

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Вінницький національний аграрний університет
Освітня програма	34708 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Вінницький національний аграрний університет
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	34708
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Кушнір Тарас Михайлович, Ус Яна Олександрівна, Легеза Дарья Георгіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	30.03.2023 р. – 01.04.2023 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://vsau.org/assets/images/content/dokPDF/kaf-marketing/Zvit_Marketing.pdf
Програма візиту експертної групи	https://vsau.org/assets/images/content/dokPDF/kaf-marketing/programa_vizitu_Marketing.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у Вінницькому національному аграрному університеті (надалі ВНАУ) є актуальною та відповідає попиту на регіональному ринку праці щодо підготовки фахівців з маркетингу. При розробці та реалізації ОП враховано особливості розвитку Вінниччини, зокрема підготовка маркетологів, які здатні працювати в сільськогосподарських та харчових підприємствах, що створює унікальність ОП та підготовку здобувачів у ЗВО. Зміст ОП передбачає здобуття наукових навиків на основі використання викладачами сучасних методів навчання (виконання індивідуальних проектів на прикладі реальних кейсів та роботи студентського наукового гуртка «Маркетолог»). При реалізації ОП сформоване середовище, що забезпечує системну та стійку співпрацю між роботодавцями, академічною спільнотою, та здобувачами, що забезпечує процес обговорення та удосконалення ОП та її складових на постійній основі. Під час військових дій у ЗВО склалася політика підтримки освітянської спільноти України через організацію волонтерського руху та представлення власної матеріально-технічної бази Харківському національному університету внутрішніх справ для здійснення навчального процесу. Вибір форм і методів навчання, використання активних та інтерактивних методів сприяють досягненню ПРН, відповідають цілям ОП, принципам академічної свободи та студентоцентрованого підходу. НПП активно залучені до процесів інтернаціоналізації (шляхом участі у міжнародних стажуваннях та публікаційні активності у міжнародних виданнях) та підвищення кваліфікації, чому сприяє запроваджена у ВНАУ система стимулювання працівників. Вся необхідна інформація щодо організації освітнього процесу та реалізації ОП «Маркетинг» знаходиться у публічному доступі на сайті кафедри <https://cutt.ly/z7aRwyt> та на сайті університету <https://vsau.org/>, і є спрямованою на пошук напрямків удосконалення з урахуванням потреб ринку та вимог різних груп стейкхолдерів. Освітній процес за ОП «Маркетинг» першого рівня вищої освіти у ВНАУ здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту», та чинних Положень ЗВО. Таким чином, ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають усім критеріям Додатку до Положення про акредитацію освітніх програм, з недовідками, які не є суттєвими.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

1. ОП має галузеві цілі підготовки фахівців з маркетингу, які базуються на знаннях та фахових навичках з управління маркетинговою діяльністю суб'єктів аграрного ринку. 2. ОП має елементи наукової підготовки здобувачів та передбачає проектування здобувачами індивідуальних проектів на основі реальних кейсів, запропонованих НПП. ОП має перелік РН щодо розвитку м'яких та практичних навиків, що затребувані на ринку праці в регіоні. 3. У ВНАУ наявні чіткі, зрозумілі та недискримінаційні положення у правилах прийому на навчання за ОП, які враховують особливості ОП. Здобувачі мають вільний доступ через вебсайт ВНАУ до усіх положень, які регламентують чіткий механізм визнання РН, отриманих в інших ЗВО, зокрема у неформальній освіті. 4. У ВНАУ створено умови та реалізуються принципи академічної свободи та студентоцентризму шляхом впливу НПП та здобувачів вищої освіти на вибір форм і методів навчання. Здійснюється стимулювання наукової, інноваційної та інших видів студентської активності, в т.ч. завдяки участі здобувачів у роботі студентського наукового гуртка «Маркетолог». 5. У ВНАУ налагоджена система інформування про систему та критерії оцінювання із розміщенням необхідної інформації в АЕСУ «Сократ». Використання системи електронного навчання Moodle для проведення контрольних заходів. 6. У ВНАУ функціонує система матеріального стимулювання з чітко визначеними механізмами та практикою реалізації, яка передбачає широкий спектр підстав для преміювання та доплат науково-педагогічним працівникам. Налагоджена співпраця ЗВО із зарубіжними університетами в межах якої активно реалізується практика участі НПП у міжнародних стажуваннях. 7. Забезпечення усіх учасників ОП безоплатним доступом до інфраструктури та інформаційних ресурсів ВНАУ. Належне забезпечення здобувачів ВО освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримками. Забезпечення безпечних умов освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів ВО та належних умов для реалізації права на освіту здобувачами з особливими освітніми потребами. Наявність чітких та зрозумілих політики та процедур вирішення конфліктних ситуацій. 8. Здобувачі та роботодавці щорічно беруть участь в процедурах обговорення та моніторингу ОП. Під час реалізації ОП існує практика партнерських відносин між здобувачами, НПП та роботодавцями. 9. Оприлюднення на вебсайті ВНАУ точної та достовірної інформації про ОП «Маркетинг», а також силбусів навчальних дисциплін. Наявність чітких та зрозумілих правил і процедур, що регулюють права та обов'язки здобувачів ВО.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

