекомендує гаранту та НПП, що здійснюють викладання за ОК, усунути технічні помилки у силабусах ОНП «Маркетинг» на 2024-2025 н.р.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

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

Правила прийому до СумДУ в 2024 р. є чіткими, зрозумілими і такими, що не містять дискримінаційних положень, розміщені на офіційному веб-сайті (<http://surl.li/olxcqr>). В Правилах прийому на навчання у 2024 році (зі змінами від 28.06.2024р.), у розділі 4 зазначено Правила прийому до аспірантури (<http://surl.li/ihmjnx>), зокрема вимоги до освітнього рівня вступників, джерела фінансування здобуття ступеня доктора філософії, строки прийому заяв та документів, конкурсного відбору та зарахування на навчання, порядок прийому заяв та документів для участі у конкурсному відборі на навчання, його організація, проведення, прийом за направленням на місце, виділені іншим ЗВО, спеціальні умови участі у вступній кампанії, рейтингові списки вступників та рекомендації до зарахування, реалізація права вступників на обрання місця навчання тощо. Нормативний строк підготовки доктора філософії в аспірантурі незалежно від форми здобуття освіти становить чотири роки. Доступність до отримання вищої освіти через прийом до аспірантури для особливих категорій громадян, іноземців та осіб без громадянства (п. 4.1.6, стор. 101-102 Правил прийому у 2024 р.), регулюється Умовами прийому та іншими чинними нормативно-правовими документами. Програми вступного іспиту під час вступу на навчання для здобуття ступеня «доктор філософії» зі спеціальності 075 Маркетинг (26.04.2024р., <http://surl.li/boioii>), містить типові питання з розділів, що виносяться на вступне випробування, структуру екзаменаційних завдань та розгорнуті критерії оцінювання, також містить інформацію для вступників щодо вимог до організації і проведення іспиту (форма, час, місце), наведений приклад екзаменаційного білету та список літератури за розділами.

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

Відповідно до п.4.1.1 та 4.1.2 розділу 4 Правил прийому на навчання у 2024 році (зі змінами від 28.06.2024 р.) організація прийому до СумДУ на навчання для здобуття освітнього ступеня доктора філософії покладена на

відбірковою комісією навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації СумДУ, яка враховує особливості ОНП. На навчання для здобуття ступеня доктора філософії приймаються вступники на основі НРК7, які здобули ступінь магістра (ОКР спеціаліста) - <http://surl.li/epktog>. Прийом на навчання здійснюється за конкурсом окремо за кожною ОНП та формою здобуття освіти незалежно від джерел фінансування (п. 4.2.3). Вступ за квотами для здобуття ступеня доктора філософії Правилами не передбачений (п. 4.1.7). Конкурсний відбір на навчання для здобуття ступеня доктора філософії на основі НРК7 здійснюється за результатами вступного іспиту зі спеціальності; тесту з іноземної мови ЄВІ; вступного іспиту з академічної української мови, досягнень у навчальній та/або науковій діяльності (п. 4.5.1). Врахування особливостей ОНП відбувається через виконання умов допуску до вступних випробувань у СумДУ на основі успішного складання ЄВІ в 2024 р. з оцінкою за тест з іноземної мови не менше ніж 130 балів або успішне складання ЄВІ в 2024 р. з оцінкою за тест загальної навчальної компетентності не менше ніж 160 балів. Конкурсний відбір проводиться на основі конкурсного бала (КБ) (з точністю до 0,001), який розраховується за формулою: $KB = 0,5 \times P1 + 0,2 \times P2 + 0,2 \times P3 + 0,1 \times DB$, де P1 – оцінка вступного іспиту із спеціальності (за 200-бальною шкалою); P2 – оцінка тесту з іноземної мови ЄВІ (за 200-бальною шкалою); P3 – оцінка вступного іспиту з академічної української мови (за 200-бальною шкалою); DB – додаткові бали за особливі успіхи у навчальній та/або науковій діяльності (не більше 200 балів) (п. 4.5.4). Також рішенням приймальної комісії додаткові бали за особливі успіхи у навчальній та/або науковій діяльності нараховуються як сума балів (але не більше 200 балів) за їх видами (наукові статті у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України (категорія А, Б) та у виданнях, що індексуються базами даних Scopus та/або Web of Science Core Collection; диплом призера Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт та/або Всеукраїнської студентської олімпіади; наявність охоронних документів), при цьому тематична спрямованість наукових статей, охоронних документів, конкурсів студентських наукових робіт, олімпіад повинна відповідати спеціальності, на яку здійснюється вступ (п. 4.5.7). Спеціальні умови участі у вступній кампанії на навчання для здобуття освітнього ступеня доктора філософії, наведені в п. 4.7 Правил прийому (<http://surl.li/qlevfo>).

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

В СумДУ, у межах ОНП «Маркетинг», передбачено здійснення визнання програмних результатів навчання, здобутих на інших освітніх програмах, зокрема під час академічної мобільності здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії. Таке визнання результатів навчання здійснюється на основі ЄКТС відповідно до «Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти» та «Положення про перезарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти Сумського державного університету, отриманих у неформальній освіті» (п. 4.2. Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (Версія 03) - <http://surl.li/rhedgc>). Визнання результатів навчання здобувачів фахової передвищої та вищої освіти за програмами академічної мобільності в ЗВО-партнерах також регулюється Положенням про академічну мобільність здобувачів фахової передвищої та вищої освіти Версія 05 (введено в дію наказом №0084-І від 12 лютого 2024 р., <http://surl.li/jtljif>). Перезарахування результатів навчання здобувачів фахової передвищої та вищої освіти здійснюється без додаткової атестації та здійснюється трансфер кредитів, отриманих у ЗВО-партнері під час участі у програмі академічної мобільності за освітніми компонентами, які внесені до Програми академічної мобільності, що є додатком до Договору академічної мобільності здобувача, який укладається між учасником програми та СумДУ до початку відповідної програми. ЕГ за результатами фокус-груп (зустріч 1, 3, 6), підтверджує, що визнання ПРН, здобутих на інших освітніх програмах, зокрема під час академічної мобільності, здійснюється відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать національному законодавству та міжнародним актам, є доступними для всіх учасників освітнього процесу, що підтвердили Ус Я.О. аспірантка 4-го року навчання (стипендіатка програм Латвійського уряду, Вишеградського фонду), гарант ОНП та Славко А.С. заступник начальника з навчально-методичної роботи та практики ННЦ ПКВК. Також аспіранти Нестеренко В., Ілляшенко А., Здойма А., Шафорост Ю. підтвердили, що брали участь у програмах віртуальної академічної мобільності з іноземними ЗВО-партнерами СумДУ. Процедура та прийняті рішення про визнання належним чином документуються відповідно до законодавства.

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

У Положенні про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (Версія 03), <http://surl.li/rhedgc>, в розділі 4 Зарахування результатів навчання, здобутих здобувачами під час неформальної освіти, а також під час реалізації права на академічну мобільність, визначено, що опанування здобувачами навчальних дисциплін може відбуватися на базі Університету, в рамках реалізації права на академічну мобільність – на базі інших закладів вищої освіти (наукових установ), а також під час неформальної освіти або самоосвіти. Особи, що уклали договори про навчання за програмою академічної мобільності, не відраховуються зі складу здобувачів вищої освіти на період реалізації права на академічну мобільність та обліковуються в ЄДБО (п. 4.1). Також в даному Положенні, зокрема зазначено, що здобувач, який підтвердив рівень знання іноземної мови, зокрема англійської,

дійсним сертифікатом тестів TOEFL, або International English Language Testing System, або сертифікатом Cambridge English Language Assessment, на рівні C1 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти, має право на зарахування відповідних кредитів, передбачених ОНП, як таких, що виконані у повному обсязі; на використання обсягу навчального навантаження, передбаченого для набуття мовних компетентностей, для здобуття інших компетентностей, за погодженням з науковим керівником (п. 4.3). Визнання результатів навчання здійснюється на основі ЄКТС відповідно до Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та Положення про перезарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти СумДУ, отриманих у неформальній освіті, а також Рішення Ради із забезпечення якості вищої освіти від 12.05.2022 р «Про розвиток системи неформальної освіти та порядок визнання отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання» та Порядку визнання результатів неформального та/або інформального навчання здобувачів (<https://bit.ly/4763Ui5>). Здобувачі на фокус-групі (зустріч 3), зазначили, що зарахована може бути як освітня компонента повністю, так і її складові (змістовні модулі, окремі теми). Результати навчання, здобуті під час програм віртуальної мобільності, були перезараховані в межах ОК7 «Глобальні тренди в маркетингу», ОК8 «Моделювання в маркетингу», ОК9 «Споживацька поведінка». Під час фокус-групи (зустріч 6) Крицька О.В., директор бібліотеки, зазначила, що СумДУ має акаунти на платформі Coursera для здобувачів, за умов успішного проходження курсу, що підтверджується отриманим сертифікатом, він може бути зарахований як результати, отримані у неформальній освіті або перезараховані.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП «Маркетинг» в цілому узгоджена за підкритеріями 3.1 - 3.4. Критерію 3. Інформація щодо Правил прийому на навчання знаходиться у відкритому доступі для усіх учасників освітнього процесу. В програмі вступного випробування на здобуття наукового ступеня доктор філософії зі спеціальності 075 Маркетинг відображено механізм інформування вступників до аспірантури на ОНП «Маркетинг», міститься опис вимог до порядку організації проведення іспиту, форми проведення іспиту (письмова тестова), часу на виконання завдань, наведено приклад екзаменаційного білету та список літературних джерел за останні 5 років. ЕГ констатує, що всі стейкхолдери мають вільний доступ до інформації, яка стосується ОНП «Маркетинг», Правил прийому до СумДУ на здобуття вищої освіти за цією ОНП, можливості та умов участі у програмах академічної мобільності здобувачів, перезарахування отриманих результатів навчання у інших ЗВО, внаслідок мобільності, а також результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, що врегульовані різними Положеннями СумДУ.

Недоліки

Суттєві недоліки за Критерієм 3 відсутні, проте ЕГ до несуттєвих недоліків може віднести відсутність на офіційних веб-ресурсах СумДУ покрокової процедури чи алгоритму визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій у межах ОНП «Маркетинг», здобутих на інших освітніх програмах, зокрема під час академічної мобільності, у т.ч. віртуальної, а також визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти.

