

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Освітня програма	10132 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
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	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	10132
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Касян Сергій Якович, Завалій Тетяна Олександрівна, Сагайдак Михайло Петрович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	04.10.2023 р. – 06.10.2023 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/09/Vidomosti-075M.pdf
Програма візиту експертної групи	https://www.hneu.edu.ua/event/akredytatsiya-osvitnoyi-magisterskoyi-programy-marketyng-spetsialnist-075-marketyng/

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

ЕГ констатує, що під час проведення акредитаційної експертизи із використанням технічних засобів відеозв'язку в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця (далі по тексту звіту - ХНЕУ ім. С. Кузнеця). В ХНЕУ ім. С. Кузнеця науково-методичні, матеріально-технічні, інформаційні та інфраструктурні ресурси для реалізації ОПП «Маркетинг» наявні в достатньому обсязі. Наявну в ХНЕУ ім. С. Кузнеця навчальний корпус, інфраструктуру, інформаційні ресурси, комп'ютерні класи, конференц-залу для проведення зустрічей в безпечних умовах, ресурси Персональної навчальної системи (ПНС), а також ресурси бібліотеки було продемонстровано гарантом ОПП, в режимі реального часу та як відеозапис, що був знятий на момент проведення акредитації. Доброзичливість у комунікаційній взаємодії усіх учасників освітнього процесу і сформовані освітнє середовище і культура якості в цілому сприяють реалізації ОПП. На сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/>) в цілому розміщена необхідна для реалізації ОПП інформація. Опитування здобувачів вищої освіти, з метою удосконалення ОПП, проводиться періодично, методом анонімних анкетувань.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

Освітнє, інформаційне та матеріально-технічне середовище, зокрема створена в університеті Персональна навчальна система (ПНС), дозволяють здобувачам успішно реалізувати складові ОПП. Налагоджена система освітнього віртуального простору, високий рівень супроводу комунікацій із забезпеченням зворотного зв'язку між викладачами і здобувачами; функціонування студентського наукового гуртка «Маркетинг. Освіта. Лідерство»; системний підхід до проведення різнопланових опитувань здобувачів та НПП у контексті необхідності отримання інформації про певний етап навчання і виявлення рівня задоволеності внутрішнім забезпеченням якості освіти. Функціонування Лабораторії маркетингу, в межах якої створені можливості для набуття здобувачами комунікаційних, командних складових soft skills. Поєднання функціонування наукового гуртка разом із креативним простором віртуальної Лабораторії маркетингу створюють синергетичні можливості для втілення результатів наукових досліджень в межах освітнього простору, їх апробації. Студентоцентрикований підхід у формуванні індивідуальної траєкторії навчання здобувачів забезпечується вільним вибором дисциплін МАГ-МАЙНОРІВ, які здобувачі обирають з пулу вибіркових ОК університету, так і МЕЙДЖОРІВ, що пропонуються для обрання серед пулу вибіркових дисциплін спеціальності (освітньої програми). Повнота інформування та інформаційна підтримка процедури вибору дисциплін здобувачами підтверджується створеними технологічними картами ОК, у яких наведено порядок та критерії оцінювання (політика виставлення балів). В ХНЕУ ім. С. Кузнеця застосовується дуальна модель навчання, за якою навчаються і здобувачі ОПП «Маркетинг». Створено можливості залучення здобувачів до технічних процесів організації й обробки результатів опитувань в Університеті, які навіть оформлюються на частину ставки за сумісництвом. Здобувачі долучаються до обговорення ОПП шляхом анонімного надання пропозицій, заповнюючи Google-форму, а також мають змогу ознайомитись з таблицею результатів громадських обговорень. Також здобувачі долучаються до обговорення освітніх компонент ОПП «Маркетинг», у т.ч. заповнюючи анкету для опитування «Викладач очима студентів», до розробки питань якої також долучаються, що є цінним і доречним, з точки зору формування професійних компетентностей. Є можливості для участі у міжнародній та внутрішній академічній мобільності здобувачів, перерахування отриманих результатів у інших ЗВО, внаслідок мобільності, а також визнання результатів неформального та/або інформального навчання, а також підвищення кваліфікації НПП з формування цифрового освітнього середовища та використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у активній співпраці з Університетом менеджменту освіти Національної академії педагогічних наук України. Наявні внутрішньокорпоративні цінності ХНЕУ ім. С. Кузнеця, які розділяються усіма учасниками освітнього процесу.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

В Статуті не зазначено мету діяльності ЗВО, що ускладнює ідентифікацію відповідності мети та цілей ОПП «Маркетинг», місії та стратегії ЗВО. Стратегія розвитку ЗВО на 2020-2027 рр., належним чином не оформлена (коли і ким затверджена, введена в дію). В змісті ОПП не відображено рівень НРК та цикл вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти. У наскрізній програмі практики, до укладачів або рецензентів якої не долучаються представники роботодавців, не зазначено про необхідність індивідуального завдання. Здобувачі не диференціюються за рівнем володіння мовою під час вивчення дисциплін англійською мовою. Не оновлене Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Недостатній рівень поінформованості здобувачів про процедуру захисту дипломної роботи і склад ЕК. Помірна активність здобувачів, НПП у міжнародних програмах академічного обміну, в подачах заявок на міжнародні грантові проекти. Обмежена кількість здобувачів-учасників наукового гуртка, не широке коло керівників науковими роботами. Результати анонімного опитування «Викладач очима студентів» не враховуються при рейтингуванні НПП. До аудиторних занять представники роботодавців на постійній та систематичній основі не залучаються. Підвищення кваліфікації НПП лише у ЗВО-партнерах, а не в бізнес-структурах. Анонімне опитування здобувачів щодо змісту і структури ОПП. Публікаційна активність переважно у Молодіжному економічному віснику ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Рекомендації: відобразити в Статуті мету діяльності ЗВО; Стратегію розвитку університету на 2020-2027 рр., оформити належним чином (коли і ким вона затверджена і введена в дію); в ОПП «Маркетинг» на 2024-2025 н.р. зазначити 7 рівень НРК та другий цикл вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти; посилити інформування здобувачів ОПП про наявні можливості участі у програмах академічної

мобільності та перезарахування результатів навчання, отриманих у інших ЗВО та неформальній та/або інформальній освіті; оновити Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця у якому прописати зазначений і озвучений на фокус-групах алгоритм визнання результатів навчання; залучати на захист звітів з практики і дипломних робіт роботодавців; використовувати результати анонімного опитування студентів «Викладач очима студентів» при рейтингуванні НПП; залучати до аудиторних занять при реалізації ОПП «Маркетинг» представників роботодавців на постійній та систематичній основі; залучати представників роботодавців до роботи в ЕК з атестації здобувачів, як зовнішніх експертів; залучати викладачів, що викладають ОК до підвищення викладацької майстерності шляхом навчання і отримання сертифікату ПНС з навчальних дисциплін ОПП «Маркетинг», з метою підвищення їх інтерактивного рівня викладачів, а також підвищення кваліфікації на підприємствах-партнерах.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

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

Під час проведення фокус-груп, ЕГ встановила, що сформульована мета ОПП «Маркетинг» в редакції 2023 р., а саме підготовка компетентних фахівців, на основі інтегрованого підходу, які мають теоретичну базу знань та володіють практичними навичками, необхідними для успішної роботи в сфері маркетингу, здатні реагувати на реальні виклики ринку, креативно підходити до вирішення практичних завдань щодо створення маркетингової стратегії, впроваджувати новітні технології у маркетингову діяльність та цілі навчання щодо підготовки фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог (стор. 3-4, https://dom.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/09/opp-075-mag-marketyng-23-24_compressed.pdf), були ідентифіковані під час спілкувань з керівним менеджментом, НПП та гарантом ОПП. Зазначені мета та цілі ОПП корелюють зі Стандартом вищої освіти України для другого (магістерського) рівня галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, що затверджений і введений в дію наказом МОН України від 10.07.2019 р. №960 (<https://cutt.ly/fcdeq3w>). При аналізі установчих документів, ЕГ встановила, що в Статуті ХНЕУ ім. Семена Кузнеця від 09.12.2019р. №1528 (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/1/Statut-HNEU.pdf>), визначено основні напрями, головні завдання та концепцію освітньої діяльності університету (розділ 2, с. 4-8), проте не зазначено мету діяльності ЗВО, що ускладнює ідентифікацію відповідності мети та цілей ОПП «Маркетинг» місії та стратегії ЗВО. Також, ЕГ звертає увагу керівного менеджменту ЗВО, що у новій редакції Статуту, у п. 1.4.1.4. зазначено скорочену назву університету російською мовою. Проте, ЕГ підтверджує, що на фокус-групі з керівним менеджментом ЗВО було встановлено, що учасники освітнього процесу розуміють місце ОПП в стратегії розвитку ЗВО, долучені до процесів удосконалення та її перегляду. Також, ЕГ констатує, що в Стратегії розвитку університету на 2020-2027 рр. (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Strategiya-rozvytku-HNEU-do-2027.pdf>), визначено місію, візію та стратегічні цілі розвитку університету, що в цілому корелюють з метою ОПП. Разом з тим, ЕГ зазначає, що даний документ, який розміщений на сайті ЗВО, належним чином не оформлений (не містить інформацію про те, коли і ким затверджений, введений в дію тощо). За результатами ознайомлення з проектом ОПП «Маркетинг» на 2024-2025 н.р. ЕГ констатує, що мета та цілі ОПП відповідають Стандарту вищої освіти (<https://cutt.ly/fcdeq3w>).

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

ЕГ, під час фокус-груп було встановлено, що академічна спільнота, представники роботодавців, а також здобувачі можуть взяти і беруть участь в громадських обговореннях ОПП (<https://www.hneu.edu.ua/gromadske-obgovorennya-osvitnih-program/>), проект якої на 2024-2025 н.р. розміщено на сайті ЗВО за посиланням https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/1/OP_MAG_Marketyng_PROYEKT_24-25-n.r..pdf. ЕГ стверджує, що академічний персонал кафедри, представники роботодавців, здобувачі приймали участь у формуванні цілей, освітніх компонент та програмних результатів навчання, що підтверджується рецензіями-відгуками на ОПП, а також протоколами засідання кафедри маркетингу (витяги з протоколів №11 від 20.04.2022 р.; №8 від 09.02.2023 р. – надано на запит ЕГ). Здобувачі під час зустрічі з ЕГ засвідчили те, що ознайомлені з ОПП в чинній редакції, а також долучаються до її обговорення шляхом анонімного надання пропозицій, заповнюючи Google-форму (<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScl5PrAStVyNU9kYdko9e7WNV2MyJHHiykfZDiuwTEkpGu84w/viewform>),

а також ознайомитись з таблицею результатів громадських обговорень (<https://docs.google.com/document/d/18QaUsXZJ47zkUlkeHPYGHjqcNBdv-Vnf/edit>). Також ЕГ встановила, що здобувачі долучаються до обговорення освітніх компонент ОПП «Маркетинг», у т.ч. заповнюючи анкету для опитування «Викладач очима студентів», до розробки питань якої також долучаються, що є цінним і доречним, з точки зору формування професійних компетентностей. Також ЕГ підтверджує той факт, що програмні результати навчання визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін, зокрема роботодавців, шляхом аналізування і обговорення на засіданнях кафедри результатів проведеного моніторингу ринку праці (витяги з протоколів засідання кафедри маркетингу від 30.08.2023 р. № 1; від 09.02.2023 р. №8 – надано на запит ЕГ), а також укладеними угодами щодо реалізації дуальної освіти здобувачів.

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

ЕГ за результатами фокус-груп з керівним менеджментом університету, академічним персоналом, роботодавцями, адміністративним персоналом, констатує, що цілі ОПП та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності 075 Маркетинг, галузевого та регіонального контексту ринку праці, а також досвіду аналогічних українських та іноземних ОП. Ректор ЗВО, гарант ОП та завідувач кафедри маркетингу, зазначили, що галузевий та регіональний контекст ринку праці вивчаються та обговорюються на кафедрі (витяги з протоколів засідання кафедри маркетингу від 30.08.2023 р. №1; від 09.02.2023 р. №8 – надано на запит ЕГ) з метою моніторингу співвідношення попиту та пропозиції у відповідних сегментах ринку, динаміки заробітних плат, базових вимог роботодавців до молодих фахівців тощо, у т.ч. з урахуванням воєнного стану. Обговорення результатів моніторингу ринку праці, результатів працевлаштування випускників ОПП, зацікавлених стейкхолдерів, доводить, що випускники ОПП «Маркетинг» користуються стійким попитом на ринку праці. Також ЕГ констатує, що на зустрічах з фокус-групами, зокрема з гарантом та НПП (зустріч 2), підтверджено, що в процесі формування ПРН враховано досвід українських ЗВО: КНУ ім. Т. Шевченка, НТУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», КНЕУ ім. В. Гетьмана, НУ «Львівська політехніка», ДТЕУ, а також основних ЗВО-конкурентів - НТУ «Харківський політехнічний інститут», ХНУ ім. В. Каразіна. Важливою складовою при формуванні ОПП «Маркетинг» стало вивчення досвіду іноземних ЗВО: Краківського економічного університету (Польща), Познанського економічного університету (Польща), Arden University, University of Applied Sciences (Німеччина), Гетеборжского університету (Швеція). Витяг з протоколу від 20.04.2022 р. №11 про результати аналізу досвіду вітчизняних та зарубіжних аналогічних освітніх програм за спеціальністю «Маркетинг» - надано на запит ЕГ.

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

ЕГ, за результатами ознайомлення з ОПП (в редакції 2023 р. та проекту на 2024-2025 н.р.) та фокус-груп, вважає, що розроблена та така, що періодично оновлюється ОПП «Маркетинг» дозволяє досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України для другого (магістерського) рівня галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, що затверджений і введений в дію наказом МОН України від 10.07.2019 р. №960 (<https://cutt.ly/fcdeq3w>). Зокрема ПРН 1-15 відповідають зазначеному Стандарту вищої освіти, а ПРН 16 запропонований розробниками ОПП «Маркетинг» і зорієнтований на вміння застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набувати креативних навичок для розробки інноваційних продуктів. ЕГ констатує, що сформовані ПРН загалом відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для дискрипторів 7 кваліфікаційного рівня (<https://bit.ly/3r61DNT>). Ця відповідність забезпечується структурою ОК та їх переліком. Також ЕГ зазначає, що в ОПП «Маркетинг» не відображено рівень Національної рамки кваліфікацій та цикл вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти. ЕГ рекомендує відобразити це у ОПП «Маркетинг» з урахуванням Постанови КМУ від 25.06.2020 №519 щодо поправок відповідно до змін, внесених до Національної рамки кваліфікацій, згідно якої освітній ступінь «магістр» відповідає «7 рівню Національної рамки кваліфікацій та другому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти».

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

При проектуванні, обговоренні та перегляді ОПП «Маркетинг», її мети та цілей, ПРН, враховуються позиції та потреби заінтересованих сторін. Багаторічний досвід ХНЕУ ім. Семена Кузнеця у підготовці фахівців, які навчаються на ОПП «Маркетинг», дозволяє використовувати інтегрований підхід, що передбачає поєднання теоретичної бази знань з формуванням практичних навичок, необхідних для реагування на реальні виклики ринку, прояву креативу у створенні маркетингової стратегії, впровадженні новітніх технологій у маркетингову діяльність. При проектуванні

ОПП враховується досвід підготовки здобувачів, як українських, так і зарубіжних ЗВО. Здобувачі долучаються до обговорення ОПП шляхом анонімного надання пропозицій, заповнюючи Google-форму, а також мають змогу ознайомитись з таблицею результатів громадських обговорень. Також здобувачі долучаються до обговорення освітніх компонент ОПП «Маркетинг», у т.ч. заповнюючи анкету для опитування «Викладач очима студентів», до розробки питань якої також долучаються, що є цінним і доречним, з точки зору формування професійних компетентностей.

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

В Статуті ХНЕУ ім. Сємена Кузнеця від 09.12.2019р. №1528, не зазначено мету діяльності ЗВО, що ускладнює ідентифікацію відповідності мети та цілей ОПП «Маркетинг» місії та стратегії ЗВО. У новій редакції Статуту, у п. 1.4.1.4. зазначено скорочену назву університету російською мовою. Стратегія розвитку університету на 2020-2027 рр., у якій визначено місію, візію та стратегічні цілі розвитку університету, належним чином не оформлена (не містить інформацію про те, коли і ким затверджена, введена в дію тощо). В змісті ОПП, яку затверджено 23.05.2023 р. (протокол №6 вченої ради ХНЕУ ім. Сємена Кузнеця, введено в дію наказом ректора від 23.05.2023 №144), не відображено рівень Національної рамки кваліфікацій та цикл вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти. Рекомендації: відобразити в Статуті ХНЕУ ім. Сємена Кузнеця від 09.12.2019р. №1528, мету діяльності ЗВО (на загальних зборах колективу, згідно процедури внесення змін до Статуту ЗВО); прибрати в новій редакції Статуту п. 1.4.1.4. скорочену назву університету російською мовою (на загальних зборах колективу, згідно процедури внесення змін до Статуту ЗВО); Стратегію розвитку університету на 2020-2027 рр., оформити належним чином, зазначивши інформацію про те, коли і ким вона затверджена і введена в дію (зазначити реквізити затвердження Стратегії та розмістити її на офіційному сайті ЗВО); в ОПП «Маркетинг» на 2024-2025 н.р. зазначити 7 рівень Національної рамки кваліфікацій та другий цикл вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (з дотриманням процедур обговорення і затвердження змін до ОПП на засіданні кафедри та вченої ради ЗВО).