1. Представлені РН та ФК в ОП обмежені переліком, що запропонований стандартом ВО. Відповідно до внутрішніх положень ВНАУ передбачено, що ОП повинна мати не менше п'яти РН, запропонованих університетом. Рекомендовано врахувати галузевий напрямок реалізації ОП та передбачити додаткові РН та ФК, що розкривають особливості ОП у ВНАУ. 2. ОП містить обов'язкові компоненти інших спеціальностей: Економіка, Агронімія, Технологія переробки продукції тваринництва, Харчові технології, які не надають можливість у повній мірі досягти результатів навчання маркетингового спрямування передбачених стандартом. Доцільно посилити ОП і включити ОК, що передбачають здобуття РН з маркетингу, які представлені у списку ВК, а компоненти інших спеціальностей запропонувати як вибіркові. 3. Структурно-логічна схема не відображає взаємозв'язок між ОК. При оновленні ОП рекомендовано додати назви ОК та взаємозв'язки між ними. 4. В НП семестри мають понад 30 кредитів ЄКТС, що перевантажує студентів під час виконання самостійної роботи. При наступному оновленні ОП рекомендовано

передбачити 30 кредитів ЄКТС в семестр. 5. НПП варто залучати здобувачів, в рамках навчальних дисциплін, до прослуховування додаткових лекцій чи проходження курсів на освітніх онлайн-платформах, зокрема, Coursera, Udeemy, Ukraine Global Faculty тощо, а також, щомісячно оновлювати інформацію щодо актуальних програм академічної мобільності. 6. Недостатнє використання лабораторного навчання при викладанні ОК Маркетингові дослідження, Логістика, Дослідження ринків та недостатня ретельність експертизи змісту і рівня оновлення РП і силабусів, через що виявлені джерела російського походження в списках джерел та дублювання змісту вибіркового компонент. Рекомендовано врегулювати процедуру проведення експертизи навчальної документації з визначеними механізмами відповідальності. 7. Неврегульованість процедури повторного проходження навчальних дисциплін, передбаченого прийнятою у ВНАУ шкалою оцінювання при отриманні оцінки F. Рекомендовано врегулювати процедуру повторного вивчення навчальних дисциплін здобувачами ВО. 8. Незначна активність залучення практиків та стейкхолдерів до участі в проведенні аудиторних занять за ОП «Маркетинг». Рекомендовано активізувати практики залучення професіоналів-маркетологів до аудиторної роботи зі здобувачами. 9. Процес узагальнення та оприлюднення пропозицій і зауважень до ОП за результатами громадського обговорення є невідпрацьованим. Варто узагальнювати та оприлюднювати у вільному доступі пропозиції до ОП на вебсторінці кафедри після закінчення громадського обговорення. В силабусах ОК Маркетинговий менеджмент, Маркетингове планування та Основи права, наявні посилання на ненадійні джерела інформації (KonspEct.com, ukrreferat.com), в силабусі ОК Основи маркетингу – застаріла рекомендована література (2001-2007). Необхідно знайти альтернативу ненадійним джерелам інформації та оновити список рекомендованої літератури посиланнями на сучасні джерела інформації до початку 2023-2024 н.р.

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.