Рекомендації

Систематично здійснювати інформування здобувачів ОНП про наявні можливості участі у програмах академічної мобільності, у т.ч. віртуальних, та перезарахування результатів навчання, отриманих ними у інших ЗВО-партнерах та неформальній освіті. Розмістити на веб-сторінці Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації (<https://doctorate.sumdu.edu.ua/uk/akademichna-mobilnist.html>) у вкладці «Академічна мобільність» Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та Положення про перезарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти СумДУ, отриманих у неформальній освіті, покрокову процедуру чи алгоритму визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій у межах ОНП «Маркетинг», а також форми необхідних документів для оформлення академічної мобільності та перезарахування результатів навчання.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи

Ознайомлення із силабусами ОК ОНП «Маркетинг» дає підстави для висновку, що методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню заявлених в ОНП мети та ПРН, зокрема застосовуючи Google Classroom, платформу «Міх», шляхом використання як традиційних форм та методів навчання (лекції, лекція-дискусія, практичні заняття, наукові семінари, тренінги, обмін думками, навчання на основі досвіду; онлайн-лекції; кейс-методи; проєктне навчання та ін.), так і інноваційні (електронне навчання; практикоорієнтоване навчання; навчання на основі досліджень; командно-орієнтоване навчання; креативні візуалізації; технологія розвитку критичного мислення), що регламентовано Положенням про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/hjmwqf>), Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/wfnfxl>). Цей висновок знайшов своє підтвердження і під час спілкування ЕГ із фокус-групами здобувачів ВО, НПП, адміністративним персоналом. Форми і методи навчання та викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. Зокрема, обсяг вибірових ОК становить не менше 25% (Положення про організацію освітнього процесу, Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ). Студентоцентрований підхід забезпечується, зокрема через форми, методи навчання та викладання (аудиторне навчання, інд. завдання тощо, що визначено у документах Реєстру основної нормативної бази системи управління якістю діяльності СумДУ), можливості здобувачів обирати наукового керівника, тему дисертаційного дослідження; врахування їх пропозицій під час оновлення ОНП. Академічна свобода здобувачів також підтверджена їх можливістю брати участь в обговоренні та вирішенні питань удосконалення освітнього процесу, науково-дослідної роботи, зокрема, шляхом їх опитувань, із оприлюдненням їх результатів на сайті кафедри маркетингу СумДУ (<http://surl.li/umxser>). В особистому кабінеті здобувача на платформі «Міх» розміщено розклад занять (продемонстровано на зустрічі зі здобувачами ВО). Спілкування зі здобувачами підтвердило факт достатнього їх задоволення методами навчання, що застосовуються на ОНП.

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

За результатами фокус-груп та аналізу відомостей про самооцінювання ЕГ встановила, що всім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК: у силабусах ОК, доступ до яких мають усі учасники освітнього процесу, що мають корпоративну пошту з доменом sumdu.edu.ua, надання інформації під час ознайомчих зустрічей із здобувачами, які проводить гарант ОНП на початку кожного року навчання, а також надання інформації НПП на перших заняттях з відповідних ОК, під час поточних індивідуальних консультацій, розміщення різного роду документів в Особистому кабінеті здобувача на платформі «Міх». Створені необхідні умови для підтримки зв'язку здобувача із НПП через Особистий кабінет здобувача на платформі «Міх». Водночас, ЕГ рекомендує розмістити силабуси обов'язкових і вибірових ОК за ОНП «Маркетинг» на сайті кафедри маркетингу СумДУ у відкритому доступі для інших зацікавлених сторін (наприклад, потенційних вступників).

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

У СумДУ створені умови для поєднання навчання та досліджень під час реалізації ОНП відповідно до третього рівня вищої освіти, спеціальності та мети ОНП. НПП систематично підвищують свою кваліфікацію, зокрема шляхом проходження стажування в українських та іноземних ЗВО (<http://surl.li/euujxw>). СумДУ підписано договори про співпрацю із міжнародними партнерами (<http://surl.li/ackpfc>). Дана інформація була також підтверджена ЕГ під час зустрічей із фокус-групами. У СумДУ створені умови для участі здобувачів ВО у програмах академічної мобільності (Erasmus+, Fulbright, DAAD, Latvian Scholarship, UGRAD, Slovak National Scholarship, Visegrad Fund, Lithuanian Scholarship, Canada's Mitacs Globalink, Університет Ліверпуля), міжнародних проєктах та грантах (Jean Monnet Grant <http://surl.li/bvrsxy>, Visegrad Fund Grants <http://surl.li/axlada>, Індивідуальні гранти #Невгамовних <http://surl.li/wewxfr>), індивідуальні гранти на наукове стажування (<http://surl.li/quzfzl>). Крім того, поєднання навчання і досліджень здійснюється за рахунок активної участі здобувачів ВО разом із НПП у наукових заходах, опублікування тез, статей, у т.ч. у журналах, які розміщено в наукометричних базах; залучення здобувачів до грантових досліджень НПП, наукових тематичних досліджень кафедри за замовленням МОН України (<http://surl.li/fgssrx>). На запит ЕГ було надано протоколи засідання кафедри (№5 від 09.09.2023, №3 від 29.04.2024) про виконання індивідуального плану навчання і оприлюднення результатів наукових досліджень здобувачів ВО. Освітнє середовище ЗВО сприяє поєднанню навчання і досліджень шляхом надання здобувачам безкоштовного доступу до міжнародних наукометричних баз даних.

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

НПП систематично оновлюють зміст ОК, зокрема на основі наукових досягнень та сучасних практик у маркетинговій галузі. На сайті кафедри маркетингу СумДУ наявні ОНП 2022р., НП 2022р., що дозволяє порівняти

ОК та констатувати певну їх видозміну, що відбулося за результатами врахування побажань різних стейкхолдерів. ЕГ надані підтверджуючі документи щодо проведення заходів за участю стейкхолдерів з удосконалення змісту ОНП (додано на запит: витяг з протоколу засідання кафедри №2 від 23.04.2023). В силабусах, серед рекомендованої для вивчення здобувачами ВО додаткової літератури, наявні джерела, авторами яких є НПП, які викладають дані ОК (ОК1, ОК2, ОК3, ОК7, ОК8, ОК9) або працюють в СумДУ (ОК6, ОК10). Методичною інструкцією «Загальні вимоги до структури, змісту та оформлення робочої програми з навчальної дисципліни», регламентовано оновлення робочих програм ОК (<http://surl.li/gbuuvb>), зазначено «як правило, РПНД мають щорічно оновлюватися з урахуванням результатів моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм». Оновлення змісту ОК відбувається на основі оновлення тематики та методів навчання за результатами систематичної участі НПП у підвищенні своєї майстерності як у ЗВО, так і за його межами, власних наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі, це відбувається через участь в наукових заходах різного рівня, проходження стажування (в т.ч. міжнародного), шляхом оприлюднених власних наукових досліджень у працях, опублікованих у виданнях, що включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus/ WoS, а також у фахових виданнях. ЕГ проаналізовано інформацію про наукові, методичні праці НПП, які забезпечують викладання ОК (у т.ч. вибіркового), і їх співвідношення із тими ОК, викладання яких вони забезпечують на ОНП (по кожному НПП і ОК), участі у дослідженнях в Маркетинговому центрі та Поведінковій лабораторії, що дозволяє підтвердити систематичне оновлення змісту ОК (ОК1, ОК2, ОК3, ОК7, ОК8, ОК9). Стимулювання НПП до систематичного удосконалення змісту освіти регламентовано Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти СумДУ (<http://surl.li/mxbeb>), Положенням про освітні програми вищої освіти СумДУ (<http://surl.li/bbzadu>), Методичною інструкцією «Загальні вимоги до структури, змісту та оформлення освітніх програм» (<http://surl.li/oeunrp>).

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

Інтернаціоналізація діяльності СумДУ, як головна домінанта розвитку університету, базується на Стратегічному плані розвитку СумДУ на 2020-2026 роки (<http://surl.li/xpsosz>), Стратегії інтернаціоналізації СумДУ на 2019-2025 роки (<http://surl.li/jljiqn>). СумДУ має укладені договори про співпрацю у науковій та освітній сфері з Університетом економіки та культури (Латвія), Державним університетом ім. С. Сташіца (Республіка Польща), EUMMAS (ЄС), Університет Мішкольця (Угорщина), Ліверпульський університет (Великобританія) тощо (<http://surl.li/nmarcr>; <http://surl.li/ajgtvg>). Результати співпраці використовуються при реалізації ОНП, зокрема, шляхом надання можливостей для реалізації академічної мобільності НПП: Люльов О. (<http://surl.li/mwvgef>), Пімоненко Т. (<http://surl.li/euazlh>), Чигрин О. (<http://surl.li/sijubc>) та аспірантами: Ус Я. (<http://surl.li/mmrfnf>), Нестеренко В. (<http://surl.li/vzover>), Ілляшенко А. (<http://surl.li/soogbk>), Іскаков А. (<http://surl.li/btxoof>) та інші (<http://surl.li/abbxuk>). Показником інтернаціоналізації також є факт опублікування результатів власних наукових досліджень НПП та здобувачів у зарубіжних періодичних виданнях (Нестеренко В.), та публікації НПП, зокрема, наукових керівників та здобувачів результатів наукових досліджень у журналах, включених до наукометричних баз WoS та Scopus (Ус Я., Нестеренко В.). ЕГ на зустрічах зі здобувачами ВО і НПП було підтверджено залучення іноземних викладачів до викладання окремих тем ОК. ЕГ на зустрічах зі здобувачами ВО та адміністративним персоналом дозволили з'ясувати факт безоплатного доступу НПП та здобувачів ВО до електронних наукових баз даних Scopus, Web of Science. Під час зустрічей ЕГ також встановила, що деякі НПП на момент акредитаційної експертизи перебувають у Ліверпульському університеті з метою закордонного стажування та участі у програмі мобільності.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

За результатом акредитаційної експертизи, ЕГ дійшла висновку, що за підкритеріями 4.1-4.5 Критерію 4, ОНП має значний рівень узгодженості. В СумДУ використовується платформи «Міх» під час навчання і викладання за ОНП (ознайомлення із РПНД, силабусами, розкладами занять, інформацією про цілі, зміст та ПРН, порядок та критерії оцінювання в межах ОК); створено і реалізуються можливості для здобувачів брати участь у наукових заходах, публікаціях та дослідженнях, зокрема в Маркетинговому центрі та Поведінковій лабораторії; систематичне оновлення змісту ОК на основі підвищення кваліфікації НПП через стажування та співпрацю з міжнародними партнерами; академічна мобільність здобувачів ВО та НПП, участь у міжнародних проектах та грантах.

Недоліки

Суттєвих недоліків не виявлено

Рекомендації

ЕК рекомендує розмістити на сайті кафедри маркетингу СумДУ силабуси ОК, які викладаються на ОНП «Маркетинг» у відкритому доступі для інших зацікавлених сторін (наприклад, потенційних вступників).

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів ВО визначаються Положенням про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/hjmwqf>), Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/wfnfxl>), методичною інструкцією «Загальні вимоги до оформлення екзаменаційних матеріалів для контрольних заходів, що проводяться за тестовими технологіями» (<http://surl.li/tgtfwx>), передбачені у силабусах ОК є чіткими, зрозумілими, є завчасно відомими для здобувачів, зокрема через доступність інформації у особистому кабінеті на платформі «Mіx». Під час зустрічей зі здобувачами ЕГ було з'ясовано, що відповідну інформацію систематично їм доводить гарант ОНП, НПП перед початком кожного навчального року, семестру, перед вивченням кожної ОК і за запитом здобувача – на будь-якому етапі вивчення ОК. Інформація також розміщується на платформі «Mіx». Оцінювання відбувається за 100-бальною шкалою, національною шкалою та шкалою ECTS. Здобувачам відомо завчасно про порядок оскарження результатів успішності їх навчання. Під час зустрічі із фокус-групами (зустріч 3) було підтверджено факт відсутності оскарження результатів успішності і навчання за ОНП «Маркетинг». Розклад занять завчасно розміщуються в Особистому кабінеті здобувачів на платформі «Mіx» (підтверджено на зустрічі 3). Результати контрольних заходів фіксуються у відомостях, індивідуальних навчальних планах здобувачів. ЕГ ознайомились також зі скан-копіями індивідуальних навчальних планів здобувачів (надано на запит ЕГ), із результатами їх проміжної атестації, які розглядаються на засіданнях кафедри та Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту.