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

ОПП «Маркетинг» та освітня діяльність ХНЕУ ім. Сємена Кузнеця за цією ОПП в цілому є узгодженими за підкритеріями 1.1 – 1.4 критерію 1, з недоліками, що несуттєво впливають на якість та результати освіти. Це стосується внесення у ОПП доповнення – «освітній ступінь «магістр» відповідає 7 рівню Національної рамки кваліфікацій та другому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти», згідно Постанови КМУ від 25.06.2020 №519); зазначенні в Статуті ХНЕУ ім. Сємена Кузнеця від 09.12.2019р. №1528, мету діяльності ЗВО задля ідентифікації відповідності мети та цілей ОПП «Маркетинг», меті, місії та стратегії ЗВО.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», а також встановленим чинним законодавством вимогам щодо навчального навантаження для магістерських освітньо-професійних програм. Обсяг ОП складає 90 кредитів ЄКТС, що відповідає ст. 5 Закону України «Про вищу освіту». Обсяг обов'язкових компонентів у ОП «Маркетинг» 2023 року становить 65 (72,2%) кредитів ЄКТС, а вибірових – 25 (27,8%), що відповідає Стандарту вищої освіти підготовки магістрів спеціальності 075 Маркетинг (наказ МОН від 10.07.2019 №960). Здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю передбачено в усіх освітніх компонентах на очній (денній) та заочній формах навчання. Загальний термін навчання за програмою становить 1 рік 4 місяці.

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

ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти (ухвалена вченою радою ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця від 23.05.2023 р. протокол №6 і введена в дію з 23.05.2023 наказом ректора №144) є структурованою, містить обов'язкові ОК (у т. ч. навчальні дисципліни ОК1-ОК8, переддипломну практику, дипломну роботу загальним обсягом 65 кредитів ЄКТС, які включають в себе цикл загальної підготовки та цикл професійної підготовки, а також вибіркові компоненти загальним обсягом 25 кредитів ЄКТС, які містять дисципліни вільного вибору студента в межах Університету (МАГ-МАЙНОРИ ВК1, ВК2) та дисципліни вільного вибору студента з пулу освітньої програми (МЕЙДЖОРИ ВК3-ВК4). Взаємозв'язок ОК є логічним та чітким. Освітня програма передбачає виокремлення двох блоків: обов'язкові та вибіркові компоненти ОП. НП (2023 р.) очної (денної) та заочної форми навчання розрахований на 1 рік і 4 місяці та містить розподіл освітнього процесу на 3 семестри. Зміст освітньої програми має чітку структуру. Обов'язкові освітні компоненти, включені до освітньої програми, в сукупності дозволяють досягти заявлених цілей ОП та програмних результатів навчання. Усі програмні результати (ПРН 1 – ПРН 16) досягаються обов'язковими освітніми компонентами і посилюються вибірковими компонентами. Це підтверджується таблиця 4.1 с. 7-8 ОП та змістом обов'язкових та вибіркових освітніх компонентів. Кількість кредитів, відведених на одну дисципліну, відповідає навчальному плану на 2023-2024 навчальний рік. Структурно-логічна схема ОП (4.3) є складовою освітньої програми і визначає логічну послідовність вивчення навчальних дисциплін та сформована з урахуванням взаємозв'язку між ОК, переддипломною практикою та дипломною роботою. Структурно-логічна схема є чітко вибудована та відображає особливості набуття посиленних креативних складових. ОП у Пояснювальній записці містить таблицю 2 (Матриця відповідності визначених результатів навчання, компетентностей та освітніх компонентів). На фокус-групі зі здобувачами ЕГ відмічає слабкий рівень обізнаності щодо можливості висловлювання думки щодо ПРН, компетентностей в межах ОПП, тематичного наповнення дисциплін. Вони теж слабо обізнані про склад ЕК і процедуру захисту. Експертна група дійшла висновку, що перелік компонентів ОП та послідовність їх вивчення дозволяють здобувачам вищої освіти отримати необхідні компетентності, досягти заявлених цілей та досягти програмних результатів навчання.

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

Вивчення цілей, ПРН, змісту ОК, методів навчання та викладання цієї ОПП ХНЕУ ім. С. Кузне́ця підтверджує відповідність ОПП предметній сфері спеціальності 075 - Маркетинг. Зміст освітніх компонентів ОП охоплює вивчення категорій, теорії, методології та концепції маркетингової науки, які визначають тенденції, напрямки й закономірності функціонування й розвитку таких сфер управління маркетингом як: стратегічний маркетинг, маркетингова аналітика, планування маркетингової діяльності, товарна інноваційна політика та ін. Здобувачами можуть бути досягнуті загальні і спеціальні (фахові) компетентності, зазначені у Стандарті вищої освіти за відповідною спеціальністю завдяки освітнім компонентам, включеним до програми. Аналіз методичного забезпечення переддипломної практики, отриманого за додатковим запитом ЕГ - Наказу про затвердження тем кваліфікаційних дипломних робіт здобувачів ОП засвідчили відповідність фаховому спрямуванню - спеціальності 075 «Маркетинг». Згідно відгуків випускників і здобувачів ОПП, озвучених на фокус-групах у програмі є відповідна сучасним запитам роботодавців практична підготовка, доцільними є викладання ОК Ведення ділових переговорів в маркетингу, Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та формування soft skills в маркетингу – англійською мовою, що сприяє формуванню успішної кар'єри маркетолога на регіональному, національному та міжнародних ринках праці. Опанування змісту відбувається з повним залученням інструментів асинхронного навчання з широким використанням цифрових інструментів та платформ.

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

Структура ОП передбачає добрі можливості для формування індивідуальної освітньої траєкторії. Процедура вибору індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема, вибіркових освітніх компонентів регламентується в Університеті Положенням «Про організацію освітнього процесу у Харківському національному економічному університеті імені Семе́на Кузне́ця (<http://surl.li/aesal/>) та Порядком формування та реалізації вибіркової складової освітніх програм Університету (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/12/Poryadok-formuvannya-ta-realizatsiyi-vybirkovoyi-skkladovoyi-osvitnih-program-HNEU.pdf>). Обсяг вибіркових освітніх компонентів складає 25 кредитів ЄКТС, або 27,8% від загальної кількості кредитів, передбачених ОП. Обсяг вибору відповідає пп. 15 п. 1ст.62 Закону України «Про вищу освіту». Згідно зазначеної процедури здобувач вищої освіти має право обрати навчальні дисципліни з вибіркової складової навчального плану відповідної освітньої програми, за якою він навчається. Каталог «МАГ-МАЙНОРИВ», що пропонується в 2023-2024 навч. рік. (Силабуси) для здобувачів магістерського рівня вищої освіти розміщено на сайті ХНЕУ імені Семе́на Кузне́ця, кафедри (<https://www.hneu.edu.ua/mag-majnor-2023-2024/>), МЕЙДЖОРИВ на 2023-2024 навчальний рік, <https://www.hneu.edu.ua/mejdzhor-2023-2024-magistr/>. На зустрічі з зі здобувачами ОПП денної та заочної форми навчання було з'ясовано, що інформацію про вибіркові навчальні дисципліни вони отримують на сайті університету, де є можливість обирати МАГ-МАЙНЕРИ, є силабуси, технологічна карта, в деканаті, Персональній навчальній системі (далі по тексту ПНС), є усі контакти викладачів, доступ до персонального кабінету. Обирають за допомогою google-форми, яку розсилає деканат факультету менеджменту і маркетингу. Аналіз ВСО, індивідуального навчального плану здобувача, засвідчує у них формування індивідуальної траєкторії навчання. Вільний вибір відбувається серед дисциплін МАГ-МАЙНОРИВ, які здобувачі ВО обирають з пулу вибіркових ОК університету, так і МЕЙДЖОРИВ, що пропонується для обрання серед пулу вибіркових дисциплін спеціальності (освітньої програми). Під час зустрічей у межах фокус-групи здобувачі ОПП

підкреслили, що мають можливість самостійно обирати для себе підприємство для практики, тему дипломної роботи. На зустрічі зі здобувачами зазначено, що їх однією із складових мотивації до вступу є підвищена увага до індивідуальної траєкторії студента на цій ОПП. Формування бажаної індивідуальної освітньої траєкторії підтверджується результатами опитування здобувачів ОПП, згідно якого 78,6% респондентів висловили задоволення такою траєкторією. Варто відмітити як позитивний момент в системі ПНС посилення в рамках дисципліни на навчальні ресурси Coursera. ЕГ встановлено, що формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується шляхом: наявності індивідуального навчального плану здобувачів; вільного вибору здобувачами ОК, баз практики, напрямків наукових досліджень.

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

Практична підготовка на очній та заочній формі навчання ОП передбачає проведення лабораторних занять (10 год., 0,37%), практичних занять (272 год, 10,1%), самостійної роботи (2170 год, 80,4%) та переддипломну практику (12 кредитів ЄКТС / 360 годин). ЕГ засвідчує добру практичну підготовку за цією ОПП в рамках опанування здобувачами комплексного тренінгу: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу. Під час зустрічі з здобувачі підтвердили відвідування низки майстер-класів, вебінарів, тренінгів від зовнішніх стейкхолдерів, що дає змогу отримати практичні компетентності. У навчальному плані ОП Маркетинг 2023 р. переддипломна практика складає 12 кредитів. Організація цієї практики урегульована Положенням про організацію практики студентів у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/fkduk>). Аналізування Звіту про практику Петруніної Ю., який наданий Гарантом за запитом ЕГ засвідчує його відповідність за змістом і структурою Наскрізній програмі практики для здобувачів ОП «Маркетинг» магістерського рівня. Проте потребує більш широкого викладення аналіз маркетингової діяльності підприємства. Бажано включити до Програми практики і звіту розділ «Індивідуальне завдання», що відобразить специфіку дослідження згідно з перспективною темою дипломної роботи. Позитивним є звертання здобувача у цьому звіті до сервісів перевірки контрагентів: YouControl, Опендатабот. Під час зустрічі з роботодавцями відмічено підтримку у практиці, вони, дійсно, надають допомогу в отриманні здобувачами компетентностей, необхідних для подальшої професійної діяльності, отриманні практичних скілів. Практичні компетентності посилюються завдяки можливостям дуальної освіти, й здобувач Скворцов А.Е. навчається за цією формою. На зустрічі зі здобувачами зазначено, що однією із складових мотивації їх до вступу є практикоорієнтованість цієї ОП. Під час інтерв'ю ЕГ зі стейкхолдерами була підтверджена щільна співпраця ЗВО із роботодавцями та залученість фахівців-практиків до практичної підготовки на ОП (участь у тренінгах, майстер-класах (Головахіна О.М. директор з персоналу Бізнес група «Крон», Вдовенко В.В., менеджер з персоналу ПрАТ «Новий стиль») тощо. ЕГ встановила, що ЗВО підтримує тісні взаємозв'язки з роботодавцями, які забезпечують здобувачів базами практики, а саме: ДУ «Харків-Арена», ТОВ «ВФ «Полімер», Бізнес група «Крон», ПрАТ «Новий стиль», ТОВ «Гвара Медіа» тощо, які долучені до проєкту з профорієнтації студентів. Під час цього проєкту здобувачі мають нагоду вивчення актуальних пропозицій роботодавців. Позитивним моментом є поєднання викладання з практичною діяльністю на цій ОПП. Так, Родіонов С.О., директор ДУ «Харків-Арена» є водночас доцентом кафедри маркетингу. Бажано долучити у якості рецензентів або укладачів Наскрізної програми практики представників роботодавців та їх об'єднань. Варто у більшому ступені залучати на захист звітів з практики і дипломних робіт роботодавців, за підприємствами яких проведено дослідження.

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

Набуття здобувачами соціальних навичок на цій ОПП відбувається, як під час вивчення освітніх компонент, спрямованих на формування основних загальних та професійних компетентностей. Передусім це такі ОК, як: Стратегічний маркетинг, Методологія наукових досліджень, Товарна інноваційна політика. Більшість із дисциплін МАГМАЙНЕРІВ і МІГМАЙНЕРІВ, містять пропозицію до набуття soft skills. Соціальні навички отримують здобувачі цієї ОП й під час участі у вебінарах, тренінгах, майстер-класах, науково-практичних конференціях. Методи навчання (передусім проблемні лекції, кейс стаді, евристичні, ігрові методи, дебати), застосовувані викладачами, комплексно сприяють набуттю soft skills здобувачами ВО. Як «добру» практику відзначимо опанування soft skills шляхом вивчення таких освітніх компонент, як «Ведення ділових переговорів в маркетингу» та «Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу», які викладаються англійською мовою. Соціальні навички, що передбачені ОП (ЗК2 «Здатність генерувати нові ідеї (креативність)», ЗК5 «Навички міжособистісної взаємодії» передбачені при викладанні ОК 1 «Методологія наукових досліджень», ОК 2 «Стратегічний маркетинг», ОК 3 «Менеджмент якості», ОК 6 «Товарна інноваційна політика», ОК 7 «Ведення ділових переговорів в маркетингу англ.», ОК 8 «Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англ.)», ОК 9 «Переддипломна практика», ОК10 «Дипломна робота». Під час резервної зустрічі Гарант програми висвітлила діяльність Лабораторії маркетингу, в межах якої створені можливості для набуття здобувачами комунікаційних, командних складових soft skills. Сама особливість цієї ОП, у якій наголос робиться на креативній складовій відображає сприятливе поле для опанування комплексу soft skills. Особливу роль у цьому відіграє коло стейкхолдерів, серед яких є креативні агенції, успішні компанії. На зустрічі здобувачі підкреслили значущість для них спілкування з представниками таких компаній. У ході зустрічей ЕГ із академічним персоналом, здобувачами ВО, студентським самоврядуванням встановлено, що на ОП систематично проводяться цікаві креативні зустрічі з практиками, випускниками та роботодавцями. Під час таких зустрічей створена площина можливостей для набуття здобувачами комплексу soft skills, що віддзеркалюють комунікаційні, креативні, лідерські навички, важливі для позиціонування фахівців-маркетологів на сучасних ринках праці.

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

Професійний стандарт зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування на момент проведення акредитації відсутній. Відповідно до наданої ОПП, професійна кваліфікація випускникам не присвоюється.

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

Фактичне навантаження здобувачів ОП відображає обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів. Освітньою одиницею, завдяки якій відбувається співвіднесення обсягу освітніх компонентів ОП із фактичним навантаженням здобувачів є кредити ЄКТС. Навантаження проаналізовано на основі таких матеріалів, як НП, зміст робочих програм (силабусів), технологічних карт освітніх компонентів; документів, наданих Гарантом за додатковим запитом ЕГ (індивідуальний навчальний план здобувача, підготовка якого здійснюється за дуальною формою освіти, звіт з переддипломної практики) та ін. Обсяг ОП складає 90 кредитів ЄКТС (2700 годин) та відповідає зазначеному в стандарті ВО. ОП та навчальний план збалансовані за видами та формами навчання, а також за часом, відведеним на аудиторну та самостійну роботу. У навчальному плані за ОП для здобувачів 2023 р. вступу обсяг годин, відведений на обов'язкові ОК, становить 1950 годин, з них аудиторні заняття – 330 годин (16,9 % від загального обсягу), самостійна робота – 1620 годин (83,1 %). Серед аудиторного навантаження є перевага до практичних занять – 52,1% від загального обсягу аудиторних годин, а питома вага лекційних занять – 44,8%, є теж 10 год. лабораторних занять. На зустрічі з здобувачі підтвердили добру обізнаність із цифровими сервісами ПНС системи та сайту ХНЕУ ім. С. Кузнеця, на якому розміщено методичне забезпечення до самостійної роботи. Існує відповідне методичне забезпечення самостійної роботи здобувача: навчальні посібники, курси лекцій, методичні вказівки до виконання практичних занять, які розміщено на платформі ПНС зі зручним інтерфейсом, значною інтерактивністю. ЕГ відмічає добре наповнення ПНС системи ХНЕУ ім. С. Кузнеця сучасним контентом, у т.ч. мовами ЄС, передусім англійською. Це дає змогу оволодіти дисциплінарними результатами навчання певної ОК. Тобто, ЕГ зазначає, що обсяг ОП та окремих освітніх компонентів є відповідним для досягнення цілей ОП та програмних результатів навчання.