ОП розроблена відповідно до Положення «Про формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ВНАУ» (2019 р., <https://cutt.ly/S7heoRV>). Метою ОП є підготовка висококваліфікованих фахівців з організації та управління маркетинговою діяльністю з можливістю працевлаштування в організаціях та установах, зокрема, й аграрної сфери, для забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку в сучасних умовах функціонування в ринковому середовищі. Унікальністю реалізації ОП є підготовка фахівців з маркетингу, яка формує фундаментальні знання та фахові навички з управління маркетинговою діяльністю в т.ч. суб'єктів аграрного ринку. Відповідно до Стратегії розвитку ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/N7heaaJ>) місією університету є «формування сучасної ефективної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців з вищою освітою для аграрної галузі». На зустрічі із викладачами було зазначено що цілі ОП відповідають Стратегії розвитку ВНАУ до 2025 р.; Стратегії інтернаціоналізації ВНАУ до 2025 року (<https://cutt.ly/l7hedja>); Стратегії розвитку Вінницької міської територіальної громади до 2030 року. На зустрічі із гарантом було зазначено, що унікальністю підготовки фахівців з маркетингу в регіоні є фокус на підготовці фахівців в аграрній галузі, які мають здібності та компетенції роботи в інших профілях. На зустрічі із викладачами та здобувачами, було наголошено, що ЗВО знаходиться в аграрному регіоні, а в умовах війни розвиток агропромислового комплексу та підготовка фахівців з маркетингу є одним із ключових завдань забезпечення продовольчої безпеки держави. За результатами проведеного аналізу місії та основних стратегічних цілей зазначених у Стратегії розвитку, встановлено що цілі, результати навчання (надалі РН) та орієнтація ОП «Маркетинг» відповідають основним положенням та декларують суспільну ідею щодо підготовки на міжнародному рівні, активізації інновацій та вирішення науково-дослідних завдань, що підтверджено документально та на зустрічі з керівництвом.

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

Цілі ОП та представлені ПРН визначаються з урахуванням пропозицій та потреб зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. Під час проведення відкритої зустрічі учасниками було зазначено актуальність ОП та її значення у підготовці фахівців з маркетингу в аграрній сфері регіону. Зовнішні стейкхолдери періодично надають пропозиції під час реалізації ОП: Вешелені О.М. (директор департаменту маркетингу місту та туризму Вінницької міської ради); Семененко В.М. (ПСП «Поділля-Агро»); Васильєв О.В. (комерційний директор ТОВ «Органік-Д»); Гладких О. (директор ТОВ «Франц-Агро»); Луцяк В (завідувач кафедри менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності НУБіП). ЕГ зазначає, що всі зазначені рецензії позитивні та додаються до ОП. ЕГ зауважує, що рецензії (2022 р.) не

містять пропозицій щодо змін та не датовані, що ускладнює розуміння про час її надання. Відповідно до пропозицій студентського самоврядування і здобувачів збільшено кредити за дисциплінами «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Маркетингова політика розподілу», «Логістика», «Соціологія» (2020 р.); до переліку компонент внесена ОК Етика бізнесу та управління (2021 р.); включено ОК Основи права та видалено ОК Історія економіки та економічної думки (2022 р.). На зустрічі 4 здобувачі відповіли, що вони запропонували передбачити в цілях ОП необхідність вивчення іноземної мови як основної компетентності фахівця з маркетингу. На основі пропозицій роботодавців було збільшено кількість кредитів на виробничу практику, змінена форма проведення державної атестації як кваліфікаційної роботи (2020 р.); включено ОК Маркетинг послуг та ОК Дослідження ринків (у т.ч. інфраструктура ринку) (2021 р.). На зустрічі з НПП зазначено, що викладачами були внесені наступні пропозиції щодо збільшення компонент з економічної теорії, розмежуванню ОК Економіка та фінанси на ОК Економіка підприємства та ОК Фінанси підприємств». Була внесена пропозиція Гарбар Ж. В. щодо включення ОК Фінансова грамотність. На зустрічах зі стейкхолдерами розкрито механізм внесення змін до ОП: поширення інформації серед всіх стейкхолдерів; проведення етапу обговорення через анкетування та роботу фокус-груп; обговорення на розширеному засіданні кафедри із запрошенням НПП з філософії, економіки, фінансів, іноземних мов, права. ЕГ зазначає, що більшість пропозицій стейкхолдерів відносились до змін переліку ОК, які не входять в цикл професійних (фахових) дисциплін ОП (Економічна теорія, Фінанси, Основи права). На зустрічі із роботодавцями були присутні фахівці, які були залучені в різних формах реалізації ОП (удосконалення ОП, читання лекцій та практичних занять, керівництво практикою здобувачів). Пропозиції стейкхолдерів щодо економічного та фінансового напрямку були розглянуті та запроваджені при удосконаленні ОП наступного року. Цілі ОП визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін, що підтверджено онлайн зустрічами з 3, 4, 5, відкритою зустріччю, документально (протоколи).