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

Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту дисертації відповідно до Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/byoava>) у відповідності до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. № 313. У разі успішного захисту дисертації особі видається диплом доктора філософії з маркетингу. Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання здобувачем його індивідуального плану. Аналіз розміщених на офіційному сайті СумДУ документів (<http://surl.li/vqvcsox>), підтверджує дотримання на ОНП вимог законодавства щодо атестації. ЕГ звертає увагу, що з метою дотримання виконання п. 6 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради ЗВО, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії (від 12.01.2022 р. №44, зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ від 03.05.2024 р. №507, <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/44-2022-%D0%BF#Text>), в ОНП «Маркетинг» доцільно відобразити максимальний та мінімальний обсяг основного тексту дисертації відповідно до специфіки галузі знань 07 Управління та адміністрування та спеціальності 075 Маркетинг, який в СумДУ затверджений рішенням Ради із забезпечення якості вищої освіти ННЦ ПКВК від 26.08.2022р. №1 (<https://doctorate.sumdu.edu.ua/uk/atestatsia/rozklad-vstupnykh-vyprobuvan-4.html>).

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

Процедура проведення контрольних заходів урегульована Положенням про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/hjmwqf>), Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/wfnfxl>), відбувається відповідно до індивідуального плану здобувачів ВО, періодична атестація проводиться у присутності наукового керівника відповідно до графіку, що затверджений в

індивідуальному плані здобувача. На сайті кафедри маркетингу оприлюднено Графік консультацій НПП і наукових керівників за ОНП (<http://surl.li/fsjamf>). У СумДУ створена можливість оскарження результатів контрольних заходів, унормовано його засади. Здобувачі ВО і представники студентського самоврядування продемонстрували поінформованість щодо процедури оскарження, що забезпечується систематичним роз'ясненням з боку гаранта, НПП. Об'єктивність екзаменаторів під час оцінювання знань здобувачів регулюється: Положенням про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/hjmwqf>), Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти (<http://surl.li/uhgzpi>), наказом ректора «Про заходи щодо запобігання корупції» (<http://surl.li/dcfdrp>), Кодексом академічної доброчесності (<http://surl.li/fuglho>), Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин у СумДУ (<http://surl.li/mlczta>), які мають загальноуніверситетський підхід. Заходи підсумкового контролю за ОК проводяться у письмовій формі, у тому числі з використанням тестових технологій, що дозволяє забезпечити об'єктивність екзаменаторів. Аналіз загальноуніверситетських актів стосовно контрольних заходів, оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, результати проведених зустрічей із НПП та здобувачами ВО, дозволяють зробити висновок про чіткість та зрозумілість вимог щодо організації та проведення контрольних заходів, зокрема у частині гарантування об'єктивності екзаменаторів. Встановлено, що при реалізації ОНП «Маркетинг» відсутні практики оскарження результатів контрольних заходів, жодної скарги щодо необ'єктивності НПП не надходило.

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

Політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності регламентовані Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти (<http://surl.li/vmrgoc>), Кодексом академічної доброчесності (<http://surl.li/thuwvl>), Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин у СумДУ та додатком до нього (<http://surl.li/xjzwrq>; <http://surl.li/epigdt>), Положенням про групу сприяння академічній доброчесності (<http://surl.li/escxht>), наказом «Про підписання декларацій про дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу» (<http://surl.li/djdowr>), Методичною інструкцією щодо перевірки робіт на наявність ознак академічного плагіату (<http://surl.li/ciygyt>) та прописана в Стратегічному плані розвитку СумДУ на 2020–2026 роки (<http://surl.li/vfjroq>), що свідчить про системну практику удосконалення нормативного забезпечення щодо питань академічної доброчесності в освітньому середовищі СумДУ. Сформовано практику ознайомлення здобувачів ВО, НПП із очікуваннями щодо дотримання вимог академічної доброчесності: локальні акти розміщено на сайті СумДУ; створено Центр забезпечення якості науки (<http://surl.li/vwueyi>). Впроваджено практику перевірки на наявність текстових запозичень всіх робіт як здобувачів ВО, так і НПП. СумДУ співпрацює з двома компаніями Plagiat.pl (StrikePlagiarism.com) та Turnitin (Turnitin Similarity) (<http://surl.li/nzlip0>). Система перевірки на плагіат є доступною та безкоштовною, при повторній перевірці на наявність запозичень встановлюється оплата. Сформовано репозитарій наукових та освітніх текстів, який розміщений на сайті бібліотеки (<http://surl.li/mcwacu>). ЕГ переконалася, що здобувачі ВО і НПП обізнані з питаннями запобігання академічного плагіату і у СумДУ популяризується академічна доброчесність. Випадків порушення академічної доброчесності серед здобувачів ВО ОНП виявлено не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП у цілому відповідає вимогам підкритеріїв 5.1-5.4 Критерію 5. В СумДУ форми контрольних заходів та критеріїв оцінювання здобувачів ВО дозволяють встановити результати навчання і є завчасно відомими для здобувачів, зокрема через доступність інформації у особистому кабінеті на платформі «Міх». Форма атестації здобувачів відповідає вимогам Стандарту вищої освіти, оприлюднено на сайті кафедри у вкладці «Графік консультацій НПП і наукових керівників за ОНП». Правила проведення контрольних заходів чіткі та зрозумілі. В СумДУ затверджено порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження. Впроваджено практику перевірки на наявність текстових запозичень всіх робіт здобувачів, НПП на основі StrikePlagiarism.com та Turnitin Similarity, як технологічних інструментів протидії порушенням академічної доброчесності. В СумДУ створений і функціонує Центр забезпечення якості науки.

Недоліки

Аналіз розміщених на офіційному сайті СумДУ документів, підтверджує дотримання на ОНП вимог законодавства щодо атестації. Проте, з метою дотримання виконання п. 6 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради ЗВО, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії (від 12.01.2022 р. №44, зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ від 03.05.2024 р. №507), в ОНП «Маркетинг» не відображено максимальний та мінімальний обсяг основного тексту дисертації відповідно до

специфіки галузі знань 07 Управління та адміністрування та спеціальності 075 Маркетинг, який в СумДУ затверджений рішенням Ради із забезпечення якості вищої освіти ННЦ ПКВК від 26.08.2022р. №1.

Рекомендації

На виконання п. 6 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради ЗВО, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, в ОНП «Маркетинг» відобразити максимальний та мінімальний обсяг основного тексту дисертації відповідно до специфіки галузі знань 07 Управління та адміністрування та спеціальності 075 Маркетинг, який в СумДУ затверджений рішенням Ради із забезпечення якості вищої освіти ННЦ ПКВК від 26.08.2022р.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Критерій 6. Людські ресурси:

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

При ознайомленні з інформацією, наведеною у табл. 2 відомостей про СО та її уточненням під час фокус-груп (зустрічі 1, 2, 4), ЕГ констатує, що академічна кваліфікація та професійний досвід НПП, задіяних до реалізації ОНП «Маркетинг», дозволяє забезпечити досягнення визначених в ній цілей та ПРН. Викладання обов'язкових ОК забезпечується НПП, кваліфікація яких підтверджена документами про освіту, науковий ступінь та вчене звання із відповідної спеціальності, а також науковою, науково-педагогічною та іншою професійною діяльністю за відповідною спеціальністю та відповідно до змісту ОК, що ними викладаються. Персональні сторінки викладачів на веб-сторінці кафедри маркетингу (<https://dom.biem.sumdu.edu.ua/uk/shtat-kafedry>), містять інформацію про результати науково-дослідної діяльності, про освіту, наукові інтереси та підвищення кваліфікації/стажування, участь у різних наукових проєктах та НДР, оновлення інформації на сторінках викладачів відбувається періодично. Викладачі, задіяні до реалізації ОНП, мають достатню кількість публікацій, тематика яких в цілому відповідає ОК, що ними забезпечується, корелює з тематикою дисертацій здобувачів, а також з науково-дослідною тематикою кафедри. У переважній кількості викладачів є статті у періодичних наукових виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus або Web of Science Core Collection. За результатами аналізу публікаційної активності викладачів ЕГ може стверджувати, що їх викладацька діяльність, у межах обов'язкових і вибіркового ОК, тісно пов'язана з напрямками наукових досліджень та публікаціями аспірантів, керівниками яких вони є. Крім того, важливо зазначити, що наявність публікацій, присвячених конкретним невирішеним проблемам, що пов'язані, зокрема з ОК циклу професійної підготовки (ОК7-9), є важливим інструментом підтримки аспірантів у їхніх дослідженнях, особливо на етапі вибору теми та перспективи наукового пошуку. Підтверджена на фокус-групі зі здобувачами (зустріч 3) інформація щодо змістовного наповнення лекційного матеріалу та володіння ним, а також системи оцінювання та своєчасності і достатності інформування здобувачів, дозволяють досягти визначених цілей та програмних результатів навчання.

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

Процедури конкурсного відбору НПП у СумДУ регламентовано Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних та педагогічних працівників СумДУ та укладання з ними трудових договорів (контрактів) (Версія 09), введеного в дію наказом ректора від 02.11.2021р. №1006-І (<http://surl.li/ivvrfx>). Порядком передбачено загальні вимоги до претендентів на посаду: підвищення професійного та наукового рівнів, професійної майстерності (з відповідним підтвердженням), забезпечення високого наукового і методичного рівнів виконання навчальних доручень, наявність відповідної кількості досягнень, які встановлені ліцензійними умовами і зазначаються претендентом в Інформаційній довідці, що подається у визначеній Порядком формі, наявність публікацій у періодичних виданнях, які індексуються наукометричними базами даних Scopus та/або WoS у кількості щонайменше однієї публікації за два роки, дотримання норм «Кодексу корпоративної культури СумДУ», трудової дисципліни та, як правило, повне виконання умов попереднього контракту (п. 3.4); а також вимоги щодо претендентів на посади викладача-стажиста, асистента, старшого викладача, доцента, професора (пп. 3.5-3.9). Проведення конкурсного відбору здійснюється центральною конкурсною комісією (ЦКК), яка створюється наказом ректора. В СумДУ розроблено чіткі вимоги до претендентів на посади НПП та рекомендації щодо визначення чітких строків та критеріїв укладання контрактів, у т.ч. з урахуванням результатів опитування здобувачів. До складу ЦКК входять представники керівного менеджменту та структурних підрозділів (ректор (голова), проректори, діяльність

яких безпосередньо пов'язана з освітнім або науковим процесом, директори інститутів, декани факультетів, директори департаменту по роботі з персоналом та підготовці науково-педагогічних кадрів, центру заочної, дистанційної та вечірньої форм здобуття освіти, учений секретар – секретар ЦКК, голови представницького органу профспілкових організацій університету та органу студентського самоврядування, інші посадові особи (із забезпеченням в обов'язковому порядку представництва відділу кадрів та юридичної служби). Оголошення про проведення конкурсного відбору, терміни та умови його проведення оприлюднюються відділом кадрів на офіційному вебсайті університету (<http://surl.li/fwlbia>). Аналіз офіційного веб-сайту, документів та спілкування з фокус-групами (зустрічі 1, 4, 6) дозволяють стверджувати, що процедури конкурсного відбору НПП є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити високий рівень професіоналізму для забезпечення реалізації ОНП та послідовно дотримуються.