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

На зустрічі зі здобувачами, один із них, який навчається на першому році магістратури, підтвердив своє навчання за дуальною формою. Таке навчання оформлено у виді тристороннього договору Університету та ТОВ ФК «ВЕРОНА. В межах ХНЕУ імені С. Кузнеця регулюється підготовка за дуальною формою освіти Положенням про порядок організації та проведення підготовки фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти у ХНЕУ ім. Семена Кузнеця (<http://surl.li/fkduq>), Положенням про навчання здобувачів вищої освіти за індивідуальним графіком у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/Polozhennya-pro-individualnyj-navchalnyj-plan-zdobuvacha-vyshhoji-osvity.pdf>). У Положенні про порядок організації та проведення підготовки фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти визначено особливості взаємодії Університету та роботодавців, під час застосування дуальної моделі навчання. У наданому на запит ЕГ індивідуальному графіку навчання на I семестр 2023-2024 н.р. цього здобувача відображено індивідуальне часове вивчення освітніх компонентів з позначенням завдань та контрольних заходів. В Індивідуальному плані за дуальною формою навчання здобувача визначено у якості контрольних заходів під час вимірювання досягнення цих результатів навчання - звіт.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

До сильних сторін ОПП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти 2023 року ХНЕУ імені С. Кузнеця слід віднести чітко вибудовану структурно-логічну схему, що відображає особливості набуття посиленних креативних складових, низки компетентностей soft-skills. Варто відмітити як позитивний момент в системі ПНС посилення в рамках дисципліни на навчальні ресурси Coursera. Опанування змісту відбувається з повним залученням інструментів асинхронного навчання з широким використанням цифрових інструментів та платформ. Однією із складових мотивації до вступу є підвищена увага до індивідуальної траєкторії студента, практикоорієнтованість на цій ОПП. Вільний вибір відбувається серед дисциплін МАГ-МАЙНОРІВ, які здобувачі ВО обирають з пулу вибіркових ОК університету, так і МЕЙДЖОРІВ, що пропонуються для обрання серед пулу вибіркових дисциплін спеціальності (освітньої програми). Наявність низки майстер-класів, вебінарів, тренінгів від зовнішніх стейкхолдерів, що дає змогу здобувачам ВО отримати практичні компетентності. У програмі є відповідна сучасним

запитам роботодавців практична підготовка, доцільними є викладання ОК Ведення ділових переговорів в маркетингу, Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та формування soft skills в маркетингу – англійською мовою, що сприяє формуванню успішної кар'єри маркетолога на регіональному, національному та міжнародних ринках праці. Роботодавці системно долучені до проєкту з профорієнтації студентів. Під час цього проєкту здобувачі мають нагоду вивчення актуальних пропозицій роботодавців. Позитивним моментом є поєднання викладання з практичною діяльністю на цій ОПП. Унікальним авторським підходом є пропозиції загальноуніверситетських вибіркових ОК Магмайнерів, які навіть у розкладі розміщуються в один день. П'ятниця – День Магмайнерів. Це створює особливу креативну атмосферу вільного вибору дисциплін здобувачами, відбувається повне інформування та інформаційна підтримка про процедуру вибору. ЕГ зазначає добре наповнення системи ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця сучасним контентом, у т.ч. мовами ЄС, передусім англійською. Це дає змогу оволодіти дисциплінарними результатами навчання певної ОК. Вагомим є діяльність Лабораторії маркетингу, в межах якої створені можливості для набуття здобувачами комунікаційних, командних складових soft skills. Особливу роль відіграє коло стейкхолдерів, серед яких є креативні агенції, успішні компанії. Існує відповідне методичне забезпечення самостійної роботи здобувача: навчальні посібники, курси лекцій, методичні вказівки до виконання практичних занять, які розміщено на платформі ПНС зі зручним інтерфейсом, значною інтерактивністю. ЕГ відмічає наповнення системи ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця сучасним контентом, у т.ч. мовами ЄС, передусім англійською. Вдалим є вже застосування дуальної моделі навчання для здобувачів ОПП, що може вважатися як позитивною практикою.

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

У наскрізній програмі практики не зазначено про необхідність індивідуального завдання, яке б відображало проведення дипломного дослідження вже у певному тематичному напрямку, а також не залучаються представники роботодавців та/або їх об'єднання у якості рецензентів. Не здійснюється диференціація здобувачів за рівнем володіння ними англійською мовою під час вивчення окремих ОК ОПП "Маркетинг". Рекомендації: включити до Програми наскрізної практики і змісту звіту з практики розділ Індивідуальне завдання, яке б було у площині тематики майбутнього дипломного дослідження (до початку наступного навчального року). Слід диференціювати здобувачів за рівнем володіння англійською мовою під час вивчення дисциплін «Ведення ділових переговорів в маркетингу», «Комплексний тренінг: розробка креативних проєктів та формування soft skills в маркетингу» – англійською мовою (на початку семестру, в якому викладається дисципліна). Це сприятиме кращому засвоєнню освітнього контенту завдяки його адаптуванню до різних категорій здобувачів згідно рівня мовної підготовки. Бажано долучити у якості рецензентів або укладачів Наскрізної програми практики представників роботодавців та/або їх об'єднань (протягом року на засідання кафедри, на якому буде розглянуто дане питання).

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Обсяг ОПП «Маркетинг» відповідає чинному законодавству. Зміст і структура ОПП повною мірою відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», цілям та об'єктам вивчення цієї спеціальності та дає можливість для формування інтегральної компетентності майбутнього магістра маркетингу. Структура ОПП та процедурне забезпечення вибору ОК дають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію здобувачів. В ОК ОПП міститься формування у здобувачів вищої освіти навичок soft skills, які теж посилюються завдяки участі студентів у вебінарах, тренінгах, майстер-класах. ЕГ відмічає, що обсяг ОПП та окремих ОК у кредитах ЄКТС дозволяє здобувачам досягти цілей та ПРН. Однак, у наскрізній програмі практики не зазначено про необхідність індивідуального завдання, яке б відображало проведення дипломного дослідження вже у певному тематичному напрямку, а також не залучаються представники роботодавців та/або їх об'єднання у якості рецензентів. Не здійснюється диференціація здобувачів за рівнем володіння ними англійською мовою під час вивчення окремих ОК ОПП "Маркетинг" Експертна група дійшла висновку, що ОПП «Маркетинг» за критерієм 2 відповідає рівню В. Визначені слабкі сторони є несуттєвими, не впливають на підсумковий рівень критерію, пропозиції з їх посилення мають рекомендаційний характер.

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

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

Правила прийому до ХНЕУ ім. Семена Кузнеця є чіткими, зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, розміщені на офіційному веб-сайті ЗВО (Головна / Вступнику / Вступна кампанія 2023 / Другий (магістерський) рівень / Вступні випробування та безпосередньо на сайті кафедри маркетингу (Головна / Освіта / Факультети /

Факультет менеджменту і маркетингу / Кафедра маркетингу (<https://dom.hneu.edu.ua/>) / Абітурієнтам / Вступ до магістратури (<https://dom.hneu.edu.ua/vstup-na-osvitnij-stupin-magistra-v-2023-goczi/>). Для вступу на основі диплому бакалавра, спеціаліста та магістра вступники складають ЄВІ (єдиний вступний іспит) та ЄФВВ (Єдине фахове вступне випробування). Доступність до отримання вищої освіти для особливих категорій громадян, закордонних здобувачів та осіб без громадянства здійснюється відповідно до законодавчих актів, положення яких регулюють права таких осіб на можливість здобувати вищу освіту.

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

У Витягу з Правил прийому до ХНЕУ ім. С. Кузнеця в 2023 р. на навчання за освітнім ступенем магістра (https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/Vytyag_z_Pravyl_magistr_2023.pdf) зазначено, що вступники можуть подати до 5-ти заяв на місця державного або регіонального замовлення та до 20-ти заяв за всіма джерелами фінансування. Приймальна комісія приймає рішення про допущення/недопущення вступника до участі у конкурсному відборі за підсумками розгляду поданої заяви, доданих до неї документів, результатів вступних випробувань. Для конкурсного відбору на навчання для здобуття ступеня магістра на основі НРК6 та НРК7, зараховуються бал (бали): ЄВІ 2023 р. та фахового іспиту; вступного іспиту для іноземців з дисциплін, визначених Правилами прийому. У передбачених Правилами прийому випадках замість результатів ЄВІ (обох компонентів) використовуються результати співбесіди з іноземної мови. Для конкурсного відбору на навчання для здобуття ступеня магістра на основі НРК6 та НРК7 конкурсний бал розраховується: Конкурсний бал (КБ) = $0,2 \times П1 + 0,2 \times П2 + 0,6 \times П3$, де П1 - оцінка тесту загальної навчальної компетентності ЄВІ; П2 - оцінка тесту з іноземної мови ЄВІ; П3 - оцінка ЄФВВ або оцінка фахового іспиту в передбачених Правилами випадках. (с. 4 Витягу з правил прийому). У 2023 р. ЄВІ складалось з двох блоків: ТЗНК (тест загальної навчальної компетентності); тест з іноземної мови. ЄФВВ (Єдине фахове вступне випробування) передбачає оцінювання рівня володіння спеціальними знаннями. Коефіцієнти за іспити ЄВІ-ТЗНК – 0,2; ЄВІ-Іноземна мова – 0,2; ЄФВВ з управління та адміністрування – 0,6 (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/04/Dodatok-4-do-Pravyl-2023.pdf>). На основі ступеня магістра або ОКР спеціаліста передбачена онлайн-співбесіда з іноземної мови (коефіцієнт 0,4) та фаховий іспит в ХНЕУ ім. Семена Кузнеця (коефіцієнт 0,6). Програма фахового іспиту на ОПП «Маркетинг» розміщена на офіційному веб-сайті (https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/05/073_075_076_Menedzhment.pdf), в якій зазначено: «фаховий вступний іспит є комплексним іспитом, що включає теоретичну (тестові завдання) та практичну (завдання різного ступеню складності) частини з підготовки бакалаврів за спеціальністю 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво та торгівля». В програмі міститься інформація по ключовим питанням менеджменту (8 тем), маркетингу (6 тем), підприємництва (8 тем), що в цілому дозволяє врахувати особливості самої ОПП. Слід звернути увагу на оновлення списку літератури, який в переважній більшості містить застарілі джерела. Структура та критерії оцінювання Фахового іспиту та Співбесіди з іноземної мови в Програмі не зазначені, але розміщені окремими файлами, які підписані ректором але не датовані (https://pk.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/05/struktura_ta_kryteriyi_fah_ispyt_2023.pdf; https://pk.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/05/kryteriyi_oczinyuvannya_spivbesida_inozemna_mova_magistr_2023.pdf)

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

У ХНЕУ ім. Семена Кузнеця, правила визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регламентуються наступними документами: Положенням про організацію освітнього процесу Університету (<http://surl.li/aesal>), в якому передбачено можливість учасників освітнього процесу навчатися, викладати, стажуватися чи проводити наукову діяльність в іншому закладі вищої освіти (науковій установі) на території України чи поза її межами, а також здобувачам, які реалізують право на академічну мобільність, протягом навчання, стажування чи здійснення наукової діяльності в іншому ЗВО на території України чи поза її межами гарантується збереження місця навчання та виплата стипендії; Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця (<http://surl.li/aesav>) від 07.09.2016р., наказ № 150/1; Положенням про переведення, відрахування, поновлення та переривання у навчанні здобувачів вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/fkdss>), в Розділі 5 якого зазначено Порядок визначення та ліквідації академічної різниці і Perezархування освітніх компонентів. Під час фокус-груп, ЕГ було підтверджено, що НПП, гарант ОПП, здобувачі обізнані про можливості та про процедуру визнання результатів навчання, отриманих у інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності, через повідомлення декана, гаранта ОПП, через відділ міжнародних зв'язків. Під час фокус-груп, ЕГ було встановлено, що практики визнання результатів навчання, отриманих у інших ЗВО, у т.ч. під час академічної мобільності, не було. Слід зазначити, що у ЗВО створено відділ міжнародних зв'язків (<http://depint.hneu.edu.ua/>), на веб-сторінці якого зазначено інформацію щодо можливостей участі у програмах академічної мобільності.

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

реалізації освітньої програми.

В Положенні про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, що затверджене рішенням Вченої ради університету від 14.02.2023 №2, введене в дію наказом ректора від 14.02.2023 №44/1 (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/1/Polozhennya-pro-neformalnu-inf-osvitu.pdf>), зазначено, що здобувач ОПП може подати заяву на розгляд щодо визнання результатів навчання, здобутих у неформальній (або інформальній) освіті (п.2.1.1 Положення, https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/Pryklad_Zayava_neformalna_osvita.pdf), яка ідентифікується створеною деканом факультету комісією з визнання неформальної та/або інформальної освіти (п.2.1.2 Положення) та здійснюється оцінювання та прийняття рішення про визнання результатів неформального та/або інформального навчання (п. 2.1.3., 2.1.4 Положення). Предметна комісія приймає рішення про зарахування заявнику певного освітнього компонента ОПП, якщо за підсумками визнання результатів неформального та/або інформального навчання визнаються усі результати навчання, передбачені цим освітнім компонентом. У такому випадку заявнику зараховується відповідна освітньому компоненту кількість кредитів ЄКТС. Оцінка за таким освітнім компонентом визначається за підсумками вимірювання визнаних результатів навчання, у випадку, якщо за підсумками визнання результатів неформального та/або інформального навчання визнається тільки частина результатів навчання, передбачених певним освітнім компонентом, заявнику зараховуються окремі види навчальної роботи за таким освітнім компонентом. Під час фокус-груп з НПП та здобувачами було зазначено, що для здобувачів за умов успішного проходження курсу на платформі Coursera, що підтверджується отриманим сертифікатом, він може бути зарахований як результати, отримані у неформальній освіті або перераховані. Проте, практики застосування правил перерахування результатів навчання отриманих у неформальній освіті на ОПП «Маркетинг» не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

ЕГ констатує, що всі стейкхолдери мають вільний доступ до інформації, яка стосується ОПП «Маркетинг», Правил прийому до ХНЕУ ім. С. Кузнеця на здобуття вищої освіти за цією ОПП, можливості та умов участі у міжнародній та внутрішній академічній мобільності здобувачів, перерахування отриманих результатів у інших ЗВО, внаслідок мобільності, а також визнання результатів неформального та/або інформального навчання.

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

Відсутність практики застосування визначених в ХНЕУ ім. С. Кузнеця практики перерахування результатів навчання, отриманих у формальній (інші ЗВО, у т.ч. під час академічної мобільності), так і результатів навчання, отриманих у неформальній освіті на даній ОПП. Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця в редакції 2016 р. Рекомендації: посилити інформування здобувачів ОПП про наявні можливості участі у програмах академічної мобільності та перерахування результатів навчання, отриманих ними у інших ЗВО та неформальній та/або інформальній освіті (протягом навчального року); оновити Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця у якому прописати алгоритм визнання результатів навчання (до початку нового навчального року).

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

ОПП в цілому узгоджена за підкритеріями Критерію 3. Уся інформація щодо Правил прийому на навчання знаходиться у відкритому доступі для усіх учасників освітнього процесу. Однак, були виявлені недоліки в контексті підкритеріїв 3.3, 3.4, серед них: відсутність практичного застосування здобутків неформальної освіти та залучення здобувачів ОПП до участі у програмах академічної мобільності, які суттєво не впливають на якість освіти і доступ до ОПП та її компонентів. Потребує оновлення Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця з визначеним покроковим алгоритмом визнання результатів такого навчання.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Згідно Положення про організацію освітнього процесу в ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця (2020 р.): <http://surl.li/aesal> основними видами навчальних занять є лекція; лабораторне, практичне, семінарське, індивідуальне заняття; консультація (с. 36, п.4.2.2 Положення). Слушним у межах автономії й академічної свободи є те, що Університет має право встановлювати інші форми освітнього процесу і види навчальних занять (тренінг, круглий стіл тощо) залежно від потреби, за рішенням кафедри, яка викладає дисципліну (с. 36-37, п.4.2.2 Положення). Навчальний процес на ОП «Маркетинг» здійснюється відповідно до форм і методів навчання, що зафіксовані також Положенням про внутрішнє забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Університеті (<http://surl.li/berpsx>); Порядком оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за накопичувальною бально-рейтинговою системою Університету (<http://surl.li/lewxe>); Положенням про робочу програму навчальної дисципліни у Університеті (<http://surl.li/lewxxw>). Опрацювання ЕГ робочих програм, силабусів засвідчує, що методи навчання і викладання повною мірою сприяють досягненню програмних результатів навчання. Під час спілкування зі здобувачами (зустріч 3) та академічним персоналом (зустріч 2) отримано інформацію про наявність тем у технологічних картах, плекання академічної свободи і вільності під час спілкування зі стейкхолдерами у рамках віртуальної лабораторії кафедри маркетингу; використання платформи ПНС ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця (продемонстровано під час цих зустрічей), застосування комп'ютерної програми для брейн-штормінгу в ОК «Комплексний тренінг: розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу», який проводиться англійською мовою та ін. Сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання такі методи навчання за цією ОПП, як: майстер-класи, тренінги, дебати, мозковий штурм, евристичний метод, ігрові методи, морфологічний аналіз та ін. Відбувається консультування здобувачів за усіма видами навчальних занять через сайт персональних навчальних систем ХНЕУ. В Університеті повною мірою забезпечено студентоцентрований підхід та академічна свобода через урахування думок здобувачів у виборі індивідуальних завдань, вибір теми магістерської роботи, бази практики. Представлені університетом результати опитування «Задоволеність якістю ОП» у 2022-2023 н.р. засвідчують, що у цілому якістю викладання задоволені 77,1% респондентів (<http://surl.li/leylk>). Здобувачі ВО під час фокус-групи, проявили обізнаність про такі опитування та участь в них. Зокрема, вони на зустрічі з натхненням оповідали про участь в опитуванні «Навчальна дисципліна очима здобувачів», коли вони можуть, дійсно, оцінити якість викладання за певними ОК (<http://surl.li/leymu>). Як позитивну сторону ЕГ відмічає те, що такі опитування модеруються провідним фахівцем відділу забезпечення якості освіти Юлією Григор'євою, яка має соціологічну освіту.