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

Цілі ОП та ПР визначаються з урахуванням тенденцій розвитку ринку та спеціальності щодо компетенцій здобувачів працювати у сфері аграрного маркетингу. Під час зустрічі із гарантом було зазначено, що ОП переглядалась щорічно та зміни вносились на щорічних розширених засіданнях кафедри аграрного менеджменту та маркетингу. За результатами зустрічі із гарантом зазначено, що ОП розроблена на підставі сучасних тенденцій українського аграрного ринку, однак повний комплекс ПРН в ОП дозволяє підготувати фахівців з маркетингу для роботи в будь-яких економічних галузях. При розробці ОП було взято досвід підготовки фахівців з маркетингу НУБіП, що було зазначено на резервній зустрічі із гарантом та під час відкритої зустрічі. При реалізації ОП та опанування ПРН учасники відкритої зустрічі зазначили, що було враховано особливості ведення аграрного бізнесу та необхідність проведення сумісних дорадчих послуг із залученням здобувачів. Як зазначив ректор ЗВО, ПРН в ОП були сформовані базуючись на передових новаціях аграрного сектору та комбінації практики та теорії маркетингового менеджменту, що відповідає СК 13 Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. За думкою викладачів, в сучасних умовах вкрай актуальними є РН, що передбачають розв'язання фундаментальних задач галузевого аграрного ринку та переорієнтація на європейські ринки, що відповідає ЗК13 Здатність працювати в міжнародному контексті. ОП має галузевий контекст через врахування особливостей ринку розвитку аграрної галузі центральних регіонів України. На зустрічах із викладачами та роботодавцями, було наголошено про попит на фахівців в аграрній сфері, здатних проводити дослідження ринку, вивчати потенційно маржинальні продукти та пропонувати інноваційний товар, що досягається через опанування РН8 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Зустріч із роботодавцями показала, що майбутні випускники з маркетингу також потрібні в підрозділах установ місцевого самоврядування в напрямі активізації в регіоні крафтового харчового бізнесу, аграрного туризму та ринку відсортованого сміття. Під час зустрічі зі здобувачами було визначено, що сучасний фахівець з маркетингу повинен вільно володіти іноземними мовами та визначати основні тенденції ринку, що відповідають РН17 Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології та РН5 Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Врахування тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, досвіду вітчизняних програм підтверджено онлайн зустрічами 1, 2, 3, 4, документально.

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.

ОП «Маркетинг» передбачає досягнення всіх 18 РН, визначених у стандарті 075 «Маркетинг», ОР «Бакалавр». Опанування кожного РН забезпечуються при вивченні як мінімум двох освітніх компонент. Відповідно до положення «Про формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ВНАУ», стор. 20 (2019 р., <https://cutt.ly/n7heg3e>), передбачено включення не більше п'яти РН, що визначені навчальним закладом. ОП «Маркетинг» не передбачає опанування додатковими РН. На зустрічі із роботодавцями було зазначено актуальність отримання таких РН: вміти досліджувати ринки за встановленими в організації критеріям збуту продукції; оцінювати найбільш потенційні маржинальні товари; демонструвати вміння розробки бізнесу плану на

основі сегментації ринку, продуктової політики, інновацій та ціноутворення з метою формування конкурентної позиції компанії; використовувати сучасні цифрові технології та ресурси з метою прогнозування тенденцій ринку; вміти формувати та обґрунтувати портрет споживача на основі реальних кейсів; вміти спілкуватися з клієнтом на професійному рівні та просувати товари в різних моделях бізнесу. За результатами зустрічі із викладачами, ключовими результатами навчання, які досягаються через вивчення ОП є здатність проводити маркетингові дослідження у сфері сільського господарства; вміти проводити оцінку та аналіз ринку за допомогою сучасних методів (відповідає РН2 Аналізувати та прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності); застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у т.ч. аграрного маркетингу, використовувати набуті практичні знання та навички з сучасного виробництва (відповідає РН3 Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу); виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи (відповідає РН13 Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи). За результатами зустрічі зі здобувачами, основні РН, на які є попит на ринку праці були досягнуті під час вивчення таких компонентів як ОК3 «Іноземна мова» та ОК37 «Навчальна практика з поглибленого вивчення розмовної іноземної мови», що відповідає РН17 Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ОП «Маркетинг» передбачає досягнення всіх результатів навчання, визначених стандартом 075 «Маркетинг» за освітнім рівнем «Бакалавр», що підтверджено документами, зустрічами 3, 4, 5.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