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

Кафедра маркетингу СумДУ при реалізації ОНП «Маркетинг» плідно і на постійній основі співпрацює з представниками роботодавців, професіоналами-практиками та експертами галузі маркетингу (Прошкін Д., Procter & Gambel Україна; Пантілеєв В., ТОВ «Полісан»; Нестеренко В., ТОВ «Ломбард Скарбниця»; Олефіренко О., ТОВ «Технохім»; Почкун В., Міжнародна компанія МХП), які залучаються до організації та реалізації освітньо-наукового процесу, зокрема шляхом участі у засіданнях кафедри маркетингу та її філії у ТОВ «Технохім» щодо обговорення ОК та ПРН за ОНП «Маркетинг», рецензування ОНП (Пантілеєв В.), участі у проєктах, спрямованих на підвищення якості підготовки аспірантів (воркшопи, маркетингові дослідження, майстер-класи, гостьові лекції). Взаємодія з представниками роботодавців, дозволяє аспірантам ознайомитись не лише з актуальними вимогами та тенденціями в галузі маркетингу і ринку праці, а й обговорювати наукові напрями досліджень і теми дисертацій, отримувати практичні знання, здійснювати апробацію результатів і їх комерціалізацію. Взаємодія з представниками роботодавців, як було підтверджено на фокус-групах (зустрічі 3, 4, 5) відбувається на системній основі переважно в межах конкретних ОК циклу професійної підготовки (ОК 7-9). Також ЕГ звернула увагу на той факт, що в особливостях ОНП «Маркетинг» у підготовці докторів філософії з маркетингу зазначено «можливості міжнародної мобільності», а в переліку запрошених до взаємодії стейкхолдерів відсутні представники ЗВО та представники іноземних ЗВО-партнерів, на базі яких реалізуються програми міжнародної мобільності, що, на думку ЕГ, не дозволяє цілком урахувати тенденції розвитку ринку освітніх послуг та, зокрема ЗВО, що здійснюють підготовку здобувачів за спеціальністю 075 Маркетинг, та які зацікавлені у працевлаштуванні докторів філософії. Представники роботодавців, які є стейкхолдерами кафедри маркетингу і були присутні на фокус-групі (зустріч 5), підтвердили свою зацікавленість у подальшій співпраці щодо перегляду, критичного оцінювання та удосконалення ОНП.

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

СумДУ сприяє професійному розвитку НПП як через власні програми з розвитку мовних, цифрових, предметних, комунікаційних компетентностей та педагогічної діяльності (<https://crkr.sumdu.edu.ua/uk/>), які пропонує Центр розвитку кадрового потенціалу, так і у інших ЗВО. Підвищення кваліфікації здійснюється за накопичувальною системою (<http://surl.li/tuqnta>), яка передбачає визначений механізм обрахунку результатів підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників СумДУ за контрольними показниками накопичувальної системи (Версія 05, затверджена наказом ректора №0117-І від 17.02.2023 р.). Гарант та НПП, задіяні до реалізації ОНП «Маркетинг» підвищують кваліфікацію за програмами, пропонованими як СумДУ, так і шляхом закордонних стажувань, участі у тренінгах та проєктах, у т.ч. міжнародних, тощо, інформація про які відображається на сторінках НПП (Люльов О. (<http://surl.li/eubofi>), Пимоненко Т. (<http://surl.li/tiennf>), Чигрин О. (<http://surl.li/xmbmji>), Замора О. (<http://surl.li/rjatgk>), Бойко О. (<http://surl.li/mpjhjy>), Ляшенко І. (<http://surl.li/objdhhb>), Люта О. (<http://surl.li/lfxpzx>), Ярова А. (<http://surl.li/pccaev>)). У СумДУ щорічно проводяться конкурси «Педагогічні інновації СумДУ» (<http://surl.li/uxvufx>), «Кращі науково-педагогічні працівники СумДУ» (<http://surl.li/wwwkjh>), «Кращий викладач очима студентів», конкурс на кращу колекцію навчальних матеріалів, опублікованих у відкритому доступі (OpenCourseWare <https://ocw.sumdu.edu.ua/>), що стимулює професійний розвиток та розвиток викладацької майстерності. Гарант та викладачі ОНП ставали призерами та переможцями зазначених конкурсів (Пимоненко Т. та Люльов О.). Також ЕГ за результатами проведених фокус-груп (зустріч 2, 4, 6), констатує, що у СумДУ запроваджено комплекс заходів стимулювання ефективності та результативності діяльності як співробітників, так і структурних підрозділів за методикою внутрішньоуніверситетського рейтингу, поглиблених госпрозрахункових механізмів, побудованих на базі субрахунків, сервісів соціальної підтримки тощо. Одним із інструментів заохочення розвитку викладацької майстерності є порушення клопотання керівництвом СумДУ перед МОН України щодо нагородження НПП відомчими нагородами. Нормативні документи з питань преміювання співробітників за науково-грантову роботу представлені на веб-сайті (<http://surl.li/atjxhy>).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП має значний рівень узгодженості за підкритеріями 6.1 – 6.4 Критерію 6. у СумДУ чітко прописані процедури конкурсного відбору НПП, які є прозорими та дають можливість забезпечити належний рівень професіоналізму, запроваджено комплекс заходів стимулювання ефективності та результативності діяльності як співробітників, так і структурних підрозділів за методикою внутрішньоуніверситетського рейтингу, поглиблених госпрозрахункових механізмів, побудованих на базі субрахунків, сервісів соціальної підтримки тощо. Високий рівень академічної та професійної кваліфікації НПП, задіяних до реалізації ОНП «Маркетинг», дозволяє забезпечити досягнення мети та ПРН і підтверджується документами про освіту та науковий ступінь із відповідної спеціальності, а також науковою, науково-педагогічною, педагогічною чи іншою професійною діяльністю, та відповідно до змісту ОК, що ними викладаються. Викладачі підвищують свою кваліфікацію за програмами, пропонованими, як СумДУ, так і ЗВО- та підприємствами-партнерами, у т.ч. іноземними. Також в СумДУ розроблено чіткі вимоги до претендентів на посади НПП та рекомендації щодо визначення чітких строків і критеріїв укладання контрактів, у т.ч. з урахуванням результатів опитування здобувачів. Наявна постійна і систематична плідна взаємодія із професіоналами-практиками, експертами галузі, представниками роботодавців (залучення до організації освітнього процесу, рецензування ОНП, участі у різних проектах, участі у воркшопах, тренінгах, практикумах, майстер-класах, вебінарах, експертній раді роботодавців тощо).

Недоліки

В особливостях ОНП «Маркетинг» у підготовці докторів філософії з маркетингу зазначено «можливості міжнародної мобільності», а в переліку запрошених до взаємодії стейкхолдерів відсутні представники ЗВО та представники іноземних ЗВО-партнерів, на базі яких реалізуються програми міжнародної мобільності, що, на думку ЕГ, не дозволяє цілком урахувати тенденції розвитку ринку освітніх послуг та, зокрема ЗВО, що здійснюють підготовку здобувачів за спеціальністю 075 Маркетинг, та які зацікавлені у працевлаштуванні докторів філософії. Також не всі зустрічі з представниками роботодавців, професіоналами-практиками та експертами галузі маркетингу анонсовані та результати таких зустрічей не розміщені на офіційних веб-ресурсах кафедри маркетингу.

Рекомендації

Періодично оновлювати перелік запрошених до взаємодії стейкхолдерів, зокрема представниками ЗВО та представниками іноземних ЗВО-партнерів, на базі яких реалізуються програми міжнародної мобільності з метою усестороннього урахування тенденцій розвитку ринку освітніх послуг та, зокрема ЗВО, що здійснюють підготовку здобувачів за спеціальністю 075 Маркетинг, і які зацікавлені у працевлаштуванні докторів філософії. Також анонсувати всі зустрічі з представниками роботодавців, професіоналами-практиками та експертами галузі маркетингу і розміщувати інформацію про результати таких зустрічей на офіційних веб-ресурсах кафедри маркетингу.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Під фокус-групи щодо огляду матеріально-технічної бази, завідувачем кафедри маркетингу, грантом ОНП та заступником директора бібліотеки було продемонстровано приміщення Поведінкової лабораторії, роботу в особистому кабінеті в системі МІХ, приміщення бібліотеки/читального залу. На офіційному сайті СумДУ є можливість онлайн-туру кампусами, де можна оглянути студентське містечко, університетську клініку, їдальню та інше (<https://open.sumdu.edu.ua/en/>), що є зручним для майбутніх вступників. Також в ході спілкування, завідувачкою кафедри маркетингу продемонстровано підтвердження ліцензій ПЗ, що використовується НПП та здобувачами ВО під час занять (<http://surl.li/prlzgg>), а також надано відповідний документ на запит ЕГ. Також був продемонстрований особистий кабінет в системі МіХ, де здобувачі мають відкритий доступ до лекційного матеріалу, практичних та тестових завдань. На сайті кафедри маркетингу у вільному доступі представлені робочі програми навчальних дисциплін (<http://surl.li/blbzqg>), що забезпечує доступність освітніх матеріалів для здобувачів. Проводячи аналіз документації СумДУ, на сайті у вільному доступі представлено звіт бібліотеки за 2023 рік (<http://surl.li/kmkint>). Відповідно з яким, загальний фонд бібліотеки становить 3 млн. документів, продемонстровано щорічні тенденції покращення фондів бібліотеки та збільшення відвідуваності, та ін. Дана інформація була підтверджена під час зустрічі з адміністративним персоналом директором бібліотеки Курицькою О. Також було відмічено, що в СумДУ був створений сайт Лібігайди (<https://libguide.sumdu.edu.ua>), що направлений на

швидкий та ефективний пошук актуальної інформації академічною спільнотою. ЕГ визначила, що рівень фінансового забезпечення діяльності СумДУ є достатнім для досягнення визначених цілей та ПРН, що підтверджується Кошторисом на 2024 р. (<http://surl.li/lbobuk>). На зустрічі з допоміжними (сервісними) структурними підрозділами, головний бухгалтер Барикіна Н. зазначила, що в СумДУ діє практика використання субрахунків, які становлять 15% від загального фонду. Основні напрями: фонд оплати праці, потреби кафедр/факультетів, витрати на відрядження, покриття академічної мобільності, закупівля нової техніки/обладнання. Також в ході спілкування було зазначено, що керівники підрозділів мають автономію на використання коштів із субрахунків. Відповідно з цим, ЗВО керується рядом нормативних документів щодо субрахунків: Положення про субрахунки структурних підрозділів СумДУ (<http://surl.li/jaizbo>), Положення про механізми використання фонду оплати праці з субрахунків структурних підрозділів СумДУ (<http://surl.li/xrvgxk>), Положення про стимулювання електрозаощадливості через механізми використання коштів субрахунків (<http://surl.li/jktffd>). Відповідно з проведеною акредитаційною експертизою ЕГ встановила, що фінансові та матеріально-технічні є достатніми для реалізації та досягнення цілей ОП «Маркетинг», а субрахунки сприяють підвищенню економічної ефективності.