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

ОПП «Маркетинг» наведена у відкритому доступі на сайті Університету (<http://surl.li/leyqc>), що дозволяє усім учасникам освітнього процесу своєчасно отримувати інформацію щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання та особливостей ОП. В інформаційних пакетах дисциплін за ОПП Маркетинг можна отримати актуальну інформацію щодо змістового наповнення навчальної дисципліни та методів навчання (<http://surl.li/leyua>). Детальну інформацію щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальних дисциплін наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни. Цей аспект слушно означено у силабусах ОК. На зустрічах ЕГ з академічним персоналом і здобувачами продемонстровано добре наповнення платформи ПНС, на якій, зокрема, за кожним ОК розміщено необхідне методичне забезпечення, зокрема РП, технологічні карти, у яких наведено порядок та критерії оцінювання (політика виставлення балів). Доречним є акцентування на дотриманні академічної доброчесності в процесі виконання різних завдань самостійної роботи під час вивчення курсу. ЕГ зазначає, що ще до початку навчального процесу на сайті персональних навчальних систем (ПНС) (<https://pns.hneu.edu.ua/>) здобувачі ВО мають можливість отримати інформацію про робочий план (технологічну карту) – РПТК кожної ОК. У них наведено принцип та порядок накопичення рейтингових балів за дисципліною із зазначенням КЗ. Під час зустрічі зі здобувачами було підкреслено про постійне надання порад, консультацій щодо ОК, зокрема, під час вільного вибору з боку деканату, викладачів. Про це зазначає, зокрема здобувач 2 курсу магістратури Михайло Кириловський та ін. Така дорадча консультаційна підтримка, на думку ЕГ, сприяє розповсюдженню належних інформаційних потоків для освітньої спільноти щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів. На сайтах ПНС та університету здобувачі ВО ознайомлюються з переліком вибіркової складової освітнього процесу за ОПП 23-24 н.р. (<http://surl.li/fozmy>), графіком навчального процесу (<http://surl.li/leyup>), розкладом занять (<http://rozklad.hneu.edu.ua/schedule/selection.jsf>). Так, під час проведення акредитаційної експертизи кількість переглядів підсторінки з графіком навчального процесу складає 5402, що свідчить про зацікавленість й високу частоту звернень учасників освітнього процесу з цього питання. Інтерфейс закладки з розкладом (<http://rozklad.hneu.edu.ua/schedule/schedule?group=36561&student=>) є зручним, добре візуалізованим і зручним для сприйняття учасниками освітнього процесу. Разом з тим поліпшить повноту інформації дані про тривалість семестру, засвідчення його підписами посадових осіб деканату чи навчального відділу. Інформацію щодо цілей, змісту, очікуваних результатів, критеріїв оцінювання контрольних завдань додатково роз'яснюють викладачі під час перших занять, індивідуальних консультацій, що підтверджено під час зустрічей зі здобувачами та академічних персоналом.

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

ОК1 «Методологія наукових досліджень» сприяє поєднанню навчання і досліджень здобувачами. Поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОПП відбувається завдяки функціонуванню наукового студентського гуртка «Маркетинг. Освіта. Лідерство» (<http://surl.li/lfhae>). Під час фокус-груп керівник гуртка і здобувачі наголосили на можливості написання тез на науково-практичні конференції, наукових робіт на Всеукраїнські конкурси. Як у межах наукового гуртка, так і поза ним здобувачі ВО готують статті для публікації у Молодіжному економічному віснику ХНЕУ ім. С. Кузнеця, вартість публікації, згідно повідомлень на зустрічах зі здобувачами, академічним персоналом, представниками студентського самоврядування є символічною і складає 50 грн. Разом з тим, серед результатів роботи гуртка є 5 публікацій, науковим керівником яких є тільки Лисиця Н.М. Під час зустрічі із здобувачами зазначено, що у гуртку бере обмежена кількість осіб, хоча він є відкритий для усіх. Тому рекомендуємо розширити коло здобувачів – учасників наукового студентського гуртка «Маркетинг. Освіта. Лідерство», до наукового керівництва роботами залучати більшу кількість керівників – співробітників кафедри маркетингу, роботодавців, іноземних колег. ЕГ вважає, що поєднання функціонування наукового гуртка разом із креативним простором віртуальної Лабораторії маркетингу створюють синергетичні можливості для втілення результатів наукових досліджень в межах освітнього простору, їх апробації. На запит ЕГ гарант ОПП надала інформацію про затверджену науково-дослідну тематику кафедри та участь студентів у конференціях. Згідно цієї інформації спостерігається висока публікаційна активність здобувачів у спектрі сучасних маркетингових напрямків. На кафедрі маркетингу системно і постійно виконуються бюджетно-кафедральні роботи. ЕГ відзначає, як «добру» практику функціонування платформи для апробації студентських наукових статей – «Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://surl.li/lfhbf>). У цьому журналі регулярно публікуються роботи здобувачів, що навчаються на ОПП «Маркетинг». ЕГ констатує, що здобувач на фокус-групі підтвердив, що підготував публікацію «Диджиталізація маркетингу як стимул формування успішної комунікаційної політики підприємства» під керівництвом Лисиці Н.М. Успішне поєднання навчання і дослідження підтверджують участь здобувачів з науковими роботами в конкурсах, про що наведено у Відомостях СО, зокрема на теми: «Удосконалення бренду підприємства в умовах діджиталізації»; «Обґрунтування маркетингової стратегії підприємства»; «Формування стратегії Інтернет-маркетингу підприємства», диплом I ступеня у II етапі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за другим (магістерським) рівнем. ЕГ підкреслює факти застосування методів навчання: проєктного аналізу, створення проблемних ситуацій, частково-пошукового, дослідницького, евристичного, морфологічного аналізу.

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

Перегляд й оновлення змісту ОПП відбувається у нормативній площині «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://is.gd/IqYYQL>) та Положення про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та оновлення освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (нова редакція) (<http://surl.li/aeSek>). Представники Робочої групи ОПП на чолі з гарантом проводять аналіз наукових здобутків у маркетинговій сфері, окреслюють проблеми розробки креативних проєктів, впровадження сучасних креативних та цифрових технологій в сфері маркетингу. При цьому урахуються наукові досягнення випускової кафедри, останні публікації викладачів. Згідно наданої на запит ЕГ інформації про затверджену науково-дослідну тематику кафедри, зазначимо що протягом 2018-2023 р.р. викладачі кафедри приймали активну участь у виконанні бюджетно-кафедральних робіт, а саме: «Теорія та практика сучасних маркетингових досліджень», РК 0118U007179; «Маркетинг товарів і послуг: проблеми та перспективи», РК 0120U100528; «Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингу в сучасних умовах» РК 0121U107469. Також спостерігається участь викладачів у науково-дослідній роботі кафедри за кошти підприємців у реальному секторі економіки. Ця науково-дослідна робота створює можливість для постійного оновлення змісту освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. Як зазначено у ВСО, зміст певних ОК оновлюється завдяки публікації розділів монографії «Сучасний маркетинг у цифровому просторі», <http://surl.li/lfafy> (проф. Лисиця Н.М., доц. Ус М.І., проф. Холодний Г.О.). На зустрічі з викладачами Ю. Котельникова, що раз на рік переглядає зміст ОК, методи навчання; А. Панчук часто переглядає, тому що маркетингові дослідження, маркетинг є динамічна наука, змінюють контент, застосовують інтерактивні методи відповідно запитів здобувачів. Г. Холодний зауважив, що важливо при оновленні дослуховуватися до порад стейкхолдерів, і він у межах ОК Товарна інноваційна політика унаслідок співпраці з бізнес-групою Крон відпрацювали метод дизайн-мислення. О. Небилиця зазначила, що у перегляді ОП урахується кількісне наповнення тем, зокрема взято до уваги пропозиції студентки Лобас, інший здобувач запропонував більше уваги приділяти європейській інтеграції. Гарант зазначила, що під час опитування «Дисципліна очима студента», з урахуванням відкритих коментарів здобувачів оновлюються ОК. У рамках стажування та підвищення кваліфікації викладачів, під час участі у вебінарах, науково-практичних конференціях оновлюються ОК. Так, Гриневич Л.В. проходила таке стажування у рамках програми «Адаптивні методи навчання, світові тенденції та інноваційні практики у вищій освіті: європейський досвід» (Болгарія), Лисиця Н.М. у межах програми «Удосконалення викладання навчальних курсів на кафедрі маркетингу з використанням інноваційних освітніх технологій з урахуванням європейського досвіду» (Латвія).

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

Інтернаціоналізацією діяльності Університету позитивно впливає на організацію навчання, викладання та наукові дослідження у межах ОП, та регулюється Стратегією інтернаціоналізації на 2020-2027 рр. (<http://surl.li/lfboo>). Міжнародна академічна мобільність регулюється Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesav>). Ректорат, відділ міжнародних зв'язків сприяють залученню усіх учасників освітнього процесу до багатьох видів міжнародної взаємодії. Викладачі ОП публікують результати наукових досліджень у міжнародних виданнях Scopus та Web of Science; приймають участь у міжнародних стажуваннях за програмою підвищення кваліфікації: Л. Гриневич (Болгарія, Швеція), Н. Лисиця (Латвія), Котельникова Ю.М. (Польща, Німеччина). Як «добру» практику можна відмітити проведення в Університеті Міжнародної наукової конференції "Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця" (<https://skced.hneu.edu.ua/>), у якій регулярно беруть участь представники іноземних вишів. Здобувачі активно долучаються до міжнародних заходів, лекцій іноземних викладачів, також мають змогу брати участь у програмах зовнішньої академічної мобільності. Під час зустрічі 7 із допоміжними (сервісними) структурними підрозділами Ю. Доброскок, керівник відділу міжнародних зв'язків описала Міжнародні Асоціації, в яких ХНЕУ бере участь, Центри Міжнародної мобільності, курси лекцій, що пропонуються іноземними викладачами. Є програма практик у Словаччині, пропозиції обміну за програмою ERASMUS +, До програми Жан Моне, яку реалізує кафедра міжнародної економіки можна долучатися. Л. Гриневич бере участь у проєктах з Гетеборзьким університетом. На запит ЕГ надано скановані копії угод про міжнародне співробітництво Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця з такими закордонними партнерськими вишами, як: Університет економіки в Бидгощі (Польща), Гетеборзький університет (Швеція), ERASMUS +, key action 1. ЕГ відмічає, що у межах цих угод є можливості для міжнародної мобільності для здобувачів та викладачів ОПП Маркетинг. Проте слід розширити перелік таких перспективних білатеральних угод про міжнародне освітньо-наукове співробітництво. Разом з тим слід активізувати участь здобувачів, викладачів ОПП у міжнародних програмах академічного обміну, подачу заявок на міжнародні грантові проєкти, зокрема Жан-Моне, Горизонт Європа 2021-2027, розширити навчання і стажування за мовними програмами, зокрема щодо мов ЄС.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

До сильних сторін ОПП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти 2023 року ХНЕУ імені С. Кузнеця слід віднести плекання академічної свободи і вільності під час спілкування зі стейкхолдерами у рамках віртуальної лабораторії кафедри маркетингу. Сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання такі методи навчання за цією ОПП, як: майстер-класи, тренінги, дебати, мозковий штурм, евристичний метод, ігрові методи, морфологічний аналіз та ін. Постійне надання порад, консультацій щодо ОК, зокрема, під час вільного вибору з боку деканату, викладачів. Така дорадча консультаційна підтримка, на думку ЕГ, сприяє розповсюдженню належних інформаційних потоків для освітньої спільноти щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів. Поєднання функціонування наукового гуртка разом із креативним простором віртуальної Лабораторії маркетингу створюють синергетичні можливості для втілення результатів наукових досліджень в межах освітнього простору, їх апробації. Спостерігається висока публікаційна активність здобувачів у спектрі сучасних маркетингових напрямків. На кафедрі маркетингу системно і постійно виконуються бюджетно-кафедральні роботи. Успішне поєднання навчання і дослідження підтверджують участь здобувачів з науковими роботами в конкурсах. Науково-дослідна робота викладачів ОПП створює можливість для постійного оновлення змісту освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. Зміст ОК, методи навчання переглядаються ран на рік і частіше, тому що маркетингові дослідження, маркетинг є динамічна наука, змінюють контент, застосовують інтерактивні методи відповідно запитів здобувачів.

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

В ОК «Методологія наукових досліджень» не широко представлена тематика лекційних, практичних занять, що пов'язана з науковою, академічною доброчесністю. Також ОК1 містить не представлений широкою тематикою, пов'язаною з організацією і методологією проведення саме економічних наукових досліджень. На думку ЕГ доцільно і цікаво було б розглянути під час обговорень здобутки лауреатів Нобелівської премії з економіки, у працях яких є інноваційні маркетингові, психологічні, поведінкові аспекти. Ураховуючи достатньо значний обсяг самостійної роботи за ОК, слід більш ретельно і широко позначити її змістову організацію у методичному забезпеченні ОК. На сайті у вкладинці навчального розкладу відсутні дані про тривалість семестру, час консультацій, засвідчення його підписами посадових осіб деканату чи навчального відділу. Рекомендації: застосовувати в освітньому процесі дослідницькі методи під час вивчення ОК, включивши до них імітаційне моделювання, методи адаптації релевантного інструментарію управління маркетингом, генерування креативу в маркетингових комунікаціях, якісного порівняння маркетингових процесів. Доцільно залучати більшу кількість здобувачів у наукових конференціях, форумах, що відбуваються у партнерських ЗВО країн ЄС (протягом навчального року). Доцільно розширити перелік перспективних білатеральних угод про міжнародне освітньо-наукове співробітництво. Слід активізувати участь здобувачів, викладачів ОПП у міжнародних програмах академічного обміну, подачу заявок на міжнародні грантові проєкти, зокрема Жан-Моне, Горизонт Європа 2021-2027; розширити навчання і стажування за мовними програмами, зокрема щодо вивчення і використання в освітньому процесі мов спілкування ЄС. ЕГ дійшла висновку, що ОП «Маркетинг» за критерієм 4 відповідає рівню В. Визначені слабкі сторони є несуттєвими, не впливають на підсумковий рівень критерію, пропозиції з їх посилення мають рекомендаційний характер.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

За підсумками експертної оцінки визначено, що ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця має достатній рівень відповідності та узгодженості за якісними характеристиками за Критерієм 4 (включаючи підкритерії 4.1-4.5). Має місце постійне надання порад, консультацій щодо ОК, зокрема, під час вільного вибору з боку деканату, викладачів. Поєднання функціонування наукового гуртка разом із креативним простором віртуальної Лабораторії маркетингу створюють синергетичні можливості для втілення результатів наукових досліджень в межах освітнього простору, їх апробації. Спостерігається висока публікаційна активність здобувачів у спектрі сучасних маркетингових напрямків. На кафедрі маркетингу системно і постійно виконуються бюджетно-кафедральні роботи. Успішне поєднання навчання і дослідження підтверджують участь здобувачів з науковими роботами в конкурсах. Науково-дослідна робота викладачів ОПП створює можливість для постійного оновлення змісту освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі. Зміст ОК, методи навчання переглядаються ран на рік і частіше, тому що маркетингові дослідження, маркетинг є динамічна наука, змінюють контент, застосовують інтерактивні методи відповідно запитів здобувачів.

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

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

Доступ до нормативної бази ХНЕУ ім. С. Кузнеця, яка регламентує питання критеріїв оцінювання здобувачів вищої освіти, є вільним. Зокрема, Порядок оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за накопичувальною бально-рейтинговою системою в ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bewqj>). Інтерв'ювання фокус-групи здобувачів підтвердило чітке розуміння критеріїв оцінювання та бальної системи. Зокрема, було зазначено про те, що під час першого заняття викладач розповідає про те, яким чином буде виставлятися оцінка, що цей порядок зафіксовано в РП, та, що за умови іспиту впродовж семестру максимально можна набрати 60 балів, інші 40 балів – це максимальна оцінка за іспит. Доступ до РП передбачений у теках ОК, на які здобувачі підписуються в межах роботи ПНС, що було продемонстровано під час зустрічей з фокус-групами НПП, здобувачів та огляді МТБ. Також РП є у вільному доступі через репозиторій ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/lxofl>), де розподіл методичних матеріалів реалізований за різними факультетами та кафедрами, та через сайт кафедри маркетингу (<http://surl.li/lfeho>). Оприлюднені РП є затвердженими на 2023-2024 н. р. (засідання кафедри маркетингу Протоколом № 1 від 30.08.2023 р.). Форми підсумкового контролю зазначені і в силабусах, доступ до яких є відкритим (Інформаційний пакет Магістр Маркетинг, <http://surl.li/lxqmh>). Аналіз РП ОК підтвердив їхню стандартизовану структуру, у межах якої передбачений розділ «Форми та методи оцінювання», де зазначається, що «Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни». Робочий план (технологічна карта) – це внутрішній нормативний документ Університету, який визначає види завдань, які має виконувати здобувач вищої освіти, максимальну кількість балів за цими завданнями, кількість годин за дисципліною та видами навчальних занять (Положення про організацію освітнього процесу у ХНЕУ, <http://surl.li/aesal>). Про практику застосування технологічних карт як інструментів донесення інформації про розподіл балів в межах окремої ОК зазначали на зустрічах з фокус-групами здобувачів, НПП і адміністративного персоналу (також було продемонстровано під час зустрічі із здобувачами). Інформація про форми підсумкового контролю за ОК оприлюднені на сайті кафедри маркетингу (<http://surl.li/lfeho>). ЕГ констатує, що: 1) ХНЕУ ім. С. Кузнеця розвиває ефективну екосистему інформаційного простору вільного доступу (сайт кафедри маркетингу, Інформаційний пакет Магістр Маркетинг, репозитарій) та обмеженого доступу (ПНС) до РП та силабусів, через яку здобувачі вищої освіти, а також зацікавлені особи (наприклад, абітурієнти) можуть ознайомитися з критеріями оцінювання та порядком виставлення оцінок; 2) інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводиться до відома здобувачів вищої освіти на першому занятті, є для них зрозумілою та чіткою, що було підтверджено під час зустрічі з фокус-групою здобувачів.