1. ОП має галузеві цілі підготовки фахівців з маркетингу, які базуються на знаннях та фахових навичках з управління маркетинговою діяльністю суб'єктів аграрного ринку. 2. Стейкхолдери періодично вносять пропозиції щодо удосконалення програмних результатів з метою покращення практичної підготовки здобувачів та відповідності цілям ОП.

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

До слабких сторін відносяться: 1. Удосконалення ОП відбувається в напрямку змін ОК загальних компетенцій, а саме “Економічна теорія”, “Іноземна мова”, “Економіка”, “Фінанси”, “Фінансова грамотність”, при цьому не приділяється належної уваги вмісту ОК та РН сучасного маркетингового фокусу та ОК, що розкривають унікальність ОП. 2. Представлені РН та ФК в ОП обмежені переліком, що запропонований стандартом ВО. Відповідно до внутрішніх положень ВНАУ передбачено, що ОП повинна мати не менше п'яти РН, запропонованих університетом. Рекомендації: 1. При наступному обговоренні ОП 2023 приділити увагу осучасненню переліку ОК, які розкривають фокус та цілі програми, а саме напрям аграрного маркетингу. 2. В ОП 2023 врахувати вимоги внутрішніх положень ВНАУ та розширити перелік ФК та РН, які розкривають фокус програми, а саме підготовку фахівців в галузі аграрного маркетингу.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 1, ЕГ вважає, що процедури проектування та цілей освітніх програм мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 1.1-1.2 та достатній рівень узгодженості за якісними характеристиками за підкритерієм 1.3-1.4. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність проектування та цілей ОП вимогам Критерію 1 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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).

Обсяг ОП - 240 кредитів ЄКТС. ОП має частку практичної підготовки: ОК 36 Навчальна практика «Я маркетолог» (2 кредити ЄКТС), ОК 37 Навчальна практика з поглибленого вивчення розмовної іноземної мови (1 кредит ЄКТС) та ОК 38 Виробнича практика (7 кредитів ЄКТС), або 4,2%; частку наукової складової: ОК 14 Основи наукових досліджень (4 кредити ЄКТС) та ОК 39 Кваліфікаційна робота (5 кредитів ЄКТС), або 3,75% ОП. ОП не передбачає виконання курсових робіт. На зустрічі з НПП було наголошено, що навички для написання кваліфікаційної роботи здобуваються під час виконання індивідуальних робіт студентів, наприклад, при вивченні ОК25 Маркетингові дослідження щодо проведення анкетування споживачів. Обов'язкові ОК складають 180 кредитів ЄКТС, або 75%. Обов'язкові компоненти не поділяються на цикли загальної та професійної підготовки, оскільки в ЗВО не використовується практика поділу компонент на цикли. За результатами зустрічі із керівництвом та резервної зустрічі 1, визначено, що в університеті відсутнє Положення, що регламентує розробку навчального та робочого навчального планів, в рамках академічної незалежності ЗВО. Однак це ускладнює аналіз ОК щодо їх відповідності до загальних та фахових компетентностей. Відповідно до робочих програм та результатів зустрічей із викладачами, до циклу загальної підготовки можна віднести ОК1-ОК19, 82 кредити ЄКТС, або 34,2%; до циклу професійної підготовки – ОК 20-ОК 35, 83 кредити 34,6%. Обов'язкова складова ОП реалізується через наступні ОК: ОК 20. Основи маркетингу; ОК 21 Маркетинг послуг; ОК 22 Дослідження ринків (в т.ч. інфраструктура ринку); ОК 25 Маркетингові дослідження; ОК 26 Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика); ОК 27 Маркетинговий менеджмент; ОК 28 Галузевий маркетинг; ОК 29 Маркетингова комунікаційна політика; ОК 30 Маркетингова цінова політика; ОК 31 Маркетингова політика розподілу; ОК 32 Маркетингове планування; ОК 33 Логістика. На вивчення вибірових компонент передбачено 60 кредитів, або 25%. Здобувач обирає одну із трьох запропонованих дисциплін. Обсяг ОП та ОК відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для ОР «Бакалавр» та стандарт вищої освіти «Маркетинг», що підтверджується зустрічами 1 та 3, ОП, навчальними планами.