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

В ході опрацювання відомостей самооцінювання, сайту та документації СумДУ ЕГ встановила, що учасники освітнього процесу СумДУ мають доступ до більше, ніж 30 баз даних: Scopus, Web of Science, SciVal, ScienceDirect, Springer Nature, Cambridge University Press, Oxford University Publishing та інші, що більш детально було висвітлено у звіті бібліотеки СумДУ за 2023 рік в розділі 2.2. Розвиток внутрішніх та зовнішніх електронних ресурсів (<http://surl.li/lcbqll>). Викладачі та здобувачі ВО мають безперешкодний доступ до точок доступу Wi-Fi по всім кампусам університету (<http://surl.li/nvexzd>). На сайті бібліотеки СумДУ у вільному доступі є репозитарій (<http://surl.li/ztjhh>) та електронний каталог (<http://surl.li/iawecj>). Під час спілкування з фокус-групами, здобувачі ВО надали інформацію, що мають вільний та безоплатний доступ до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science за межами університету, використовуючи обліковий запис, який наявний в аспірантів. Директор бібліотеки зазначила, що діє інтеграція електронного каталогу з особистим кабінетом, що є зручним в користуванні, адже відбувається підбір необхідної літератури згідно зі спеціальністю.

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

В ході проведення акредитаційної експертизи ЕГ встановила, що освітнє середовище в СумДУ надає всі необхідні можливості для задоволення потреб та інтересів здобувачів ВО, а також воно забезпечує фізичну та ментальну безпеку. Завідувач кафедри маркетингу Тетяна Пімоненко під час Zoom-зустрічі зазначила, що на базі університету, з метою підтримки ментального здоров'я діє: Психологічна служба СумДУ, Центр ветеранського розвитку та Центр підтримки сім'ї «Студентський лелека», де здобувачі ВО і НПП мають змогу скористатися психологічною підтримкою. В СумДУ наявні бомбосховища, де реалізується освітній процес в умовах воєнного стану. ЕГ проводячи ознайомлення з матеріально-технічною базою хоче відмітити позитивну практику СумДУ, а саме створену за підтримки стейкхолдерів Поведінкову лабораторію (<http://surl.li/vcazsr>), яка обладнана stationary and mobile eye tracking, Pupil Invisible Cloud та iMotions, що надає можливість академічній спільноті проводити дослідження для реальних кейсів та аналізувати поведінкові реакції споживачів. Створена лабораторія дає можливість здобувачам ВО поєднувати академічний підхід та передові технології в своїх дослідженнях.

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

Протягом зустрічей з фокус-групами було з'ясовано, що СумДУ має достатній рівень забезпечення освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів ВО, що навчаються за ОП «Маркетинг». Для зручності комунікації з НПП на сайті кафедри для здобувачів ВО представлений графік консультації (<http://surl.li/qesacb>). Інформаційну підтримку здобувачі ВО можуть отримати через сайт кафедри, персональні електронні кабінети, системи електронного навчання MIX, OCW, LecturED, а також сторінки у соціальних мережах, зокрема на Facebook (<https://www.facebook.com/DOMSUMDU>). Також під час спілкування зі здобувачами ВО було продемонстровано, що в особистому кабінеті наявний модуль TRES, за допомогою якого вони можуть звертатися анонімно з питаннями, що стосуються роз'яснень щодо навчального процесу. Щодо освітньої підтримки, то здобувачі ВО кафедри маркетингу СумДУ мають доступ до Поведінкової лабораторії (<http://surl.li/vzokfo>) та Маркетингового центру (<http://surl.li/ggqedx>), де вони мають змогу провести власні дослідження та бути залученими до навчальних курсів/майстер-класів. Для підтримки фізичного та ментального здоров'я в СумДУ функціонують спортивно-оздоровчий центр «Універ» (<http://surl.li/bnbarp>), університетська

клініка (<https://clinic.health.sumdu.edu.ua>), юридична клініка (<https://clinic.law.sumdu.edu.ua/uk/golovna/>) та Центр соціальних досліджень (<https://csgard.sumdu.edu.ua>).

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

При здійсненні навчального процесу осіб з ООП СумДУ керується Положенням про порядок навчання здобувачів ВО за індивідуальним графіком (<http://surl.li/efgqei>) та Положенням про організацію інклюзивного навчання здобувачів ВО в СумДУ (<http://surl.li/suglft>). В СумДУ облаштована інфраструктура для особи з ООП: пандуси, підймальні платформи, таблички із шрифтом Брайля. Позитивною практикою в СумДУ є реалізація проєкта «Бібліотека за безбар'єрність» (<http://surl.li/tripoi>), який передбачає функціонування соціальних предметних бібліотекарів, які забезпечують доступ до послуг бібліотеки всім учасникам освітнього процесу, особливо особам з ОПП. Також в СумДУ реалізується спеціальний проєкт «Університет, дружній до сім'ї» (<http://surl.li/trvkgo>), що спрямований на сприяння гендерній рівності та створення рівних можливостей для здобувачів ВО з дітьми. Окрім того, в СумДУ функціонує психологічна служба (<http://surl.li/rwlsxf>) та координаційний центр гуманітарної політики (<http://surl.li/kaewtf>), до здобувачів ВО можуть звернутися за допомогою та підтримкою.

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

СумДУ для запобігання та вирішення конфліктних ситуацій керується наступними внутрішніми нормативними документами: Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (<http://surl.li/qpmrck>), Кодексом корпоративної культури СумДУ (<http://surl.li/jxvyma>), Кодексом академічної доброчесності (<http://surl.li/xwyzkt>), наказом ректора «Про запобігання корупції» (<http://surl.li/pzlfxu>), Положенням про організацію оцінювання здобувачами ВО якості освітньої діяльності при вивченні навчальних дисциплін (<http://surl.li/ebntjb>). Окрім того, в СумДУ створена та функціонує Комісія з етики (доброчесності) та управління конфліктами, головна мета – врегулювання конфліктних ситуацій, що можуть виникнути між учасниками освітнього процесу. Контактна інформація, а саме номер телефону та адрес електронної пошти, представлені у відкритому доступі на сайті СумДУ (<http://surl.li/ligcrx>). На базі СумДУ функціонує Центр соціальних досліджень (<http://surl.li/vuicay>), де представлена Політика щодо конфлікту інтересів (<http://surl.li/vuorjm>), що покликана зміцнити громадську довіру до доброчесності. В ході спілкування ЕГ з фокус-групами (здобувачі ВО, студентське самоврядування, НПП та ін.) було зазначено, що конфліктних випадків, звернень щодо домагань, дискримінації, цькування чи корупції не було. Також представник психологічної служби Світлана Мартинюк зазначила, що здобувачі ВО можуть здійснити запис до психолога через Telegram/Instagram та сайт СумДУ.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Відповідно до проведеної акредитаційної експертизи було встановлено, що в цілому ОП має значний рівень узгодженості за підкритеріями 7.2, 7.4, 7.5, 7.6. Взірцева (позитивна) практика прослідковується за підкритеріями: 7.1 – використання субрахунків Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту, кафедри маркетингу, що сприяє оптимізації фінансових ресурсів СумДУ, це забезпечує не лише економічну стабільність, але й можливість збільшення інвестицій у розвиток інфраструктури та фінансові стимули для академічної спільноти. Така система управління фінансами є прикладом для інших закладів вищої освіти, оскільки дозволяє максимально ефективно використовувати наявні ресурси та мотивувати НПП до підвищення результативності, заохочення здобувачів до публікаційної активності, оскільки передбачає можливість оплати публікації у фахових виданнях СумДУ; 7.3 – створена Поведінкова лабораторія, яка є унікальним освітнім центром та дослідницьким інструментом для здобувачів ВО. Лабораторія не лише надає можливість застосування теоретичних знань на практиці, але й дозволяє аспірантам проводити реальні наукові дослідження, моделювати поведінкові процеси, аналізувати отримані дані та використовувати їх для практичних рекомендацій в дисертаціях та публікаціях. Це сприяє не лише розвитку професійних навичок, а й формуванню дослідницької компетенції, що підвищує конкурентоспроможність випускників на ринку праці та сприяє розвитку науки в університеті.

Недоліки

Недоліки відсутні

Рекомендації

Відсутні

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень А

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

СумДУ при розробленні, затвердженні, моніторингу та періодичному перегляді ОП керується Положенням про освітні програми (<http://surl.li/ghsrrg>) та Методичною інструкцією «Загальні вимоги до структури, змісту та оформлення освітніх програм» (<http://surl.li/zidebn>). В шостому розділі Положенням про освітні програми регламентується здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм, а саме «моніторинг, перегляд та оновлення/модернізація (у разі виявлення необхідності) ОП проводяться з метою забезпечення належного рівня освітніх послуг та створення сприятливого й ефективного освітнього середовища для здобувачів вищої освіти». На кафедрі маркетингу дотримуються розробленої процедури затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми, що підтверджується наданими в системі НА відповідями на запити (протоколи засідання кафедри та інші документи робочої групи, вченої ради щодо розробки, реалізації та перегляду освітньої програми), а також у ході спілкування з фокус-групами. Проводячи аналіз відомостей про самооцінювання ОП «Маркетинг» СумДУ ЕГ було визначено, що кафедра маркетингу здійснює системний перегляд та моніторинг ОП відповідно до запитів/зауважень, що вносилися стейкхолдерами (<http://surl.li/ctgiat>): додано ОКЗ «Організація наукових досліджень та оприлюднення їх результатів», ОК4 «Педагогічна діяльність у вищій школі» та розширено перелік та обсяг нормативних дисциплін циклу професійної підготовки (запит від Буров О.), запроваджено ОК9 «Споживацька поведінка» (запит від Нестеренко В.), а також оновлено матрицю забезпечення фахових компетентностей відповідними компонентами ОП (запит від Педченко Н.). гідно з отриманою та проаналізованою інформацією ЕГ дійшла висновку, що ЗВО здійснює визначені процедури щодо перегляду, моніторингу та розроблення ОП.