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

Стандартом вищої освіти України за другим (магістерським) рівнем галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України 10.07.2019 р. № 960 (<http://surl.li/hlkg>), визначена форма атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня

вищої освіти (Розділ VI). Зокрема, передбачено, що атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Положенням про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesal>) визначено, що форма атестації здобувача вищої освіти визначається освітньою програмою і відображається у відповідному навчальному плані. Доступ до всіх освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця є відкритим через офіційний сайт Університету (<http://surl.li/ercap>). ОПП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти також розміщена у вільному доступі на сайті кафедри маркетингу (<http://surl.li/lfhnf>). ОПП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця передбачено, що формою атестації здобувачів вищої освіти є атестація магістрів маркетингу через публічний захист кваліфікаційної роботи (V. Форми атестації здобувачів вищої освіти, <http://surl.li/leyqc>). Навчальним планом підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» передбачено атестацію у формі дипломної роботи, що заплановано на 3 семестр навчання. Також Стандартом вищої освіти України за другим (магістерським) рівнем галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» визначені вимоги до кваліфікаційної роботи (<http://surl.li/hlkg>). Аналіз ОПП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти підтвердив відповідність вимог до кваліфікаційної роботи переліку вимог, зазначеному у Стандарті. ЕГ фіксує, що на момент проведення акредитації на сайті репозитарію ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/mcyvf>) на сторінці факультету менеджменту і маркетингу, кафедри маркетингу у рубриці «Кваліфікаційні випускні роботи здобувачів вищої освіти (М)» розміщені 7 випускних магістерських робіт за 2019-2020 рр. Відповідно ЕГ рекомендує дотримуватися вимоги діючого Стандарту щодо оприлюднення кваліфікаційних робіт на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або репозитарію. ЕГ робить висновок, що форма атестації здобувачів вищої освіти, які здобувають магістерський рівень освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, та вимоги до кваліфікаційної роботи відповідають вимогам діючого Стандарту вищої освіти.

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

У ХНЕУ ім. С. Кузнеця правила проведення контрольних заходів визначені Положенням про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesal>). Зокрема, контрольні заходи як форми організації освітнього процесу в Університеті передбачають поточний та підсумковий контроль: поточний контроль визначається викладачами на основі різних методів контролю знань (усне опитування, письмові контрольні роботи, тестування тощо), а підсумковий контроль буде визначатися залежно від форми (семестровий контроль (екзамени (іспити) та заліки); атестації здобувачів вищої освіти). Цим же Положенням визначено, що організація проведення екзаменів регулюється «Положенням про проведення письмових екзаменів (іспитів) у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://surl.li/aesox>) та «Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену (іспиту)» (<http://surl.li/aesoy>). Атестація осіб, які здобувають ступінь магістра, здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої входять НПП, представники роботодавців та їх об'єднань, відповідно до «Положення про атестацію випускників ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://surl.li/lfecy>). Фокус-група здобувачів підтвердила свою обізнаність щодо правил проведення контрольних заходів, хоча здобувачі 2 курсу магістратури ще не знають про те, хто саме буде входити до складу Екзаменаційної комісії. На сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця розміщений Графік навчального процесу для студентів магістерського рівня за усіма спеціальностями на 2023-2024 н. р. (<http://surl.li/lqtbl>), структура якого допомагає здобувачам вищої освіти орієнтуватися за різними етапами навчання та контрольних заходів. Структура Графіку містить початок навчання, теоретичне навчання, контроль поточної успішності студентів, заліковий тиждень, екзаменаційна сесія (семестровий контроль), канікули, ліквідація академічної заборгованості (I та II перездачі), виконання дипломної роботи тощо. Такий Графік складається на кожен навчальний рік для кожної ОПП. Передбачена можливість подачі апеляції, процедура якого має за основне завдання подолати елементів суб'єктивізму при оцінюванні знань здобувачів вищої освіти (Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену (іспиту) (<http://surl.li/aesoy>), який розміщений на сайті кафедри маркетингу у розділі «Студентам та аспірантам» → «Апеляції»). Також ступінь справедливості оцінювання відслідковуються через опитування, що було підтверджено словами голови комісії з акад. доброчесності та представниками фокус-групи здобувачів. За словами гаранта ОПП та представників студ. самоврядування, у межах ОПП «Маркетинг» під час навчання, проведення контрольних заходів і захистів дипломних робіт конфліктів не виникало. ЕГ фіксує, що: 1) у ХНЕУ ім. С. Кузнеця система діючих правил контрольних заходів нормативно закріплена, дотримується всіма учасниками освітнього процесу, а відповідна інформація розміщена у вільному доступі; 2) конфліктів під час реалізації навчання ОПП «Маркетинг» наразі не виникало.

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

Стратегія розвитку ХНЕУ ім. С. Кузнеця на 2020-2027 рр. (<http://surl.li/bfycz>) спрямована на вісім стратегічних цілей, однією з яких є «Формування культури академічної доброчесності». Ця стратегічна ціль має досягатися через такі операційні цілі як: 1) Забезпечення виконання законодавчих актів із питань запобігання та врегулювання конфлікту інтересів; 2) Удосконалення системи оцінювання результатів навчання; 3) Удосконалення системи

перевірки наукових статей, курсових і дипломних робіт (проектів), дисертацій, монографій, підручників, навчальних посібників на наявність плагіату. На сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця у розділі «Академічна доброчесність» (<http://surl.li/bgolc>) розміщені відповідні нормативні документи Університету та відповідний контент, що має за мету ознайомлення з явищем акад. доброчесності. Зокрема, Кодекс академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bgmxx>) регулює політику Університету щодо забезпечення середовища акад. доброчесності, створення дворівневої комісії з розгляду порушень акад. доброчесності на рівні факультетів та Університету загалом, і систему відповідальності за допущення проявів акад. недоброчесності. Здобувачі та викладачі ХНЕУ ім. С. Кузнеця підписують Декларації про дотримання акад. доброчесності здобувачем вищої освіти / співробітником (<http://surl.li/bjufq>, <http://surl.li/bjufy>), про що зазначалося під час зустрічей з фокус-групами НПП, здобувачів і допоміжного персоналу. ХНЕУ ім. С. Кузнеця щорічно складає План заходів з розвитку акад. доброчесності (на 2023-2024 н. р., <http://surl.li/ljzjdj>), у межах якого вказуються заходи за різними спрямуваннями (розвиток культури акад. доброчесності та її забезпечення, відповідний інформаційний та методичний супровід впровадження, перевірка дотримання акад. доброчесності), терміни та відповідальні особи / підрозділи. В Університеті чинним є Регламент перевірки на унікальність академічних текстів здобувачів вищої освіти та НПП ХНЕУ ім. С. Кузнеця навчально-методичним відділом (<http://surl.li/fufnq>), що реалізується через сервіс StrikePlagiarism.com (на основі відповідного Договору). Як формуються звіти було продемонстровано начальником навч.-метод. відділу. Представники фокус-груп здобувачів, так і НПП (наук. керівників) продемонстрували обізнаність про загальноуніверситетський дозволений рівень текстових запозичень (не більше 50 %) та про те, що окремі кафедри можуть фіксувати вищий поріг унікальності текстів відповідними рішеннями. Відповідно до Регламенту перевірка для здобувачів вищої освіти (як перша, так і у випадку необхідності – повторна) та для НПП є безкоштовною послугою. В Університеті є практика проведення конкурсу соціальних відеопроєктів «Чесність починається з тебе» (<http://surl.li/bgolf>), але здобувачі, які навчаються за цією ОПП, не брали в ньому участь. ЕГ робить висновок, що ХНЕУ ім. С. Кузнеця проводить чітку, прозору, нормативно закріплену політику щодо акад. доброчесності та її пропагування поміж учасників освітнього процесу.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Критерії оцінювання регламентовано відповідними документами (РП і силабуси), які є, як у відкритому доступі у цифровому просторі (на сайті кафедри маркетингу, на сайті репозитарію ХНЕУ ім. С. Кузнеця), так і у обмеженому – тільки для учасників освітнього процесу (сайт ПНС). Здобувачі вчасно отримують інформацію щодо форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання в рамках освітніх компонентів (надається викладачами на перших заняттях).

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

Відповідно вимог діючого Стандарту вищої освіти України за другим (магістерським) рівнем галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» кваліфікаційні роботи мають бути оприлюднені на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщені в його репозитарії. На момент проведення акредитації на сайті репозитарію ХНЕУ ім. С. Кузнеця на сторінці факультету менеджменту і маркетингу, кафедри маркетингу у рубриці «Кваліфікаційні випускні роботи здобувачів вищої освіти (М)» розміщені 7 випускних магістерських робіт за 2019-2020 рр. ЕГ рекомендує з поточного навчального року впроваджувати практику оприлюднення всіх дипломних робіт через розміщення відповідних файлів у відкритому доступі на вебресурсах ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Також оскільки здобувачі другого року навчання у магістратури не ознайомлені про те, хто саме буде входити до складу Екзаменаційної комісії, ЕГ рекомендує з початком навчання у 3 семестрі проводити інформаційні консультації для здобувачів вищої освіти щодо інформування про процедуру захисту дипломних робіт (у т. ч. і надання інформації про склад ЕК і процедуру захисту).

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ХНЕУ ім. С. Кузнеця розвиває ефективну екосистему інформаційного простору вільного та обмеженого доступу (ПНС) до РП та силабусів, через яку здобувачі вищої освіти, а також зацікавлені особи можуть ознайомитися з критеріями оцінювання та порядком виставлення оцінок. Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводиться до відома здобувачів вищої освіти на першому занятті, є для них зрозумілою та чіткою, що було підтверджено під час зустрічі з фокус-групою здобувачів. Форма атестація здобувачів вищої освіти, які здобувають магістерський рівень освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, відповідає вимогам діючого Стандарту вищої освіти. У ХНЕУ ім. С. Кузнеця система діючих правил контрольних заходів

нормативно закріплена, дотримується всіма учасниками освітнього процесу, а відповідна інформація розміщена у вільному доступі. Конфліктів під час реалізації навчання ОПП «Маркетинг» наразі не виникало. ХНЕУ ім. С. Кузнеця проводить чітку, прозору, нормативно закріплену політику щодо академічної доброчесності та її пропагування поміж учасників освітнього процесу. Зважаючи на повну відповідність п. 5.1, 5.3, 5.4, та часткову відповідність п. 5.2, ЕГ прийшла до висновку про відповідність ОП за цим критерієм рівню В.

Критерій 6. Людські ресурси:

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

При ознайомленні з інформацією, наведеною у табл. 2 відомостей про самооцінювання, її уточненням під час фокус-груп з керівним менеджментом ЗВО, НПП та гарантом ОПП, а також аналіз відомостей про науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників, що підтверджують їх освітню та/або професійну кваліфікацію для забезпечення освітнього процесу на відповідному рівні вищої освіти або за освітньою програмою (наданою на запит ЕГ), ЕГ констатує, що в цілому академічна та професійна кваліфікації науково-педагогічних працівників, задіяних до реалізації ОПП «Маркетинг», дозволяють забезпечити досягнення визначених цілей та ПРН. Персональні сторінки викладачів на веб-сторінці кафедри маркетингу (<https://dom.hneu.edu.ua/team/>), містять інформацію про науковий ступінь і/або вчене звання, навчальні курси, наукові інтереси та стажування, а також профайли у наукометричних базах і розклад. Викладання обов'язкових ОК забезпечується НПП, кваліфікація яких підтверджена документами про освіту та науковий ступінь із відповідної спеціальності, а також науковою, науково-педагогічною, педагогічною чи іншою професійною діяльністю за відповідною спеціальністю та відповідно до змісту навчальних дисциплін, що ними викладаються. Викладачі, задіяні до реалізації ОПП, мають документи, що підтверджують підвищення ними кваліфікації/стажування, публікації, тематика яких в цілому відповідає ОК, що ними забезпечується. ЕГ зазначає про в цілому достатню наукову публікаційну активність викладачів. Всі обов'язкові ОК ОПП «Маркетинг» забезпечують 8-м викладачів кафедри, які мають наукові ступені, з яких 2 доктори наук (25%), 6 к.е.н. (75%), всі 8-м викладачів мають вчене звання, з них – 2 професори (25%) та 6 доцентів (75%). Підтверджена на фокус-групі зі здобувачами інформація щодо змістовного наповнення лекційного матеріалу та володіння ним, а також системи оцінювання та своєчасність і достатність інформування здобувачів (технологічна карта), дозволяють досягти визначених цілей та програмних результатів навчання.

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

У ХНЕУ ім. Семена Кузнеця процедура конкурсного добору науково-педагогічних працівників регламентована Положенням про порядок конкурсного відбору науково-педагогічних працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця та укладання з ними трудових договорів (контрактів), що затверджене рішенням вченої ради університету від 25.06.2020 №2, введеним в дію наказом ректора від 25.06.2020 №11/1 (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/09/Polozhennya-pro-poryadok-konkursnoho-vidboru-naukovo-pedahohichnykh-pratsivnykiv.pdf>); Рекомендаціями МОН України «Щодо проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (контрактів)» від 05.10.2015 №1005 (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/Rekomendatsyy-MON-2015.pdf>); а також узагальненою послідовністю проведення конкурсного відбору на заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/Uzagalnena-poslidovnist-konkursnogo-vidboru.pdf>). Оголошення про проведення конкурсу, терміни та умови його проведення публікуються на офіційному веб-сайті університету (<https://www.hneu.edu.ua/konkurs-na-zamishhennya-vakantnyh-posad/>). В оголошенні про конкурс, окрім зазначення наявних вакантних посад обов'язково зазначаються основні вимоги до претендентів на посаду, строк конкурсу, перелік документів, адреса та контактна інформація для довідок. Попереднє обговорення кандидатур, у їх присутності відбувається на кафедрі. При проходженні конкурсного відбору або обрання за конкурсом при заміщенні вакантних посад НПП вперше (з урахуванням попередніх результатів діяльності), претенденту пропонується попередньо прочитати пробні лекції, провести практичні заняття в присутності НПП університету. Встановлений строк обрання на посаду до 5 років за рекомендацією кафедри та рішення експертно-кваліфікаційної (конкурсної) комісії. ЕГ зазначає, що процедури добору НПП є зрозумілими і прозорими. В Положенні про порядок конкурсного відбору науково-педагогічних працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця та укладання з ними трудових договорів (контрактів) враховуються критерії, які базуються на вимогах, що визначені законами України «Про вищу освіту» та «Про освіту», а також дозволяють забезпечити достатній рівень професіоналізму для реалізації ОПП «Маркетинг».

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

У ХНЕУ ім. С. Кузнеця при реалізації ОПП «Маркетинг» роботодавці залучаються до організації та реалізації освітнього процесу шляхом рецензування ОПП (надано у Відомостях СО), участі у майстер-класах (Головахіна О.М., Вдовенко В.В., Прокопенко С.О., Васильєв М.О.), тренінгах, воркшопах, проектах наукового гуртка «Маркетинг».

Освіта. Лідерство» (<https://dom.hneu.edu.ua/naukovyj-gurtok-marketyng-osvita-liderstvo/>). Також роботодавці надають здобувачам можливість проходження переддипломної практики та виконання дипломної роботи. На фокус-групі зі здобувачами було зазначено, що під час карантинних обмежень здобувачі даної ОПП могли пройти практику, зокрема на ТОВ «ВФ «ПОЛІМЕР», Федорчука В.В. співпраця з кафедрою триває більше 5-ти років. Свою залученість до організації та реалізації освітнього процесу на фокус-групі підтвердили роботодавці Федорчук В.В. (заступник директора ТОВ «ВФ «ПОЛІМЕР»), Прокопенко С.О. (директор ТОВ «Гвара Медіа»), Васильєв М.О. (заступник керівника департаменту маркетингу та реклами, ТОВ «АБА «АСТРА»), Головахіна О.М. (директор з персоналу Бізнес група «Крон»), Вдовенко В.В. (менеджер з персоналу ПрАТ «Новий стиль»), Троян А.Р. (менеджер з маркетингу компанії MWDN Ltd.), Кожемякіна А.Д. (маркетолог ПП «Автовін»), Євстегнеєва А.І. (бренд-менеджер ПП «СПС»). Слід зазначити, що більшість представників роботодавців є випускниками кафедри маркетингу. Зазначені представники роботодавців є стейкхолдерами кафедри маркетингу і всі були присутні на фокус-групі (зустріч 5), підтвердили свою зацікавленість у подальшій співпраці з кафедрою щодо перегляду, критичного оцінювання та удосконалення ОПП, надання можливості здобувачам проходити практику, готовність приймати участь у роботі екзаменаційних комісій з атестації здобувачів, як зовнішні експерти. Інформація про співпрацю зі стейкхолдерами наведена на сторінці кафедри маркетингу (<https://dom.hneu.edu.ua/spivpraczya-zi-stejkholderamy/>).

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

До аудиторних занять при реалізації ОПП «Маркетинг», як було з'ясовано ЕГ на фокус-групах з академічним персоналом, здобувачами вищої освіти та роботодавцями, професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців на постійній та систематичній основі не залучаються. На постійній основі на кафедрі працює представник роботодавців - Родіонов С.О., директор ДУ «Харків-Арена», проте обов'язкові освітні компоненти на ОПП «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні вищої освіти, не викладає. Зі слів ректора ХНЕУ ім. Семена Кузнеця на фокус-групі з керівним менеджментом, до аудиторних занять можуть бути залучені професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців за наказом на основі погодинної оплати праці, проте на ОПП таких випадків не зафіксовано. ЕГ встановила, що до роботи в екзаменаційних комісіях із захисту дипломних робіт, як представники стейкхолдерів, залучаються науково-педагогічні працівники з ЗВО-партнерів (витяг з наказу про склад екзаменаційних комісій від 01.10.2022 №245 – надано на запит ЕГ).