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.

Структура ОП «Маркетинг» містить перелік ОК, які викладаються у всіх семестрах. У навчальному плані 2022-2023 н.р. розподіл кредитів ЄКТС за семестрами нерівномірний: 5 семестр – 29 кредитів ЄКТС, 6 семестр – 31 кредит ЄКТС. В семестрах 7 та 8 передбачено відповідно 28 та 32 кредити ЄКТС, при врахуванні факту, що ОК «Аграрна політика та земельні відносини» має однакові години тижневого аудиторного навантаження та години на самостійну роботу понад 50% (передбачено внутрішніми положеннями ЗВО). Розрахунки показують, що перевищення понад 30 кредитів у 6-ому та 8-ому семестрах призводить до перенавантаження здобувачів у самостійній роботі (648 та 691 години, або 7 годин у день). ОК3 Іноземна мова у семестрах 1 та 3 не містить підсумковий контроль. У навчальному плані за ОК3 Іноземна мова, ОК18 Менеджмент і адміністрування, ОК35 Аграрна політика та земельні відносини на відображена інформація скільки конкретно кредитів ЄКТС відводиться у розрізі семестрів. В ОП представлена структурно-логічна схема на 16 сторінці. Схема містить номер ОК без вказання її назви, а також не містить зв'язки, що показують поступове вивчення та взаємозалежність освітніх компонентів. На зустрічі з гарантом було зазначено, що обговорення логічних взаємозв'язків, пререквізитів та постреквізитів проводиться під час загальної зустрічі всіх викладачів, які є дотичними до реалізації ОП. Під час зустрічі з НПП, було встановлено, що це ускладнює роботу НПП при розгляді ОП, аналізі наявних ОК і визначенні що є пост- та пререквізитами. В ОП представлені ЗК, що корелюють з РН. Формування ЗК10 «Здатність спілкуватися іноземною мовою» та опанування РН17 «Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами...» забезпечуються через вивчення комплексу ОК2 Українська мова та етнологія, ОК3 Іноземна мова, ОК37 Навчальна практика з поглибленого вивчення розмовної іноземної мови, ОК10 Економічна теорія (Основи економічної теорії) викладається англійською мовою. Формування ЗК1 «Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, ...» та опанування РН15 «Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо» через проведення позааудиторної роботи зі здобувачами. Під час зустрічей було наголошено, що у березні 2022 р. здобувачі та НПП як волонтери організували поселення та харчування українців, переміщувалися із зони бойових дій (Харківський національний університет внутрішніх справ). Особливу роль для здобуття ФК відіграють ОК25 Маркетингові дослідження, ОК26 Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика), ОК29 Маркетингова комунікаційна політика, ОК31 Маркетингова політика розподілу. Отримання ПРН, передбачених стандартом, досягається через проходження виробничої практики та захисту кваліфікаційної роботи. Зміст ОП має структуру; ОК складають комплексну систему та в сукупності дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання, що підтверджено ОП, робочими програмами, результатами зустрічей 1, 2, 3.

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

ОП не є міждисциплінарною, перелік ОК відповідає предметній області, яка визначена для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». ОК15 Охорона праці та безпека життєдіяльності введено відповідно до наказів МОН «Про затвердження Положення про організацію роботи з охорони праці та безпеки життєдіяльності учасників освітнього процесу в установах і закладах освіти» (№ 1669 від 26.12.2017 р.) та «Положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці в закладах, установах, організаціях, підприємствах, підпорядкованих МОН України» (№ 1514 від 22.11.2017 р.) де зазначено, що навчання з питань охорони праці та безпеки життєдіяльності надається згідно зі стандартами освіти, що визначають вимоги до обов'язкових РН та компетентностей і загальний обсяг навчального навантаження здобувачів освіти. ОП містить ОК