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

ЕГ під час спілкування із здобувачами ВО та органами студентського самоврядування встановила активне їх залучення до процесу періодичного перегляду ОП та процедур щодо забезпечення якості освіти, що підтверджується протоколами РППГ (надані на запит ЕГ). Також на сайті кафедри представлені результати опитувань здобувачів ВО за 2022 рік (<http://surl.li/vzwnrd>) та 2023 рік (<http://surl.li/zuwole>), а також пропозиції, які надійшли від здобувачів ВО та були впроваджені кафедрою маркетингу (<http://surl.li/acqnnf>). Також ЗВО заявлено, що за пропозицією здобувачів внесено зміни до ОП «Маркетинг» 2023 р., а саме додано ОК9 «Споживацька поведінка». В ході спілкування ЕГ з фокус-групами, представниками студентського самоврядування було зазначено, що вони мають можливість приймати участь у відборі НПП на посаду, долучатися в голосуванні на щорічному конкурсі «Кращий викладач очима студентів» та «Кращий гарант». Експертній групі надані протоколи засідань робочої групи, засідань кафедри, Вченої Ради, де здобувачі мають своїх представників на всіх рівнях управління СумДУ та є учасниками прийняття рішень.

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

В ході зустрічі з фокус-групою ЕГ встановила, що роботодавці активно та на постійній основі залучаються до проведення гостьових лекцій та воркшопів, як в онлайн режимі, так і особисті візити. Як зазначив Прошкін Д. (представник Procter and Gamber Ukraine), відбувається обговорення з кафедрою щодо вибору теми, яка буде актуальною та цікавою для здобувачів ВО. Роботодавцем був проведений практичний воркшоп щодо побудови стратегії лояльності споживачів до бренду. Також Пантвляєв В. (ТОВ «Полісан») повідомив, що відбувалися екскурсії здобувачів ВО на виробництво. В свою чергу, Олефіренко О. (ТОВ «Технохім») зазначив, що всі стейкхолдери входять до Ради роботодавців на зібрання якої вони систематично долучаються для обговорення та формування пропозицій щодо покращення якості ОП, що підтверджується наявними рецензіями (<http://surl.li/ybuzeu>) та пропозиціями (<http://surl.li/baumth>).

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

В СумДУ діє практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП «Маркетинг» на рівні кафедри. Проводиться аналіз траєкторії працевлаштування випускників (<http://surl.li/escmthp>), а також як було зазначено в ході спілкування ЕГ з фокус-групами Департаментом по роботі з персоналу та підготовці науково-педагогічних кадрів відбувається підбір пропозицій відповідно до спеціальності здобувача ВО. Одна із аспіранток зазначила, що паралельно з навчанням працює на кафедрі маркетингу СумДУ. На сайті кафедри маркетингу присутнє анкетування для випускників (<http://surl.li/cbwoby>), результати якого використовують для подальшого вдосконалення ОП. Також на сайті кафедри можна ознайомитися з відгуками випускників (<https://dom.biem.sumdu.edu.ua/uk/feedbacks>), що може допомогти майбутнім абітурієнтам при виборі спеціальності, а зовнішнім стейкхолдерам оцінити рівень підготовки фахівців ОП «Маркетинг» та перспективи співпраці в рамках спільних проєктів або стажувань.

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

В результаті аналізу відомостей про самооцінювання ОНП «Маркетинг» та спілкування з різними фокус-групами ЕГ встановила, що в СумДУ забезпечене вчасне реагування на результати моніторингу освітніх програм. В ході спілкування ЕГ з фокус-групами начальник центру забезпечення якості вищої освіти Люта О. зазначила, що за результатами опитування здобувачів ВО щодо якості освіти в СумДУ формується рейтинг НПП з метою виявлення кращих, які потім є керівниками педагогічних практик та викладачами на курсах підвищенні кваліфікації. В свою чергу, НПП, які отримують низькі бали за результатами опитування (аналіз відповідей здобувачів ВО та коментарів на відкриті питання) здійснюється підбір курсів підвищення кваліфікації та потім відстежується прогрес викладача. Здобувачі ВО підтвердили свою залученість до опитувань під час Zoom-зустрічі з ЕГ. Також під час спілкування було з'ясовано, що відділ моніторингу з метою забезпечення якості освітніх програм в СумДУ проводить щорічний аналіз, за результатами якого видається наказ з чітким терміном усунення недоліків, які були виявлені під час перевірки.

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

Акредитація освітньо-наукової програми доктора філософії «Маркетинг» є первинною. Разом з тим, кафедра маркетингу СумДУ активно переймає передовий досвід українських (Національний авіаційний університет та Національний університет «Львівська політехніка») та закордонних ЗВО (Ризький технічний університет (Латвія), Сілезький технологічний університет (Польща), Університет Фоджі (Італія), Університет Тарту (Естонія), Університет Кіпру, Державний університет ім. С. Стасіца (Польща), Університет економіки та культур (Латвія), Університет Мішкольца (Угорщина) та ін.), впроваджуючи найкращі практики у навчальний процес ОНП «Маркетинг» та модернізуючи програму з урахуванням рекомендацій стейкхолдерів, що сприяє її постійному вдосконаленню та підвищенню якості підготовки здобувачів ВО. Також ЕГ було здійснено аналіз рекомендацій з попередніх акредитаційних звітів СумДУ: залучення практиків до проведення занять на постійній основі та розробити систему популяризації заохочення здобувачів до участі в опитуваннях. Зауваження, які були отримані за іншими ОП, враховані при організації роботи з удосконалення ОП «Маркетинг». Під час зустрічі з фокус-групами було підтверджено активне залучення практиків до проведення воркшопів, семінарів та тренінгів, а також отримано відповідь щодо заходів, які впроваджуються з метою популяризації опитувань серед здобувачів (вебінари, семінари, перегляд відеоролику).

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

В СумДУ інституційна структура системи внутрішнього забезпечення якості освіти представлена 5-ма рівнями (<http://surl.li/nkxvqq>), що дозволяє охопити кожен ланку освітнього процесу. В ході зустрічі з фокус-групою (адміністративний персонал) начальник центру забезпечення якості вищої освіти Ольга Люта більш детально розповіла щодо 5-ти рівневої структури та зазначила, що центр активно проводить популяризацію щодо формування культури якості освіти в СумДУ шляхом проведення вебінарів для здобувачів ВО та показом відеоролика перед проведенням опитувань (відеоролик був відзнятий студентським самоврядуванням університету щодо важливості здобувачам ВО бути залученим до опитувань). Разом з тим, проводяться семінари для НПП разом із Департамент по роботі з персоналом та підготовці науково-педагогічних кадрів щодо забезпечення та формування культури якості освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ дійшла висновку, що на ОНП «Маркетинг» прослідковується значна узгодженість за підкритеріями 8.1-8.7 Критерію 8. ЕГ відмічає релевантність фактів та холістичний підхід кафедри маркетингу СумДУ при здійсненні послідовного моніторингу та систематичного перегляду ОНП «Маркетинг», що забезпечує її актуальність та відповідність сучасним вимогам як на національному, так і на міжнародному рівнях; здобувачі ВО та роботодавці беруть участь в процесах забезпечення якості ОНП «Маркетинг» та університету в цілому; періодично здійснюються опитування здобувачів для забезпечення постійного удосконалення освітнього процесу; в СумДУ сформовано культуру якості освіти серед академічної спільноти та враховуються рекомендації зовнішніх стейхолдерів.

Недоліки

Недоліки відсутні

Рекомендації

ЕГ рекомендує продовжувати поглиблювати партнерські відносини з роботодавцями, включаючи їх активну участь у розробці курсів, організації стажувань та забезпечення реальних кейсів для проєктів здобувачів вищої освіти, що дозволить підвищити практичну орієнтацію ОНП. Вдосконалювати систему моніторингу забезпечення якості освіти шляхом розширення аналітичних можливостей та посилення зворотного зв'язку з усіма учасниками освітнього процесу, беручи до уваги досвід реалізації ОНП іншими українськими ЗВО, не обмежуючись лише НАУ та НУ «Львівська політехніка», а також іноземних ЗВО-партнерів в напрямку реалізації наукових проєктів, зокрема з нейромаркетингу, використовуючи наявні можливості СумДУ поведінкової лабораторії та маркетингового центру.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

ЕГ встановила, що СумДУ в своїй діяльності керується чіткими правилами та процедурами регулювання прав та обов'язків всіх учасників освітнього процесу, що регламентовано в наступних внутрішніх нормативних документах: Положенням про організацію освітнього процесу в СумДУ (<http://surl.li/ftqfkc>) та Положенням про організацію освітнього процесу для здобувачів ВО ступеня доктора філософії в СумДУ (<http://surl.li/apzupz>), Положенням про академічну мобільність здобувачів ВО (<http://surl.li/qjjmuc>), Кодексе академічної доброчесності (<http://surl.li/pdxeaq>), Кодексе корпоративної культури (<http://surl.li/dttgsr>), Статут університету (<http://surl.li/ntwigk>). Всі нормативні документи представлені на сайті СумДУ та знаходяться у відкритому доступі для ознайомлення (<https://normative.sumdu.edu.ua>). Під час спілкування із фокус-групою, одна із здобувачок ВО продемонструвала особистий електронний кабінет, де наявний розділ «Документи», в якому міститься інформація щодо впровадження, зміни, або скасування нормативних актів СумДУ. Вважаємо, що дана практика є взірцевою, що сприяє прозорості, відкритості та вчасному інформуванню.

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

ЕГ встановила, що в СумДУ діє практика оприлюднення проєктів ОП на офіційному веб-сайті в Каталозі освітніх програм (<https://op.sumdu.edu.ua/#/>), де всі бажаючі можуть переглянути та внести свої пропозиції чи зауваження за допомогою надсилання на електронну пошту листа (info@job.sumdu.edu.ua) або заповнивши онлайн-форму (<http://surl.li/xzvamp>). Також є можливість надіслати електронне звернення (<http://surl.li/kcdhlm>), заповнивши всі

необхідні дані. Таким чином, СумДУ протягом 06.02.2024-08.03.2024 отримав пропозиції/зауваження щодо ОП «Маркетинг», які були надані зі сторони стейкхолдерів та здобувачів ВО (<http://surl.li/sursvf>).

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

СумДУ керується Положенням про освітні програми вищої освіти (<http://surl.li/wetwan>) щодо оприлюднення ОП, відповідно з пунктом 6, підпунктом 6.1.3 «оприлюднення на вебсайті СумДУ у Каталозі освітніх програм відповідного проекту (статус – «для обговорення») не пізніше, ніж за місяць до затвердження ОП». В СумДУ діє Положення про організаційне забезпечення та структуру управління контентом web-системи СумДУ, і відповідно до Додатку 1 (<http://surl.li/fqhxgwc>) представлено відповідальних осіб за своєчасне та достовірне наповнення сайту. ЕГ в ході акредитаційної експертизи встановила, що ЗВО своєчасно оприлюднює інформацію, що є достовірною та відкритою: ОП «Маркетинг» 2022 (<http://surl.li/dtfyfm>), ОП «Маркетинг» 2024 (<http://surl.li/fwpxnu>), ОНП «Маркетинг» 2022 (<http://surl.li/caatal>), ОНП «Маркетинг» 2024 (<http://surl.li/tthktj>), Навчальний план (<http://surl.li/ujrwrk>), Силабуси (<http://surl.li/qaflac>), Інформація щодо РП (<http://surl.li/ptlwbz>).