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

ХНЕУ ім. Семена Кузнеця сприяє професійному розвитку викладачів, що було підтверджено на фокус-групах з керівним менеджментом, НПП, адміністративним персоналом та допоміжними (сервісними) підрозділами. Зокрема через створення можливостей підвищення кваліфікації з формування цифрового освітнього середовища та використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для поліпшення ефективності навчання педагогічних та науково-педагогічних працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця у активній співпраці з Університетом менеджменту освіти Національної академії педагогічних наук України (<https://www.hneu.edu.ua/news/profesijnyj-rozvytok-vykladachiv-hneu-im-s-kuznetsya-u-spivpratsi-z-dzvo-universytet-menedzhmentu-osvity-natsionalnoyi-akademiyi-pedagogichnyh-nauk-ukrayiny/>). НПП, з метою розвитку цифрової компетентності, можуть пройти підвищення кваліфікації за такими програми, як: «Формування цифрового середовища закладу освіти: технології, принципи та засоби»; «Цифровізація освітнього процесу: етапи та вплив на якість викладання та навчання»; «Технології створення освітнього аудіовізуального контенту: навчальні фільми, кліпи, ролики тощо»; «Хмарні технології як цифровий інструмент в закладі освіти»; «Сервіси Google в освітньому процесі: організаційно-методичні підходи використання»; «Технології організації змішаного навчання: формування цифрових компетентностей педагога-тьютора»; «Цифрові інструменти в діяльності педагога». Обсяг (тривалість) підвищення кваліфікації НПП, встановлюється в годинах та/або кредитах ЄКТС за накопичувальною системою та здійснюється згідно з планом підвищення кваліфікації, що формується на відповідний рік. Також НПП мають можливість підвищувати кваліфікацію у інших ЗВО та підприємствах-партнерах, проходити стажування за кордоном. Згідно затвердженого графіку НПП кафедри маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця у 2024 р., підвищуватимуть кваліфікацію також в Харківському національному університеті ім. В.Н. Каразіна, Харківській державній академії дизайну і мистецтв, Харківському національному медичному університеті (надано на запит ЕГ). Кафедра маркетингу співпрацює з низкою зарубіжних установ та організацій, зокрема щодо проведення семінарів та інших заходів, а також потужну підтримку і взаємодію з представниками бізнесу, тому ЕГ вбачає за доцільне рекомендувати керівництву кафедри маркетингу сприяти у підвищенні кваліфікації викладачів, що залучені до реалізації ОПП «Маркетинг», в бізнес-структурах регіону.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Під час фокус-груп з академічним персоналом та допоміжними (сервісними) структурними підрозділами, заступником начальника відділу кадрів, було зазначено про наявну дієву систему стимулювання розвитку викладацької майстерності у ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Одним із вагомих інструментів якої є порушення клопотання керівництвом ХНЕУ ім. С. Кузнеця перед МОН України, Харківською міською радою, Харківською обласною

державною адміністрацією тощо, щодо нагородження за вагомі особисті внески у підготовку висококваліфікованих спеціалістів, багаторічну сумлінну працю та плідну науково-педагогічну діяльність НПП. ЕГ констатує, що в ХНЕУ ім. С. Кузнеця розвиток викладацької майстерності регламентується положеннями Колективного договору та затвердженими і дієвими Цільовими показниками діяльності ЗВО (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/1/TSilovi-pokaznyky-diyalnosti-HNEU.pdf>), на основі яких наказом ректора запроваджено систему ключових показників ефективності зокрема діяльності проректорів та керівників структурних підрозділів від 01.07.2021 №166 (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/1/Nakaz-pro-zaprovadzhennya-systemy-KRI.jpg>). В аспекті розвитку викладацької майстерності в Цільових показниках діяльності (результативності, ефективності та якості) ЗВО зазначено про поступове збільшення частки штатних НПП, які брали участь у програмах міжнародної академічної мобільності (тривалістю не менше 1 міс., за календарний рік), у т. ч. із використанням дистанційних технологій, яка має складати до 2025р. не менше 9% (п. 3), а також щорічне збільшення кількості проіндексованих публікацій НПП у виданнях, які реферуються у науково-метричних базах Web of Science та Scopus має складати 2% до попереднього року (п. 10). Зазначені показники ефективності враховуються в системі рейтингування НПП, проте ЕГ під час фокус-груп встановила, що результати анонімного опитування студентів «Викладач очима студентів» не враховуються при рейтингуванні НПП. Важливо зазначити, про чинний комплекс персональних навчальних систем (ПНС) у межах електронної системи управління навчанням (Learning Management System), передбачає підвищення викладацької майстерності шляхом навчання НПП і видачею сертифікату ПНС з навчальної дисципліни. Зокрема гарант ОПП підтвердила, що отримала сертифікат ПНС з дисципліни «Маркетингові дослідження» і досягла Інтерактивного рівня, у підвищенні якого зацікавлений ЗВО. Згідно результатів опитування викладачів «Задоволеність внутрішнім забезпеченням якості освіти» у 2022/2023 н.р. загальна задоволеність становить 95,2%, задоволеність умовами професійного й педагогічного розвитку викладачів - 89,0% (<https://www.hneu.edu.ua/rada-zyakosti-informuye-2022-2023-navchalnyj-rik/>). На запит ЕГ отримано від ВК підтвердження встановлених на фокус-групах фактів нематеріального заохочення НПП, а саме нагородження подяками, грамотами, почесними грамотами викладачів, що задіяні у реалізації ОПП «Маркетинг» (Гриневиц Л.В., Лисиця Н.М., Холодний Г.О.).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

При реалізації ОПП «Маркетинг» роботодавці залучаються до організації та реалізації освітнього процесу шляхом рецензування ОПП, участі у майстер-класах, тренінгах, воркшопах, проєктах наукового гуртка «Маркетинг. Освіта. Лідерство». В ХНЕУ ім. С. Кузнеця створено можливості для підвищення кваліфікації НПП з формування цифрового освітнього середовища та використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у активній співпраці з Університетом менеджменту освіти Національної академії педагогічних наук України. Визначено і реалізуються Цільові показники діяльності ЗВО та ключові показники ефективності, що враховуються при рейтингуванні НПП, а також запроваджено щорічне опитування викладачів «Задоволеність внутрішнім забезпеченням якості освіти». Чітко прописані і реалізуються процедури конкурсного відбору НПП, які є прозорими та дають можливість забезпечити належний рівень професіоналізму при реалізації ОПП «Маркетинг». Створено і реалізуються можливості підвищення викладацької майстерності шляхом навчання НПП і видачею сертифікату ПНС з навчальної дисципліни відповідно чинного комплексу персональних навчальних систем (ПНС) у межах електронної системи управління навчанням (Learning Management System), що передбачає досягнення Інтерактивного рівня викладачів.

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

Результати анонімного опитування студентів «Викладач очима студентів» не враховуються при рейтингуванні НПП. До аудиторних занять при реалізації ОПП «Маркетинг» професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців на постійній та систематичній основі не залучаються. Представники роботодавців у роботі екзаменаційних комісій з атестації здобувачів, не залучаються як зовнішні експерти. Підвищення кваліфікації НПП лише у ЗВО-партнерах, а не в бізнес-структурах. Рекомендації: використовувати результати анонімного опитування студентів «Викладач очима студентів» при рейтингуванні НПП (щороку); залучати до аудиторних занять при реалізації ОПП «Маркетинг» професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців на постійній та систематичній основі (протягом навчального семестру в межах ОК ОПП); залучати представників роботодавців до роботи в екзаменаційних комісіях з атестації здобувачів, як зовнішні експертів; залучати викладачів, що викладають обов'язкові та вибіркові ОК у підвищенні викладацької майстерності шляхом навчання і отримання сертифікату ПНС з навчальних дисциплін ОПП «Маркетинг» відповідно чинного комплексу персональних навчальних систем (ПНС) у межах електронної системи управління навчанням (Learning Management System), з метою підвищення Інтерактивного рівня викладачів, а також підвищення кваліфікації на підприємствах-партнерах (згідно плану-графіку підвищення кваліфікації).

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

ОПП «Маркетинг» має значний рівень узгодженості за підкритеріями Критерію 6, з недоліками, що несуттєво впливають на якість та результати освіти. В ХНЕУ ім. С. Кузнеця існує підтримка викладачів у підвищенні рівня публікаційної активності та розвитку їх викладацької майстерності, проте переважно підвищення кваліфікації відбувається в ЗВО-партнерах, а не в бізнес-структурах, наявна постійна і систематична тісна взаємодія із роботодавцями (залучення до організації освітнього процесу, рецензування ОПП, організація переддипломної практики та виконання дипломних робіт тощо), проте до аудиторних занять вони не залучаються. Усе зазначене дозволяє встановити рівень відповідності В.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

ХНЕУ ім. С. Кузнеця має потужну матеріально-технічну базу та розвинуту інфраструктуру у цифровому просторі (аудиторний фонд, бібліотека (<http://surl.li/aeuln>), репозитарій (<http://surl.li/aeulo>), ПНС (<http://surl.li/bhdzd>), лабораторія кар'єри, студентське містечко, молодіжний центр, юридична клініка, соціально-психологічна служба, медпункт тощо). Представники фокус-групи студентського самоврядування зазначили, що витрати на потреби студентів передбачені у розмірі 0,5 % від коштів спеціального фонду, що було підтверджено і головним бухгалтером Університету, хоча із зазначенням про те, що ці витрати за наявності коштів можуть бути збільшені (як це було з витратами на студентський проєкт коворкінг-центру). Вільний доступ до розкладу занять, навчальних матеріалів, РП, журналу оцінок передбачений через особисті кабінети учасників освітнього процесу в ПНС, що було продемонстровано під час зустрічей з фокус-групами здобувачів і НПП. Під час огляду МТБ було продемонстровано аудиторії для лекційних і практичних занять з мультимедійною технікою, а також Лабораторію маркетингу (MarkTech), яка передбачає співпрацю бізнесу та освіти через створення проєктів студентами у командах, до яких також долучаються студенти іншого університету (ПНУ ім. В. Стефаника), та подальше їх обговорення із запрошеними представниками бізнес-спільнот. З огляду на те, що наразі навчання за ОПП «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти реалізується дистанційно слід зазначити про особливості такого формату у ХНЕУ ім. С. Кузнеця: 1) використання корпоративного Zoom для організації онлайн-занять (уможливлений запис заняття); 2) синхронний і асинхронний доступ до занять (асинхронний забезпечується через доступ до записів занять); 3) можливість відслідковувати терміни здачі робіт і власні оцінки (через ПНС); 4) можливість зворотного зв'язку (через спеціальний чат-бот, було продемонстровано під час огляду МТБ). За словами керівника відділу електронних засобів навчання, електронні курси на сайті ПНС за кожною ОК проходять обов'язковий механізм сертифікації, і по закінченню навчального року (чи семестру) викладач має змогу отримати Сертифікат ПНС (із зазначенням часу, який викладач проводить на ПНС) (огляд МТБ). Для освітньої діяльності на ОПП «Маркетинг» використовуються різні сервіси та програмні продукти, ліцензійне використання яких підтверджено документами додаткового запиту (наприклад, Adobe Creative Cloud) та представниками фокус-групи здобувачів зазначалося, що під час занять вони використовували різні сервіси (наприклад, Canva, Ahrefs). На сайті бібліотеки для зручності користувачів пропонується електронний каталог з можливостями пошуку, електронні версії періодичних видань у відкритому доступі (окремо для ОП Маркетинг, <http://surl.li/lyekp>) та списки нових надходжень. Загалом, ЕГ робить висновок, що ХНЕУ ім. С. Кузнеця забезпечує учасників освітнього процесу необхідними ресурсами та рівнем забезпечення задля досягнення цілей ОПП «Маркетинг».

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

З огляду на те, що наразі навчання за ОПП «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти реалізується дистанційно освітнє середовище передбачає використання вебресурсів ХНЕУ ім. С. Кузнеця, зокрема сайту Університету (<https://www.hneu.edu.ua/>), сайту кафедри маркетингу (<https://dom.hneu.edu.ua/>), сайту ПНС (<https://pns.hneu.edu.ua/>), сайту бібліотеки (<http://surl.li/aeuln>), репозитарій (<http://surl.li/aeulo>) тощо. Положенням про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aeuln>) визначено, що ПНС складається з навчальних, наукових, інформаційних матеріалів та засобів, розроблених в електронній формі, що є достатнім для вивчення окремих навчальних дисциплін за допомогою опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників освітнього процесу. Для зручності здобувачів вищої освіти під час використання ПНС передбачений відповідні помічники – Мобільний застосунок (<http://surl.li/lyezr>), Telegram-bot (<http://surl.li/lyezu>) та База знань диджиталізації освітнього процесу (<http://surl.li/lyfad>), що було продемонстровано під час огляду МТБ. Відповідно до Регламенту перевірки на унікальність академічних текстів (<http://surl.li/fufnq>), перевірка для здобувачів вищої освіти (як перша, так і у випадку необхідності – повторна) та для НПП є безкоштовною послугою на основі використання сервісу StrikePlagiarism.com. В електронному журналі «Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця» публікуються статті студентів та аспірантів ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Розміщення статті у цьому журналі є платним (<http://surl.li/lyfev>), що було підтверджено під час зустрічей з фокус-групами здобувачів, НПП і

допоміжного персоналу. Організаційний внесок за статтю складає 50 грн. У ХНЕУ ім. С. Кузнеця щорічно на навчальний рік попередньо складають План проведення опитувань (на 2023-2024 н. р., <http://surl.li/lfvog>), який передбачає регулярні та цільові опитування здобувачів різних рівнів вищої освіти різних курсів, випускників, роботодавців, НПП. За складання опитувальних форм відповідає провідний фахівець сектору забезпечення якості освіти навч.-метод. відділу, фахівець із соціології. За словами керівника відділу забезпечення якості освіти, у опитувальниках використовуються різні види питань (закриті і відкриті). Про різні види опитувань зазначали здобувачі вищої освіти під час зустрічі з відповідною фокус-групою, зокрема було зазначено про те, що в кінці семестру студенти проходять опитування «Дисципліна очима студентів» у контексті кожної дисципліни, яку їм викладають. ЕГ підтверджує наявність у ХНЕУ ім. С. Кузнеця ефективного віртуального навчального середовища як для навчання, так і для комунікацій між учасниками освітнього процесу, а також системи зворотного зв'язку через різні види опитувань.

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

За словами ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Університет розвивається у напрямі забезпечення такими укриттями, які уможливають проведення навчального процесу, не виходячи із приміщень з відповідним струмом, доступом до Інтернету тощо. З огляду на воєнний стан в Україні в Університеті діють спеціальні нормативні документи, що регулюють поведінку учасників освітнього процесу. Зокрема, Наказ «Про організацію освітнього процесу в ХНЕУ ім. С. Кузнеця під час воєнного стану на території України» (<http://surl.li/lytgcg>), Пам'ятка алгоритму дій НПП під час освітнього процесу в ХНЕУ ім. С. Кузнеця під час сигналу «Повітряна тривога» (<http://surl.li/lyenf>). Можна записатися на консультації психолога (через вказаний номер довіри у футері сайту ХНЕУ ім. С. Кузнеця), які, за словами представника соціально-психологічної служби, є безкоштовними. Періодично психологією проводяться вебінари, про які сповіщаються через деканати і кафедри. У ХНЕУ ім. С. Кузнеця проводиться виховна робота відповідно до затвердженого Плану виховної роботи на 2023-2024 н. р. (<http://surl.li/lzcco>). Також проводяться заходи з фізичного виховання та залучення здобувачів до здорового способу життя (<http://surl.li/lzdcu>). Однією з функцій Молодіжного центру ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/fkhwi>) є залучення студентів до активного громадського та культурного життя університету, створення належних умов для спілкування студентів та співробітників університету у сфері дозвілля, забезпечення умов для творчого розвитку особистості. Під час огляду МТБ були продемонстровані приміщення, призначені для проведення лекційних і практичних занять, зокрема ці аудиторії оснащені вогнегасниками, а у коридорах є настінні куточки пожежної безпеки та плани евакуації на стінах. За результатами зустрічей з представниками різних фокус-груп, огляду МТБ і наданих додатково матеріалів ЕГ підсумовує, що освітнє середовище Університету є відносно безпечним для учасників освітнього процесу з врахуванням того, що формат навчання є дистанційним.

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

Освітня підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується через кураторів і самих викладачів, комунікації з якими відбуваються через доступ до університетських акаунтів на сайті ПНС, месенджери, сторінки у соціальних мережах. Це було підтверджено під час зустрічей з фокус-групами здобувачів і студентського самоврядування. Рубрикатор сайту ХНЕУ ім. С. Кузнеця передбачає розділ «Студенту», в межах якого наявним є підрозділ «Організація навчального процесу», який містить каталог вибіркової складової ОПП, розклад занять, розклад дзвінків, електронні адреси викладачів, сайт ПНС, графік навчального процесу, репозитарій тощо. Доступ до усього навчального матеріалу забезпечується через сайт ПНС, що було продемонстровано під час зустрічей з фокус-групами НПП, здобувачів та огляді МТБ. За словами керівника відділу міжнародних зв'язків, здобувачі за потребою можуть відвідувати мовні курси (Kuznets Language Hub, <https://etc.hneu.edu.ua/lang/>), та, що поточно для всіх здобувачів відкриваються курси в рамках проєкту Жан Моне «Цифрова економіка навколо нас», в якому є модулі присвячені інструментам цифрового маркетингу – реєструватися можуть всі здобувачі вищої освіти, які навчаються в ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Інформування учасників освітнього процесу відбувається через сайт Університету, зокрема через рубрики «Новини» (<http://surl.li/lzbwn>) та «Анонси» (<http://surl.li/lzbws>). Також інформаційна підтримка реалізується через Лабораторію кар'єри ХНЕУ ім. С. Кузнеця, наприклад, представники якої інформують здобувачів про можливі бази практики та актуальні вакансії (<http://surl.li/lzbxi>). Організаційна підтримка здобувачів вищої освіти реалізується через роботу деканату, який, за словами декану факультету менеджменту і маркетингу, вже давно переорієнтувався на сервісну службу. Консультативна та соціальна підтримка для здобувачів вищої освіти підтримується через органи самоврядування, соціально-психологічну службу (телефон довіри вказаний у футері сайту), юридичну клініку, відділ міжнародних зв'язків тощо. За словами заступниці голови Молодіжної організації ХНЕУ ім. С. Кузнеця, комунікація представників органів студентського самоврядування зі здобувачами вищої освіти, в кого передбачений дистанційний формат навчання, відбувається через соціальні мережі (Instagram) і Telegram-канал. Раніше студенти могли прийти до коворкінг-центру Молодіжної організації, але зараз це не практикується. ХНЕУ ім. С. Кузнеця підтримує здобувачів освіти і у напрямі забезпечення наукової складової навчання. Так, функціонує науковий гурток «Маркетинг. Освіта. Лідерство» під керівництвом Н.М. Лисиці, мета якого «Проведення студентської наукової роботи в галузі маркетингу», до складу якого входять і здобувачі, які здобувають магістерський рівень за ОПП «Маркетинг» (документи додаткового запиту, Зустріч із НПП і здобувачами). Практика опитувань здобувачів освіти показує високий рівень задоволеності якістю надаваних освітніх послуг (<http://surl.li/lzclv>).