інших галузей знань, однак, на зустрічі із гарантом, керівництвом та під час відкритої зустрічі було наголошено про затребуваність в регіоні фахівців маркетингу з аграрного напрямку, що стало передумовою включення ОК інших спеціальностей. Так, ОК13 Етика бізнесу та управління, ОК17 Основи агробізнесу, ОК18 Менеджмент і адміністрування відповідають спеціальності 073 Менеджмент. ОК10 Економічна теорія (Основи економічної теорії), ОК16 Економічна теорія (Мікроекономіка, Макроекономіка), ОК35 Аграрна політика та земельні відносини відповідають 051 Економіка. ОК11 Технологія виробництва та переробки продукції тваринництва, ОК12 Технологія виробництва та переробки продукції рослинництва відповідають галузі знань 20 Аграрні науки і продовольство. ОК34 Енергоефективність та альтернативні джерела енергії відповідає 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка. Проте, на зустрічах з НПП та роботодавцями, зазначено, що викладання вказаних ОК забезпечує унікальність ОП та посилює підготовку фахівців маркетингу на аграрному ринку. ОК маркетингового спрямування відповідають предметній області спеціальності «Маркетинг», що підтверджено зустрічами із гарантом, керівництвом, НПП та роботодавцями.

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 можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами ОК в обсязі 60 кредитів ЄКТС (25% або 1/4, що відповідає законодавству України). Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії регламентують такі документи: Положення про порядок та умови обрання здобувачами вищої освіти вибіркового навчального плану (2019р., <https://cutt.ly/a46QVZE>); розпорядження про проведення процедури обрання студентами вибіркового навчального плану (2023р. <https://cutt.ly/g46Wa3W>); Положення про порядок формування власної траєкторії навчання здобувачів вищої освіти ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/q46Whg5>); Положення про організацію освітнього процесу у ВНАУ. п.3.5, (2019 р., <https://cutt.ly/a46WlGx>); Положення про неформальну та інформальну освіту у ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/K46Wu7X>); Положення про надання індивідуального графіка відвідування занять студентами ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/b46WBjK>). Варіативна частина представлена вибірконими компонентами ОП, що підтверджено аналізом, зустрічами з гарантом ОП, здобувачами, НПП та адміністративним персоналом. Процедура вільного вибору дисциплін містить етапи: формування переліку вибіркового навчального плану, підготовка силабусів вибіркового навчального плану, ознайомлення здобувачів із переліком дисциплін, обрання здобувачами блоку вибіркового навчального плану, створення індивідуального графіка. На зустрічі, здобувачі не зазначили конкретно періоди процедури проведення вибору ВК. Перелік ВК обирається для групи за більшістю заяв. Здобувачі мають обирати ВК, що кратні трьом (1 із 3-х, 2 із 6-ти, 3 із 9-ти). Перелік ВК за ОП знаходиться за посиланням <https://cutt.ly/v46PtXo>, загальноуніверситетських дисциплін <https://cutt.ly/s46PeSU> (з активним посиланням на чинні силабуси). Вибір ВК здобувачами здійснюється за заявою в деканаті. Здобувачі можуть навчатися за індивідуальним графіком і мають право обирати теми кваліфікаційних робіт та місця проходження практики. Здобувачі зазначили, що підхід до формування індивідуальної освітньої траєкторії є цілком прозорим, що підтверджено зустрічами 4 та 7, документально (силабуси, положення ЗВО, індивідуальні навчальні плани).

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

Практична підготовка здобувачів ОП здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у ВНАУ. п.3.5, (2019 р., <https://cutt.ly/a46WlGx>). НП передбачено поєднання лабораторних, практичних і семінарських занять. В лабораторії маркетингу в межах функціонування гуртка «Маркетолог» є можливість проводити лабораторні роботи для групи здобувачів. Практичні заняття (де студент вирішує завдання практичного характеру на основі представлених даних чи вже існуючих результатів маркетингової діяльності компанії) використовуються при викладанні ОК30 Маркетингова цінова політика, ОК29 Маркетингова комунікаційна політика, ОК33 Логістика. Семінарське заняття (де викладач організовує діалог усередині студентської групи) практикується в ОК4 Філософія, ОК20 Основи маркетингу, ОК 21 Маркетинг послуг. Для опанування реальним практичним досвідом на ОП реалізований підхід виконання здобувачами індивідуальних проектів ОК 25 Маркетингові дослідження, ОК21 Маркетинг послуг. Практична підготовка здобувачів регламентується Положенням про проведення практики здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2018 р., <https://cutt.ly/F46HANA>) та Положенням про організацію та проведення стажування (практики) за кордоном студентів, аспірантів ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/646JqNt>). Практична підготовка передбачає проходження трьох практик: навчальна практика ОК36 НП (Я маркетолог) для ознайомлення здобувачів зі специфікою майбутнього фаху і отримання первинних професійних умінь і навичок (2 кредити ЄКТС), ОК37 НП з поглибленого вивчення розмовної іноземної мови для узагальнення знань та навичок з вивчення ОК Іноземна мова на основі категорій та понять з маркетингу (1 кредит ЄКТС); виробничої ОК 38 (7 кредитів ЄКТС) для отримання практичних навичок і поглиблення та закріплення знань, отриманих у процесі вивчення обов'язкових курсів. Для поглиблення теоретичних знань та практичних навичок здобувачів, ЗВО може скеровувати їх для проходження виробничої практики за межами України. Відповідно до зустрічей із гарантом та адміністративним персоналом зазначено, що здобувачі ОП «Маркетинг» не проходили практику за кордоном у зв'язку з карантинними обмеженнями та військовими діями. Отримана інформація зі звітів та на зустрічах зі стейкхолдерами дозволяє досягти РН за ОК 36, ОК37 і ОК38. ОП та НП передбачають практичну підготовку здобувачів, необхідну для подальшої професійної діяльності, що підтверджено документально (положення, звіти практик) та онлайн зустрічами 1, 3, 4, 7.