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП «Маркетинг» в повній мірі відповідає підкритеріям 9.1-9.3 Критерію 9. Взірцева (позитивна) практика прослідковується за підкритерієм 9.1, зокрема власної розробки СумДУ - освітній простір для академічної спільноти (електронний особистий кабінет), що забезпечує надання вчасної та достовірної інформації щодо змін чи скасування нормативних документів для здобувачів ВО та НПП. Дана практика є прикладом високої якості управління освітнім процесом та забезпечує високий рівень прозорості управлінських рішень, оскільки кожен учасник освітнього процесу має доступ до актуальної інформації щодо змін, а також може вчасно реагувати на нововведення. За підкритерієм 9.2 ЕГ визначено, що СумДУ систематично оприлюднює проекти ОНП для загального ознайомлення та внесення пропозицій від усіх зацікавлених сторін, що сприяє розвитку ОНП «Маркетинг». Відповідно до підкритерію 9.3, ЕГ дійшла висновку, що СумДУ своєчасно здійснює оприлюднення необхідної інформації щодо ОНП, що забезпечує вчасне та повне інформування всіх учасників освітнього процесу. З огляду на вище зазначену інформацію, ЕГ визначила, що Критерій 9 відповідає рівню А.

Недоліки

Недоліки відсутні

Рекомендації

Відсутні

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень А

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

Під час фокус-груп зі здобувачами різних років навчання та форм здобуття освіти, а саме обговорення процедури й обґрунтованості вибору ОК, процедури вибору наукового керівника та напряму дослідження, ознайомлення з обґрунтуваннями та формулюваннями затверджених тем їх дисертацій та підходами кафедри маркетингу до організації педагогічної практики за професійним спрямуванням, ЕГ констатує, що зміст ОНП «Маркетинг» в цілому відповідає науковим інтересам аспірантів і дозволяє забезпечити їх повноцінну підготовку до дослідницької та викладацької діяльності. Зміст ОНП «Маркетинг» та навчального плану, зокрема зазначені в них обов'язкові ОК, в цілому відповідають вимогам Постанови КМУ від 23.03.2016 р. №261 (зі змінами від 03.05.2024 р. №507) та дозволяють набуття здобувачу компетентностей відповідно до Стандарту вищої освіти України та досягти ПРН. Обов'язкові компоненти ОНП зорієнтовані на здобуття мовних компетентностей, достатніх для спілкування та письма академічною англійською та українською мовами (ОК2 і ОК6) – ПРН 1,5,7), оволодіння загальнонауковими компетентностями (ОК1, ОК3, ОК4, ОК5) – ПРН 1,2,3,4,5,6,8,9,11,12), здобуття поглиблених знань зі спеціальності (ОК7, ОК8, ОК9) – ПРН 1,2,3,4,5,6,8,10,11. Підготовка аспірантів до викладацької діяльності реалізується шляхом набуття універсальних навичок практичної підготовки за ОНП, передбачає педагогічну практику за професійним спрямуванням (ОК10 (3 кредити ЄКТС) – ПРН 4,6,9,11,12). У цілому зміст ОНП та наявна взаємодія аспірантів з науковими керівниками сприяє забезпеченню дослідницької діяльності. Аналіз індивідуальних планів виконання ОНП аспірантами різних років навчання, наданих на запит ЕГ (Здойма А.Д., Шарофост Ю.В., Ілляшенко А.Г., Ус Я.О.), показав, що здобувачі обізнані про можливість вибору ОК із каталогу, про що було зазначено під час зустрічі з. Зокрема, Здойма А., Шарофост Ю., та Ілляшенко А. обрали одну із вибіркового ОК, а саме «Споживацька поведінка» (3-й семестр); Здойма А. обрав вибіркового ОК «Нейронаука в маркетингу» (4 семестр); Шарофост Ю. – ОК «Сучасні тренди фінансової економіки» (4-й семестр); Ілляшенко А. – ОК «Сучасні тренди досліджень в менеджменті» (4-й семестр). Також здобувачі зазначили, що вибір тієї чи іншої вибіркового ОК вони можуть узгодити з науковим керівником, про що робиться запис у індивідуальному навчальному плані аспіранта. На думку ЕГ такий підхід не обмежує формування індивідуальної навчальної траєкторії здобувача з урахуванням тематики його дисертаційного дослідження. У цілому можна констатувати, що перелік вибіркового компонент ОНП кореспондується з науковими напрямами та конкретними науковими дослідженнями аспірантів.

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

Під час фокус-груп (зустрічі 1, 3, 4 та 5), було підтверджено дотримання формальних процедур обрання наукового напряму, виробу наукового керівника, формулювання, обговорення та затвердження теми дисертації. Відповідність наукової діяльності аспірантів напрямам досліджень наукових керівників може бути визначена на етапі зарахування в аспірантуру, коли аспіранти здійснюють підготовку дослідницької пропозиції, а також при вступі, зокрема у п. 4.5.7 Правил прийому на навчання у 2024 році (зі змінами від 28.06.2024 р.), зазначено, що рішенням приймальної комісії вступник може отримати додаткові бали за особливі успіхи у навчальній та/або науковій діяльності, які нараховуються, зокрема за наукові статті у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України (категорія А, Б) та у виданнях, що індексуються базами даних Scopus та/або Web of Science Core Collection, в яких відображено його наукові інтереси. Такий підхід, певним чином дозволяє з'ясувати відповідність напрямів досліджень потенційного наукового керівника. Наступними етапами, після зарахування, є: вибір і затвердження наукового керівника, погодження з ним та затвердження Вченою радою Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту теми дисертації та індивідуального плану підготовки доктора філософії, що містить загальний план виконання ОНП, перелік обов'язкових і вибіркового ОК, інформацію про атестацію аспіранта. Зазначені процедури відповідають Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у ЗВО (наукових установах) (Постанова КМУ від 23.03.2016 р. №261 (зі змінами внесеними згідно з Постановою КМУ від 03.05.2024 р. №507) і дотримуються СумДУ. Системність і послідовність процедур обговорення, вибору й затвердження тем наукових досліджень відповідає Пріоритетним тематичним напрямам досліджень кафедри маркетингу і Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту (<http://surl.li/stexfc>). На фокус-групі здобувачі продемонстрували обізнаність про напрями досліджень і сфери інтересів своїх наукових керівників, з якими ознайомлюються на сторінках викладачів (<http://surl.li/ejrqxc>). Дотичність тем наукових досліджень здобувачів напрямам досліджень їх наукових керівників, надано у змісті відомостей про самооцінювання (розділ «Загальні відомості»), а склад потенційних наукових рецензентів та голів разових спеціалізованих рад, надано на запит ЕГ.

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

За результатами проведених фокус-груп (зустрічі 1,2,4,6,7), ЕГ констатує, що СумДУ здатний сформувати разові спеціалізовані ради для атестації аспірантів, які навчаються на ОНП «Маркетинг». Наданий на запит ЕГ проект складу спеціалізованих вчених рад з метою проведення разових захистів дисертацій на здобуття ступеня вищої освіти доктора філософії, дозволяє забезпечити процедури, визначені в Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44, зі змінами від 03.05.2024 р. № 507.

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

У СумДУ створено організаційні, інформаційні, дистанційно-комунікаційні, безпекові та матеріально-технічні можливості для проведення та апробації результатів наукових досліджень здобувачів (Міх, ліцензовані прикладні програмні продукти, ресурси науково-технічної бібліотеки тощо). На веб-сторінці навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації (<http://surl.li/helmka>) розміщено інформацію про ОНП, навчально-методичне забезпечення дисциплін (силабуси ОК, каталог вибіркового ОК загального та професійного спрямування, нормативні документи тощо). ЕГ відзначає, що в Звітній-статистичній інформації містяться лише два звіти про роботу аспірантури за 2019 та 2020 рр. (<http://surl.li/sacqxy>), а у вкладці «Академічна мобільність» розміщено лише анонси стипендіальних програм, міжнародних грантових проєктів та конкурсів на отримання фінансування (<http://surl.li/qfdwaq>), не розміщено результати анкетування аспірантів. Аспіранти з науковими керівниками беруть участь у виконанні НДР кафедри: «Моделювання та форсайтинг екологічних, поведінкових та інституційних патернів вуглецево-нейтрального розвитку для забезпечення енергетичної безпеки України» (№ ДР 0122U001155, Національний Фонд Досліджень України, 2022-2023 рр.); «Трансфер зелених інновацій в енергетиці України: мультиплікативна стохастична модель переходу до вуглецево-нейтральної економіки (№ ДР 0122U000769), 2022-2024 рр., керівник – д.е.н., проф. Пімоненко Т.; «Інноваційні трансформації в енергетиці для сталого розвитку та національної безпеки: smart-технології та екологічна відповідальність» (№ ДР 0122U000788), 2022-2024 рр., керівник – д.е.н., проф. Чигрин О. Здобувачі ОНП мають можливість публікації наукових статей у міжнародному мультидисциплінарному журналі «Маркетинг та менеджмент інновацій», що індексується у Web of Science (<https://mmi.sumdu.edu.ua/>), в журналі категорії «Б» - «Економічна стійкість і підприємницька практика» (<https://esbp.sumdu.edu.ua/>). При цьому, як зазначила Барикіна Н., головний бухгалтер, і підтвердила Пімоненко Т., завідувач кафедри маркетингу (зустріч 7), здобувачам може бути здійснене відшкодування публікації статті за кошти субрахунків кафедри та Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту. Результати освітньої і наукової складової обговорюються під час атестації здобувачів.

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

Під час фокус-групи зі здобувачами (зустріч 3), ЕГ встановлено, що у СумДУ створені можливості для залучення здобувачів до міжнародної академічної спільноти переважно через ресурси Управління міжнародного співробітництва (<http://surl.li/tkfrxv>), Програми академічної мобільності (Fulbright, DAAD, Latvian Scholarship, UGRAD, Slovak National Scholarship, Visegrad Fund, Lithuanian Scholarship, Canada's Mitacs Globalink) (<http://surl.li/hrkndp>), а також партнерську мережу кафедри маркетингу, наукових керівників. Приймати участь у міжнародних заходах здобувачі також можуть у рамках укладених договорів про партнерство, кооперацію і наукові обміни СумДУ з іноземними ЗВО-партнерами (<http://surl.li/odarii>). Долучення аспірантів до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю 075 Маркетинг також відбувається шляхом реалізації можливостей для апробації наукових результатів за темою дисертації виступаючи на щорічній Міжнародній міждисциплінарній науковій конференції «Цифровізація та стійкість для управління розвитком: економічні, соціальні та екологічні аспекти» та Міжнародній науковій онлайн-конференції «Інновації, соціальні та економічні виклики» (<http://surl.li/tdaohz>). На кафедрі маркетингу проводяться науково-методичні семінари щодо обговорення результатів наукових досліджень здобувачів та запрошуються гостьові лектори (<http://surl.li/cqzpzp>), професори іноземних ЗВО-партнерів, зокрема, Вецкалне Р. (Ризький технічний університет, Латвія), Білан Ю. (Жешувська політехніка, Польща), Квілінський О. (Лондонська академія науки і бізнесу). Інформування здобувачів про різні наукові проєкти також здійснюється через взаємодію з Науковим товариством студентів та аспірантів (НТСА) (<http://surl.li/xqzmee>), основними завданнями та напрямками роботи якого є планування організації і проведення щорічних інститутських (факультетських) конференцій «Перший крок в науку» та інших наукових конференцій, семінарів студентів, аспірантів і молодих вчених; організація участі студентів, аспірантів і молодих вчених у наукових конкурсах, олімпіадах та інших заходах, які проводяться українськими і міжнародними установами та організаціями. Головою НТСА Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту є Ус Я.О., аспірантка 4-го року навчання ОНП «Маркетинг». За результатами фокус-групи зі здобувачами та аналіз профілів аспірантів (<https://dom.biem.sumdu.edu.ua/uk/aspiranty>), ЕГ констатує, що на кафедрі маркетингу СумДУ створено можливості для реалізації дослідницьких складових на ОНП «Маркетинг» через виступи здобувачів на конференціях за кордоном, публікації у іноземних виданнях, участь у спільних дослідницьких проєктах тощо, які наразі переважно здійснюються у віддаленому, віртуальному форматі.