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

За словами гаранта ОПП, осіб з особливими освітніми потребами наразі не навчається на ОПП «Маркетинг» магістерського рівня вищої освіти. Під час огляду МТБ були продемонстровані пандуси, ліфти, вказівники на стінах. Нормативно достатність умов для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами ХНЕУ ім. С. Кузнеця регулюється Положенням про організацію інклюзивного навчання у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bgrzi>), Порядком супроводу осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп населення на території Університету (<http://surl.li/bgrzm>). Висновки щодо доступності приміщень ХНЕУ ім. С. Кузнеця, а саме щодо можливості осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення безперешкодно потрапити до входів будівель вказані у Технічному звіті щодо доступності та безперешкодного доступу для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення (<http://surl.li/aeszd>). Відповідальними за супровід осіб з особливими освітніми потребами визначено фахівця відділу молодіжної політики та соціального розвитку, практичного психолога Університету, каштеляна гуртожитку № 5 «П'ятирочка» (<http://surl.li/aeszc>). Можливості віддаленого доступу до навчально-методичних матеріалів і записів занять для потенційних здобувачів з особливими потребами передбачені через віртуальне освітнє середовище – сайт ПНС (<https://pns.hneu.edu.ua/>). Відповідно ЕГ фіксує достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами.

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

У ХНЕУ ім. С. Кузнеця проводиться виховна робота відповідно до затвердженого Плану виховної роботи на 2023-2024 н. р. (<http://surl.li/lzcco>). Зокрема, цим Планом передбачено і заходи, спрямовані на протидію корупції (3.2.3. Боротьба з корупцією в університеті за проектом «ЗВО: корупція – STOP»), до виконання яких долучаються адміністрація університету, провідний фахівець з питань запобігання та виявлення корупції, органи студентського самоврядування. Захист прав здобувачів вищої освіти забезпечується через дотримання таких нормативних документів ХНЕУ ім. С. Кузнеця як Положення про запобігання та протидію булінгу (цькування) у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/lkfkf>), Положення про політику запобігання, попередження та боротьби з сексуальними домаганнями і дискримінацією (<http://surl.li/lkflz>), Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/lzdqd>). У ХНЕУ ім. С. Кузнеця передбачена окрема уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (<http://surl.li/bgseb>), про що повідомлялось під час зустрічі з допоміжними структурними підрозділами. За словами голови Молодіжної організації факультету менеджменту і маркетингу, періодично проводяться збори Молодіжної організації (наразі у дистанційному форматі, повідомлення про які оприлюднюються на Instagram-сторінці факультету та у Telegram-каналі), на які будь-який студент може прийти і розказати про конфлікт або про певні нарікання на інших учасників освітнього процесу. Представники Молодіжної організації у таких випадках виступають у ролі медіаторів. За словами представників фокус-групи здобувачів випадків конфліктних ситуацій з ними не відбувалися. Це підтверджується і словами гаранта ОПП, що за роки існування програми, що акредитується, жодних конфліктних ситуацій не виникло, що першочергово забезпечується тісними комунікаціями та зворотним зв'язком із здобувачами освіти. Інтерв'ювання зі здобувачами вищої освіти підтвердило їхню обізнаність щодо моделі поведінки під час виникнення конфліктних ситуацій, зокрема функціонування скриньки довіри. ЕГ підсумовує, що: 1) у ХНЕУ ім. С. Кузнеця процедура донесення інформації про можливий конфлікт від здобувачів до керівництва чи інших структурних підрозділів передбачає анонімний і публічний варіант; 2) алгоритм врегулювання конфліктів регламентується нормативними положеннями Університету; 3) забезпечується ефективний зворотний зв'язок задля мінімізації ймовірностей виникнення непорозумінь між учасниками освітнього процесу.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

ЕГ виокремлює взірцеві практики у контексті Критерію 7: 1) уможливлення обліку та сертифікації викладацької діяльності викладачів через налагоджений функціонал сайту ПНС (формування Сертифікатів ПНС, облік часу, проведеного викладачем на сайті ПНС); 2) видавництво щомісячного власного електронного журналу саме для публікації наукових статей здобувачами вищої освіти (Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця); 3) створення та організація роботи Лабораторії маркетингу (MarkTech), яка передбачає співпрацю бізнесу та освіти (учасників освітнього процесу) через створення та презентації проектів студентами у командах. ЕГ виокремлює сильні сторони у контексті Критерію 7: 1) високий рівень супроводу комунікацій між представниками ХНЕУ ім. С. Кузнеця із здобувачами у цифровому середовищі (університетський сайт, сайт кафедри маркетингу, сайт ПНС, Telegram-канали, сторінки у соціальних мережах); 2) налагоджена та зручна система освітнього віртуального простору (сайт ПНС) з можливостями виставляти оцінки та відстежувати рівень виконання завдань здобувачами вищої освіти; 3) функціонування системи різнопланових опитувань здобувачів вищої освіти з огляду на різні етапи навчання (виявлення мотивів вступу, задоволення якістю ОП, «Дисципліна очима студента» тощо); 4) членство

здобувачів вищої освіти, які здобувають магістерський рівень за ОПП «Маркетинг» у складі студентського наукового гуртка «Маркетинг. Освіта. Лідерство», мета якого «Проведення студентської наукової роботи в галузі маркетингу», а результатами участі є підготовка і публікація статей студентів у Молодіжному економічному віснику ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

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

Під час здійснення акредитаційної експертизи недоліків за критерієм 7 не виявлено.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

ХНЕУ ім. С. Кузнеця забезпечує учасників освітнього процесу необхідними ресурсами та рівнем інформаційного забезпечення задля досягнення цілей ОПП «Маркетинг», зокрема через роботу ефективного віртуального навчального середовища як для навчання, так і для комунікацій між учасниками освітнього процесу, а також системи зворотного зв'язку через різні види опитувань. Освітнє середовище ХНЕУ ім. С. Кузнеця є відносно безпечним для учасників освітнього процесу (враховуючи, що формат навчання за ОПП «Маркетинг» є дистанційним, та, що прийняті відповідні розпорядження в Університеті щодо особливостей проведення навчання під час воєнного стану на території України). Здобувачі за дистанційного формату навчання мають можливість отримання різних видів консультацій з боку викладачів, наукових керівників і структурних підрозділів Університету та обізнані із способом донесення власних дорікань щодо порушень з боку інших учасників освітнього процесу. Також у ХНЕУ ім. С. Кузнеця передбачені умови для реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами. Зважаючи на повну відповідність п. 7.1-7.6 та використання таких практик як створення та функціонування Лабораторії маркетингу, впровадження алгоритму обліку та сертифікації викладачів через існуючий сайт ПНС, видавництво щомісячного електронного журналу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця саме для публікації статей здобувачами вищої освіти («Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця»), які можуть бути взірцевими для наслідування іншими закладами вищої освіти, ЕГ прийшла до висновку про відповідність ОП за цим критерієм рівню А.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в ХНЕУ ім. Семена Кузнеця регулюються університетськими положеннями: «Про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/12/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu-u-HNEU.pdf>); «Про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-pro-VZYaO-2018.pdf>); «Про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та оновлення освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (нова редакція)» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Polozhennya-pro-OP.pdf>). ОПП 2020, 2021, 2022, 2023 рр. оприлюднені на сторінці Освітні програми ХНЕУ ім. С. Кузнеця, <https://www.hneu.edu.ua/osvitni-programy-hneu-im-s-kuznetsya/> На сайті кафедри маркетингу, <https://www.hneu.edu.ua/kafedra-marketyngu/> є підзакладка Освітні програми, з якої здійснюється прямий перехід на сторінку Освітніх програм ХНЕУ. Проект ОПП оприлюднено для громадського обговорення на сайті: <https://www.hneu.edu.ua/gromadske-obgovorennya-osvitnih-program/>. Після громадського обговорення ОПП з урахуванням отриманих зауважень та пропозицій ухвалюється рішенням Вченої ради Університету. Оновлення ОПП відбувається щорічно, що було зазначено під час зустрічі з академічним персоналом, що залучені до ОПП. ХНЕУ ім. С. Кузнеця», за запитом ЕГ (п. 1), надав протоколи засідання кафедри, в яких зафіксовано обговорення пропозицій стейкхолдерів (витяги з протоколу засідання кафедри маркетингу від 20.04.2022 р., від 09.02.2023 р. №8).

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

Під час зустрічей із здобувачами, ЕГ отримала інформацію, про їхнє залучення до процесу періодичного перегляду ОПП. Таке залучення проявляється шляхом участі в опитуваннях «Задоволеність якістю ОП» 2022/23 н.р. (<http://surl.li/leylk>); «Навчальна дисципліна очима здобувачів» (<http://surl.li/leymu>), що проводить відділ забезпечення якості освіти. Здобувачі відмітили, що з великим натхненням беруть участь в таких опитуваннях. За кожною ОК на сайті ПНС щосеместрово проводиться опитування з якості навчальних дисциплін. Інші опитування проводяться завдяки Google Forms. Під час зустрічей зазначено про формування вибіркової сукупності, відповіді надаються анонімно. На думку ЕГ, задля більшого ступеня залученості та впливу на зміст і структуру перегляду освітньої програми та її компонент, доцільно розширити можливості здобувачів відповідати на питання, ідентифікуючи себе. Тобто, використовувати не лише анонімні питання. Особливість побудови процедури опитувань є така: на початку навчального року відділ забезпечення якості освіти формує план проведення опитувань, який затверджують на засіданні Вченої ради (<http://surl.li/lgccz>). Інформацію про терміни, тематику та строки опитувань доводять до здобувачів за підтримкою деканатів та кафедр, засобами прийнятих в університеті каналів цифрового зв'язку. ЕГ зазначає, що здобувачі на зустрічах повідомили про добрі комунікації під час таких опитувань. загальні результати опитувань передаються усім зацікавленим учасникам освітнього процесу, оприлюднюються на сайті університету (<http://surl.li/aesax>), де наведено такі результати від 2016-2017 н.р. до тепер. Кількість переглядів 2319 відображають інтерес до таких опитувань. Під час інтерв'ювання з представниками адміністративного персоналу зазначено про можливість залучення здобувачів до технічних процесів організації й обробки результатів опитувань, які навіть оформлюються на частину ставки за сумісництвом. На думку ЕГ це є позитивна практика залучення здобувачів. На зустрічі з представниками органів студентського самоврядування зазначено про їх долучення до роботи вченої ради факультету менеджменту і маркетингу та Вченої ради ХНЕУ в рамках яких розглядається й ухвалюється ОПП Маркетинг після громадського обговорення. Підтверджено, що 0,5% від бюджету Університету виділяється на потреби студентського самоврядування. Здобувачі залучені до процесу періодичного перегляду ОП у складі робочої групи, шляхом надання пропозицій з оновлення ОП, про що повідомляли здобувачі на зустрічах. Під час зустрічі з академічним персоналом Небилиця О. повідомила, що здобувачка Лобас А. запропонувала переглянути тематику ОКЗ «Менеджмент якості». І цю пропозицію було враховано. Кафедрою маркетингу ураховано пропозиції здобувачів у проєкті ОПП за рахунок зміни кількості та змістового наповнення тем ОК.

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

Кафедра маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця тісно співпрацює з такими компаніями, що є успішними у сфері маркетингу та креативних індустрій, як: бізнес група «КРОН», ПрАТ «Новий стиль», ТОВ «Гвара Медіа», ДУ «ХАРКІВ-АРЕНА», компанія MWDN Ltd, компанія DataArt, компанія Chameleon Soft (СНМ software), креативне агентство ТОВ «АМК «БУМЕРАНГ», ГО «Український фешен кластер» (Ukrainian Fashion Cluster), «Promodo». За результатами співробітництва з зовнішніми стейкхолдерами кафедрою обговорено такі пропозиції (п. 1 запиту ЕГ, витяги з протоколу засідання кафедри маркетингу від 20.04.2022 р. № 11, від 09.02.2023 р. № 8): посилити освітню програму формуванням спеціальної компетентності та результатами навчання в напрямку створення креативних проєктів та інноваційних продуктів. Передбачити та включити до навчального плану дисципліни, які бути їх забезпечувати; посилити освітню програму викладанням освітніх компонентів англійською мовою, що забезпечить покращення комунікативних навичок спілкування іноземною мовою здобувачі; переглянути фокус та унікальність освітньої програми з урахуванням креативних складових; розглянути можливість збільшити кількість освітніх компонентів, які викладаються англійською мовою, особливо це стосується “Ведення ділових переговорів в маркетингу”. У ході зустрічі 5 ЕГ з роботодавцями учасниками фокус-групи підтверджено факт надання цих пропозицій. Більшість роботодавців відмітили, що комунікаційна взаємодія з викладачами та здобувачами ВО за ОПП «Маркетинг» має системний та постійний характер.

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

Збирання, аналіз та узагальнення інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП «Маркетинг» проводиться завдяки відділу «Лабораторія кар'єри ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://job.hneu.edu.ua/>). У межах цього відділу впроваджено онлайн-курс про дистанційну роботу та навчання. Фахівці «Лабораторії кар'єри» проводять регулярні моніторингові дослідження щодо працевлаштування випускників. Випускники залучаються до участі в наукових заходах, тренінгах, вебінарах, майстер-класах. На кафедрі маркетингу є наявна планомірна постійна робота з питань працевлаштування випускників та створення умов для вступу випускників в магістратуру, а згодом магістрів й до аспірантури. Під час зустрічі 6 із адміністративним персоналом ХНЕУ ім. Семена Кузнеця Кононова Н.В., начальник відділу працевлаштування студентів та взаємодії з бізнес-структурами, відмітила про дотичність її структури до проведення опитування випускників і роботодавців, передаючи дані до відділу забезпечення якості освіти. Вона підкреслила про долучення до дослідження галузевого ринку праці під час проведення громадського обговорення ОП. Наголошено про сформованість професійної спільноти, яка є дієва як окрема екосистема. Проведено кілька проєктів з фешн-кластером спільно з кафедрою маркетингу, наявність партнерських програм з бізнесом. Під час цієї фокус-групи також повідомлено про наявність більше як 40 випускників у контактах, функціонує інститут менторства. Згідно побажань здобувачів ВО задля підтримки при працевлаштуванні та професійної орієнтації кафедра проводить зустрічі з випускниками на яких відбувається спілкування зі здобувачам молодших курсів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. На кафедрі проводяться регулярні зустрічі з випускниками, під час яких акумулюється інформація щодо кар'єрного зростання, особливостей професійної кар'єри маркетолога, останніх тенденцій на ринку праці (<https://dom.hneu.edu.ua/vypusknyky/>). Під час

зустрічі 5 повідомлено, що випускники ОП Маркетинг залучені до роботи за фахом у таких компаніях як: ПП «СПС», ТОВ «ВЕБПРОМО», ПП «Автовін», Компанія «Promodo», Компанія MWDN Ltd та ін. Рекомендуємо з урахуванням великої кількості випускників, що знаходяться за межами Харкова та України в умовах воєнного стану, приділяти підвищену увагу їх працевлаштуванню та формуванню кар'єри маркетолога в нових географічних локаціях, у т.ч. їх адаптація до онлайн-праці.