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

В СумДУ, Навчально-науковому інституті бізнесу, економіки та менеджменту, директором якого є гарант ОНП «Маркетинг» Люльов О.В. та на кафедрі маркетингу сформовано потужний кадровий потенціал. Досягненнями

кафедри маркетингу, на якій реалізується ОНП «Маркетинг», є 70 індивідуальних грантів на наукові стажування, 20 міжнародних грантів та 18 НДР на замовлення МОН України (<http://surl.li/hmupct>). Це підтверджує наявну практику участі наукових керівників аспірантів кафедри маркетингу у дослідницьких проєктах, результати яких регулярно публікуються, презентуються та практично впроваджуються. Інформація про участь наукових керівників аспірантів від кафедри маркетингу у актуальних та завершених науково-дослідних роботах за замовленням МОН України, у проєктах Європейського гранту Жана Моне, проєктах Швейцарського національного наукового фонду (SNF) та індивідуальних грантах на наукові стажування (стипендіальних програмах Fulbright; програмах академічної мобільності Erasmus+; стипендіальних програмах Університету м. Ліверпуль; стипендіальних програмах Урядів Словацької Республіки, Латвії, Литви; стипендіальної програми «Технічного та економічного співробітництва Республіки Індія» (ІТЕС)), розміщена на веб-сторінці кафедри маркетингу у вкладці «Грантова активність кафедри маркетингу» (<https://dom.biem.sumdu.edu.ua/uk/hrantova-aktyvnist>), а також презентована на персональних сторінках викладачів кафедри маркетингу (<http://surl.li/adotad>). Публікації гаранта ОНП, проф. Люльова О. (<http://surl.li/pfhigg>), завідувачки кафедри маркетингу Пімоненко Т. (<http://surl.li/fzmifd>), проф. Чигрин О. (<http://surl.li/xmkrax>) та інших викладачів, що є науковими керівниками аспірантів розміщені у вільному доступі на офіційній сторінці кафедри маркетингу СумДУ (<http://surl.li/jrnprf>). Важливі аспекти отриманих наукових здобутків знайшли відображення в каталозі вибіркового ОК для докторів філософії (<http://surl.li/mgxnuv>; <http://surl.li/opoxof>): «Нейронаука в маркетингу», «Дослідницька доброчесність». Результати проведених наукових досліджень в межах міжнародних та НДР МОН України сприяли розробленню і змістовному наповненню ОК ОНП «Маркетинг», а саме: «Споживацька поведінка», «Глобальні тренди в маркетингу» та «Моделювання в маркетингу». Наукові здобутки викладачів кафедри маркетингу, що є науковими керівниками стали підґрунтям формування напрямів та тем дисертацій аспірантів. Професори Люльов О., Пімоненко Т., Чигрин О. є редакторами та членами редакційних колегій українських та зарубіжних наукових видань, зокрема що індексуються в WoS. Тематика наукових досліджень здобувачів пов'язана з НДР та грантовими проєктами, в яких беруть участь їх наукові керівники, що підтверджується у т.ч. наявністю спільних публікацій.

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

СумДУ приділяє значну увагу питанням дотримання принципів академічної доброчесності у професійній діяльності, зокрема наукових керівників і аспірантів, вживає заходів для унеможливлення здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності. Це підтверджується, зокрема тим, що в СумДУ створено і функціонує центр забезпечення якості науки (керівник Крамаренко О.А.), а також введено до каталогу навчальних дисциплін циклу загальної підготовки за спеціальністю 075 Маркетинг третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ОК «Дослідницька доброчесність» (викладач – д.е.н., доцент Артюхов А.Є.). Метою діяльності Центру є реалізація стратегічних цілей розвитку СумДУ щодо підвищення якості наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, зокрема у відповідності до загальноприйнятих стандартів Європейського дослідницького простору та провідних країн світу. Основними напрямками діяльності Центру є: імплементація норм та принципів відкритої науки в наукову діяльність СумДУ; моніторинг якості наукових проєктів; імплементація кращих практик доброчесності та етики наукової діяльності; розвиток е-інфраструктури відкритої науки. ЕГ констатує, що в академічній спільноті СумДУ здійснюється потужна інформаційна робота щодо популяризації культури якості та академічної доброчесності, зокрема шляхом проведення відкритих дискусій і роз'яснювальної роботи серед здобувачів, проведення настановчих нарад для аспірантів першого року навчання на ОНП (<http://surl.li/kcvmvj>), перевірки робіт на наявність ознак академічного плагіату (StrikePlagiarism.com та Turnitin Similarity) (<http://surl.li/nzlijo>). Нормативну базу СумДУ, що регламентує питання щодо політики, стандартів і процедур дотримання академічної доброчесності, становлять: Положення про систему забезпечення якості вищої освіти (<http://surl.li/vmrcoc>), Кодекс академічної доброчесності (<http://surl.li/thuwvl>), Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин у СумДУ (<http://surl.li/xjzwrq>; <http://surl.li/epigdt>), Положення про групу сприяння академічній доброчесності (<http://surl.li/ecsxht>), наказ «Про підписання декларацій про дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу» (<http://surl.li/djdowr>), Методична інструкція щодо перевірки робіт на наявність ознак академічного плагіату (<http://surl.li/ciygyt>). Формалізація питань дотримання академічної доброчесності у професійній діяльності наукових керівників та аспірантів свідчить про системну, здійснювану на постійній основі практику удосконалення нормативного забезпечення щодо питань академічної доброчесності в освітньо-науковому середовищі СумДУ серед всіх учасників освітньо-наукового процесу. Також редколегії фахових видань СумДУ дотримуються політики нульової толерантності до неоригінальних досліджень та текстових запозичень без належних посилань. ЕГ було встановлено, що фактів порушення академічної доброчесності серед учасників освітньо-наукового процесу не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП «Маркетинг» повністю відповідає вимогам підкритеріїв 10.1-10.7 Критерію 10. Зміст ОНП «Маркетинг» відповідає науковим інтересам здобувачів і забезпечує їх підготовку до дослідницької та викладацької діяльності, наукова діяльність здобувачів відповідає напрямам досліджень наукових керівників. Для проведення й апробації результатів наукових досліджень здобувачів в СумДУ створені необхідні організаційні та матеріально-технічні

можливості, умови для їх долучення до міжнародних проєктів, як співвиконавців, а також умови для формування разових спеціалізованих рад для атестації. В СумДУ забезпечується дотримання культури якості та принципів академічної доброчесності у науковій діяльності наукових керівників, здобувачів на інших учасників освітньо-наукового процесу. В СумДУ створене сприятливе для реалізації ОНП «Маркетинг» організаційне, інформаційне, дистанційно-комунікаційне, безпекове та матеріально-технічне середовище, що дозволяє здобувачам третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти успішно реалізувати, як освітню, так і наукову складову ОНП. ЕГ відмічає цілісність підходу до формулювання, погодження та затвердження тем дисертаційних робіт здобувачів. Зразковою практикою є системна і постійна участь наукових керівників, штатних працівників кафедри маркетингу СумДУ у дослідницьких проєктах Європейського гранту Жана Моне, проєктах Швейцарського національного наукового фонду (SNF), НДР, індивідуальних грантах на наукові стажування (програмах академічної мобільності Erasmus+; стипендіальних програмах Fulbright та Університету м. Ліверпуль; стипендіальних програмах Урядів Словачької Республіки, Латвії, Литви; стипендіальної програми «Технічного та економічного співробітництва Республіки Індія» (ІТЕС), що дозволяє збагатити контент ОК та імплементувати кращі практики у освітній процес. Результати досліджень регулярно публікуються та знаходять відображення як у змісті ОНП, обов'язкових та вибіркових ОК, так і є підґрунтям для формування тем та напрямів наукових досліджень здобувачів. Залучення здобувачів ОНП «Маркетинг» до міжнародної академічної спільноти через їх участь у міжнародних конференціях, що проводяться на базі СумДУ та кафедри маркетингу на безоплатній основі, публікацію результатів наукових досліджень у зарубіжних наукових журналах та міжнародному мультидисциплінарному журналі «Маркетинг та менеджмент інновацій», що індексується у WoS з можливістю компенсації вартості статті коштами субрахунку Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту. В СумДУ культивується дотримання принципів академічної доброчесності усіма учасниками освітньо-наукового процесу, шляхом проведення відкритих дискусій і роз'яснювальної роботи серед здобувачів, проведення настановчих нарад для аспірантів першого року навчання на ОНП, функціонування центру забезпечення якості науки, внесенням до каталогу навчальних дисциплін циклу загальної підготовки за спеціальністю 075 Маркетинг третього рівня вищої освіти ОК «Дослідницька доброчесність».

Недоліки

Недоліки відсутні

Рекомендації

Відсутні

Рівень відповідності Критерію 10.

Рівень А

IV. Інші спостереження

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

Керівний менеджмент СумДУ, гарант ОНП, НПП, адміністративний і допоміжний персонал служб, представники студентського самоврядування, а також представники роботодавців відкриті до спілкування на фокус-групах, які відбувались згідно узгодженої і затвердженої програми роботи ЕГ, з дотриманням таймінгу та відеозаписом зустрічей в Zoom. Проведені фокус-групи були здійснені на основі ненасильницьких комунікацій, у режимі відкритої, доброзичливої дискусії. Наявну в СумДУ інфраструктуру, інформаційні ресурси, науково-технічну бібліотеку, поведінкову лабораторію було продемонстровано гарантом ОНП, в режимі реального часу та як відеозапис.

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>додаток до звіту_ID 20762.pdf</i>	bo/BZRnx5HzWAwQLQ9ZOx3yRDzyfwfvTB1I5Warh rTI=

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Сагайдак Михайло Петрович

Члени експертної групи

Поліщук Ірина Ігорівна

Сушецька Крістіна Вікторівна