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

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, результати моніторингу якості освітньої діяльності суб'єктів освітнього процесу на різних рівнях управління (університету, факультетів, кафедр, викладача) визначають відхилення фактичних значень від планових, що є підставою для здійснення самооцінки та прийняття відповідних управлінських рішень щодо забезпечення якості освітньої діяльності. В Університеті регулярно організовуються опитування здобувачів ВО, викладачів, випускників, роботодавців щодо задоволеності освітнім середовищем ЗВО, якістю викладання, кар'єрною траєкторією випускників. Здобувачі ВО під час зустрічі повідомили ЕГ, що результати їх опитування враховуються. Є «добра» практика функціонування платформи персональних навчальних систем (ПНС): <https://pns.hneu.edu.ua/>, відчутні переваги якої було продемонстровано під час зустрічей з академічним персоналом та здобувачами. Основні результати освітньої діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця, особливості заходів, що застосовуються задля удосконалення системи забезпечення якості наводяться у звітах ректора, презентаціях до них та оприлюднюються на сайті університету (<https://www.hneu.edu.ua/zvity-rektora/>). Щорічно проводиться опитування здобувачів щодо задоволеності якістю освітньої програми. За результатами опитування рівень задоволеності якістю ОП «Маркетинг» складає 74,4%. Процедури внутрішнього забезпечення якості спрямовані на виявлення незадоволеності у здобувачів. Так, завдяки опитуванню виявлено суперечливу ситуацію щодо оцінювання завдань протягом семестру, задоволеність складала 57,1%. У ВСО зазначено про організацію роз'яснювально-інформаційної роботи, зустрічі викладачами ОП «Маркетинг» щодо висвітлення нормативних засад з Положень університету та пояснення прав здобувачів, зокрема щодо організації оцінювання. Відповідно пропозицій здобувачів ухвалено рішення про перегляд методів оцінювання і викладання і внесення відповідних змін до РПНД та робочих планів за ОК 2023-2024 н.р. Опитування надало інформацію про низький відсоток доступу серед здобувачів до інформації та можливість взяти участь у вивченні навчальних дисциплін на платформах Coursera, Cisco тощо. Позитивним моментом для підвищення якості навчання для здобувачів є їх ознайомлення з можливостями неформальної освіти в межах дисциплін ОПП.

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

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти акредитується вперше за новою процедурою проходження акредитації.

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

Адміністрація Університету сприяє розвитку ОПП. Усі учасники освітнього процесу, з якими спілкувалася ЕГ, підкреслювали наявність внутрішньокорпоративних цінностей ХНЕУ ім. Семена Кузнеця, вони є повноцінними партнерами освітнього процесу. Ректор Пономаренко В.С. на фінальній зустрічі слушно наголосив на піклування про культуру, світогляд, цінності здобувачів та викладачів. Підкреслено належне оздоблення приміщень, де розміщені картини, про звучання класичної музики в стінах Університету, що формує його як осередок культури, освіти та науки. Учасники академічної спільноти університету залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості через участь у розробленні, реалізації ОП, участь у процедурах моніторингу та самооцінки результатів навчання здобувачів та проведення заходів щодо їх покращення. Розгляд та прийняття пропозицій/рішень/заходів з питань щодо забезпечення якості ОП регулярно здійснюється на засіданнях кафедри маркетингу, вчених радах факультетів, вченій раді університету. Залученість академічної спільноти до процедур забезпечення якості освіти здійснюється шляхом проведення опитувань за допомогою Google анкет, Громадського обговорення освітніх програм (<http://surl.li/aetab>). Участь НПП в опитуванні щодо задоволеності забезпечення якості освіти надає можливість надати зворотний зв'язок та пропозиції щодо покращення системи внутрішнього забезпечення якості на інституційному рівні. Опитування викладачів 2022-2023 н.р. (<http://surl.li/jzjfs>) показало, що середня задоволеність складає 88,9%. Високими показниками є: «інформаційно-технічне забезпечення (89,9%), академічна доброчесність в університеті (96,3); порівняно найменшими - умови для професійного і педагогічного розвитку викладачів (89%). Найбільша кількість відгуків стосувалося питань технічного вдосконалення роботи сайту персональних навчальних систем, покращення системи документообігу в університеті, розширення можливостей академічної мобільності, що стало предметом подальшої роботи. Саме тому, на думку ЕГ, слід прискорювати запровадження повної цифровізації освітніх процесів із застосуванням концепції віртуального робочого місця викладача, удосконалення цифрової стратегії та інструментів управління ЗВО.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

До сильних сторін ОПП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти 2023 року ХНЕУ імені С. Кузнеця слід віднести системну й ґрунтовну організацію опитувань різних цільових аудиторій: здобувачів, викладачів, роботодавців та випускників, що сприяє правильному встановленню мотивів, тенденцій, переваг і недоліків у наданні освітніх послуг. Позитивною практикою є можливість залучення здобувачів до технічних процесів організації й обробки результатів опитувань в Університеті, які навіть оформлюються на частину ставки за сумісництвом. Позитивною стороною є ефективне функціонування платформи персональних навчальних систем (ПНС): <https://pns.hneu.edu.ua/>, відчутні переваги якої було продемонстровано під час зустрічей з академічним персоналом та здобувачами. ЕГ відмічає належне комунікаційне забезпечення опитувань. Загальні результати опитувань передаються усім зацікавленим учасникам освітнього процесу, оприлюднюються на сайті університету. Є позитивні практики залучення здобувачів до технічних процесів організації й обробки результатів опитувань, які навіть оформлюються на частину ставки за сумісництвом. На кафедрі маркетингу є наявна планомірна постійна робота з питань працевлаштування випускників та створення умов для вступу випускників в магістратуру, а згодом магістрів й до аспірантури. Сформовано професійну спільноту, яка є дієва як окрема екосистема. Проведено кілька проєктів з фешн-кластером спільно з кафедрою маркетингу, наявність партнерських програм з бізнесом, більше як 40 випускників у контактах, функціонує інститут менторства. Є «добра» практика функціонування платформи персональних навчальних систем (ПНС): <https://pns.hneu.edu.ua/>, відчутні переваги якої було продемонстровано під час зустрічей з академічним персоналом та здобувачами. Адміністрація Університету активно сприяє розвитку ОПП. Усі учасники освітнього процесу, з якими спілкувалася ЕГ, підкреслювали наявність внутрішньокорпоративних цінностей ХНЕУ ім. Семена Кузнеця. Всі учасники освітнього процесу наголошували про наявну культуру, світогляд, цінності здобувачів та викладачів. Підкреслено належне оздоблення приміщень, де розміщені картини, лунає класична музика замість традиційних дзвінків в стінах Університету, що формує його як осередок культури, освіти та науки.

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

Територіальна розпорошеність випускників через військову агресію росії в Україні, дещо послаблює зв'язок здобувачів з кафедрою. Результати щорічного опитування здобувачів щодо задоволеності якістю освітньої програми демонструють рівень задоволеності якістю ОП «Маркетинг» у 74,4%. При цьому, процедури внутрішнього забезпечення якості спрямовані на виявлення незадоволеності у здобувачів. ЕГ виявлена суперечлива ситуація щодо оцінювання завдань протягом семестру, задоволеність здобувачів склала 57,1%. За кожною ОК на сайті ПНС щосеместрово проводиться опитування з якості навчальних дисциплін. Інші опитування проводяться завдяки Google Forms. Під час зустрічей зазначено про формування вибіркової сукупності, коли відповіді надаються тільки анонімно. Також ЕГ під час зустрічей із здобувачами встановила, що здобувачі долучені до обговорення змісту і структури, а також перегляду освітньої програми та її компонент, використовують Google-форму саме тільки анонімно опитування, що ускладнює процес зворотного зв'язку і процедуру обговорення з усіма стейкхолдерами змін до ОПП «Маркетинг». Рекомендації: на думку ЕГ, задля більшого ступеня залученості здобувачів та їх впливу на зміст і структуру перегляду освітньої програми та її компонент, доцільно розширити можливості здобувачів відповідати на питання, ідентифікуючи себе, тобто застосовуючи не тільки анонімні опитування (протягом навчального року). З урахуванням великої кількості випускників, що перебувають за межами Харкова та України в умовах воєнного стану, приділяти підвищену увагу їх працевлаштуванню та формуванню успішної кар'єри маркетолога в нових географічних локаціях, у т.ч. їх адаптація до онлайн-праці. Слід прискорювати запровадження повної цифровізації освітніх процесів із застосуванням концепції віртуального робочого місця викладача, удосконалення цифрової стратегії та інструментів управління ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

За підсумками експертної оцінки визначено, що ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти ХНЕУ ім. Семена Кузнеця має достатній рівень відповідності та узгодженості за якісними характеристиками за Критерієм 8 (включаючи підкритерії 8.1-8.5, 8.7). Внутрішня система забезпечення якості Університету є ефективною; всі учасники освітнього процесу є повноцінними партнерами освітнього процесу. Випускники ОПП «Маркетинг» мають гарні компетентності, знання, професійні скіли та працюють у відомих компаніях, креативних агенціях Харкова та інших регіонів України, за кордоном. В ХНЕУ імені С. Кузнеця застосовується системна й ґрунтовна організація опитувань різних цільових аудиторій: здобувачів, викладачів, роботодавців та випускників,

що сприяє правильному встановленню мотивів, тенденцій, переваг і недоліків у наданні освітніх послуг. Ефективно функціонує цифрова платформа персональних навчальних систем, відчутні переваги якої було продемонстровано під час зустрічей з академічним персоналом та здобувачами.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

На сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця у розділі «Документи університету» у вільному доступі розміщені нормативні документи, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, що відбувається в Університеті (Університет → Доступ до публічної інформації → Документи університету, <http://surl.li/ufqf>). Зокрема, структура цього розділу передбачає доступ до установчих документів Університету, звітів ректора та документів, що регулюють організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти (Положення про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Положення про переведення, відрахування, поновлення та переривання у навчанні здобувачів вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Положення про розклад навчальних занять у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Порядок формування та реалізації вибіркової складової освітніх програм ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Методичні рекомендації щодо розробки, структури та змісту навчального плану підготовки здобувачів вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Порядок оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за накопичувальною бально-рейтинговою системою в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Положення про проведення письмових екзаменів (іспитів) у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену (іспиту), Положення про Персональні навчальні системи тощо). На сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця у розділі «Нормативне забезпечення» у вільному доступі розміщені Стратегія розвитку ХНЕУ ім. С. Кузнеця на 2020-2027 н. р., Кодекс професійної етики та організаційної культури працівників і студентів ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Кодекс академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/lzlsso>). Інтерв'ювання зі здобувачами вищої освіти підтвердило їхню обізнаність щодо того, де шукати необхідну інформацію, пов'язану з нормативним регулюванням освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дистанційний формат навчання зумовив розвиток віртуального освітнього середовища та сприяв формуванню різноформатної комунікаційної системи через розширення способів комунікацій у цифровому просторі, що також призвело до можливостей віддаленого доступу до нормативних документів ХНЕУ ім. С. Кузнеця. ЕГ робить висновок, що необхідні нормативні документи, що регулюють освітній процес у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, та, в яких прописані права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, є у вільному доступі через відповідні вебресурси, а рівень поінформованості учасників освітнього процесу підтверджує їхню обізнаність щодо розміщення цих нормативних документів та не викликає труднощів розуміння.

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

Процедура розроблення, затвердження, моніторингу, періодичного перегляду та оновлення освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця регламентується відповідним Положенням (<http://surl.li/febpbp>). За словами керівника відділу забезпечення якості освіти, проекти ОП оприлюднюються у жовтні і є відкритими для пропозицій по січень у межах одного навчального року. Інтерв'ювання зі здобувачами вищої освіти підтвердило їхню обізнаність щодо того, що вони можуть вносити пропозиції / зауваження до ОК, які їм викладають через опитування «Дисципліна очима студентів». А про участь у громадському обговоренні Проекту майбутньої ОПП здобувачі не були поінформовані, хоча один із здобувачів зазначив, що долучався до Засідання кафедри маркетингу, де пропонувала покращити дисципліну «Менеджмент якості», що підтверджено документами додаткового запиту (Витяг з протоколу № 8 засідання кафедри маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця від 09.02.2023 р.). Зокрема за словами заступника голови Молодіжної організації університету, здобувачі можуть анонімно долучитися до пропозицій покращення ОПП «Маркетинг». ЕГ підтверджує вільний доступ до Проекту ОПП «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти (<http://surl.li/lzpeb>) та можливість вносити пропозиції через Google форму (<http://surl.li/lzpei>). Гугл форма містить питання ШБ (за бажанням), тобто є можливість залишитися анонімним надавачем пропозицій. ЕГ рекомендує підтримувати зворотний зв'язок з усіма, хто пропонує покращити ОПП, а задля цього необхідно знати хто надає пропозиції, щоб був адресний привід для дискусій, аргументацій та громадського обговорення. За результатами складається Таблиця результатів громадських обговорень (<http://surl.li/lzpgg>), яка на поточний навчальний 2023-2024 н. р. є ще не заповненою. Доступ до Громадського обговорення Проекту ОПП продубльований і на сайті кафедри маркетингу («Навчально-методична робота» → «Громад. Обговорення», <https://dom.hneu.edu.ua/>). ЕГ підсумовує, що ХНЕУ ім. С. Кузнеця оприлюднює у жовтні навчального року Проект ОПП «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти для збору пропозицій/зауважень для громадського обговорення, збираючи анонімні і підписані іменем пропозиції, рекомендації та побажання, на основі чого складається відповідна Таблиця.

3. Заклад вищої освіти своєчасно оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті точну та достовірну інформацію про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та

компоненти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

ЕГ підтверджує, що на офіційному сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця у розділі «Освіта» → «Освітні програми» (<http://surl.li/egcap>) передбачений доступ до ОПП «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти (<http://surl.li/leyqc>). Також з ОПП «Маркетинг» (за 2022-2023 н. р., 2023-2024 н. р.) можна ознайомитися на самому сайті кафедри маркетингу у розділі «Навчально-методична робота» → «Освітні програми» → «Маркетинг (магістр)» (<https://dom.hneu.edu.ua/>). Доступ до РП передбачений у теках ОК, на які здобувачі підписуються в межах роботи ПНС, що було продемонстровано під час зустрічей з фокус-групами НПП, здобувачів та огляді МТБ. Також РП є у вільному доступі через репозиторій ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/lxofl>), де розподіл методичних матеріалів реалізований за різними факультетами та кафедрами, та через сайт кафедри маркетингу (<http://surl.li/lfeho>). Оприлюднені РП є затвердженими на 2023-2024 н. р. (засідання кафедри маркетингу Протоколом № 1 від 30.08.2023 р.). Доступ до Інформаційного пакету (силабусів і ОК) передбачений через сайт кафедри маркетингу (<http://surl.li/leyua>, <http://surl.li/lfeho>). ЕГ робить висновок, що відвідувачі сайту ХНЕУ ім. С. Кузнеця та сайту кафедри маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця можуть у вільному доступі отримати вичерпну інформацію про ОПП «Маркетинг» другого рівня вищої освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Уся необхідна інформація є публічною та прозорою і розміщена на офіційному сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця та на сайті кафедри маркетингу. У відкритому доступі наявною є повна, точна і достовірна інформація про ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти. Для більш дієвої та швидкої комунікації із усіма зацікавленими стейкхолдерами, окрім офіційних ресурсів, використовуються можливості застосунків, телеграм-каналів і сторінок соціальних мереж.

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

ЕГ зазначає, що інтерв'ювання здобувачів вищої освіти продемонструвало недостатній рівень поінформованості про їхню можливу участь у громадському обговоренні Проекту ОПП «Маркетинг». ЕГ рекомендує упродовж поточного навчального року впровадити практику інформувань (наприклад, серія вебінарів) щодо можливостей здобувачів брати участь у процесах покращення ОПП (в т. ч. і через рубрику «Громадське обговорення ОПП» на сайті Університету). Після оприлюднення Проекту ОПП «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти на сайті Університету збираються анонімні і підписані іменем пропозиції, рекомендації та побажання, на основі чого складається відповідна Таблиця. ЕГ рекомендує підтримувати зворотний зв'язок з усіма, хто пропонує покращити ОПП, через відповідний функціонал. Тобто, ЕГ рекомендує, починаючи період збору інформації (грудень 2023 – січень 2024), виключити можливість анонімних рекомендацій задля уможливлення адресного приводу для дискусій, посилення позицій через додаткові аргументи та громадського обговорення загалом.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Усі необхідні нормативні документи, що регулюють освітній процес у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, та, в яких прописані права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, є у вільному доступі через відповідні вебресурси, а рівень поінформованості учасників освітнього процесу підтверджує їхню обізнаність щодо розміщення цих нормативних документів та не викликає труднощів розуміння. На сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця у жовтні поточного навчального року оприлюднюють Проект ОПП «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти для збору пропозицій/зауважень для громадського обговорення, збираючи анонімні і підписані іменем пропозиції, рекомендації та побажання, на основі чого складається відповідна Таблиця. Відвідувачі сайту ХНЕУ ім. С. Кузнеця та сайту кафедри маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця можуть у вільному доступі отримати вичерпну інформацію про ОПП «Маркетинг» другого рівня вищої освіти (саму ОПП, РП, силабуси тощо). Зважаючи на повну відповідність п. 9.1, 9.3 та часткову відповідність п. 9.2, ЕГ прийшла до висновку про відповідність ОП за цим критерієм рівню «В», попри незначні недоліки, які можна виправити/доопрацювати впродовж поточного навчального року

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

Під час роботи ЕГ з документами та інформацією, розміщеною на офіційному сайті ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця, а також при проведенні фокус-груп зі здобувачами вищої освіти, представниками студентського самоврядування, гарантом ОПП, науково-педагогічним та адміністративним персоналом, персоналом допоміжних (сервісних) структурних підрозділів, представниками роботодавців, керівним менеджментом ЗВО, а також наданою гарантом ОПП на запити, одним із важливих пріоритетів було визначено перспективи розвитку ОПП «Маркетинг». В цілому, організаційна, матеріально-технічна, навчально-методична та соціальна інфраструктура відповідають вимогам забезпечення якості вищої освіти для реалізації та розвитку ОПП «Маркетинг». Керівний менеджмент ЗВО, гарант ОПП, НПП та 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. Задекларована Програма роботи експертної групи виконана без перешкод та у повному обсязі.

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	B
Критерій 10. Навчання через дослідження	<i>не застосовується</i>

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

Додатки до звіту:

Відсутні

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Сагайдак Михайло Петрович

Члени експертної групи

Касян Сергій Якович

Завалій Тетяна Олександрівна