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

Здобувачі володіють сучасними соціальними навичками. Під час онлайн зустрічі зі здобувачами представлено, що вони володіють такими навичками: креативність (ОК20. Основи маркетингу), комунікабельність (ОК2. Українська мова та етнокulturологія, Іноземна мова), уміння справлятися з проблемними ситуаціями (ОК5 Соціологія і політологія), вміння ведення переговорів (ОК4 Філософія, ОК9 Фінансова грамотність), адаптація вміння виявляти та вирішувати проблемні ситуації (ОК13 Етика бізнесу та управління), вміння працювати в групах (ОК20 Основи маркетингу, ОК25 Маркетингові дослідження, ОК13 Етика бізнесу та управління), побудова календарного графіка робіт (ВК Тайм менеджмент). На кафедрі функціонує науковий гурток «Маркетолог», де здобувачі навчаються застосовувати знання у практичній ситуації (ЗК 7), проводити дослідження маркетингових процесів (ЗК8), обґрунтовувати результати досліджень та презентувати спільноті (СК 12). НПП під час фокус групи наголошували, що вони навчають таким соціальним навичкам як: здатність працювати в команді, розуміти поставлені завдання, здійснювати пошук оптимальних рішень та відповідати за результати своєї діяльності. Здобувачі ОП «Маркетинг» відрізняються своєю мобільністю, гнучкістю та креативністю у вирішенні завдань. Як було зазначено, soft skills здобуваються під час запровадження у навчання таких методів навчання як тим білдінг, айс-брейкер, брейнштормінг, спільні домашні завдання, «перевернутий клас». Здобувачі також застосовують креативні підходи та захищають власні пропозиції при підготовці домашнього завдання та виконання індивідуальних робіт. ОП передбачає набуття Soft skills, що підтверджено зустрічами 3 та 4.

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

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг» не передбачено.

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.

В навчальному плані 2022-2026 кількість екзаменів перевищує кількість заліків у I (4 екзамени та 3 заліки), II (4 екзамени та 3 заліки), IV(5 екзаменів та 2 заліки) та V семестрах (4 екзамени та 2 заліки), що потенційно перенавантажує здобувачів під час семестрових контролів. Під час зустрічі із керівництвом та роботи з внутрішніми положеннями ВНАУ було уточнено, що обмеження за кількістю екзаменів та заліків не передбачена. Самостійна робота здобувачів здійснюється на основі Положення про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2019 р. <https://cutt.ly/a7saaX3>). В положенні передбачено, що навчальний час для самостійної роботи здобувачів становить не менше ніж 1/3 та не більше ніж 2/3 загального обсягу часу. В навчальному плані 2022-2026 н.р. денної форми навчання на самостійну роботу передбачено 4566 годин, або 63,4% від загальної кількості годин, що відповідає встановленим нормативам у ВНАУ. В навчальному плані 2022-2026 н.р. заочної форми навчання форми навчання на самостійну роботу передбачено 6522 годин, або 90,6% від загальної кількості годин, що не відповідає встановленим нормативам у ВНАУ. Обсяг ОП відповідає фактичному навантаженню здобувачів, НП частково відповідають фактичному навантаженню здобувачів, що підтверджено документально (положення, ОП, НП) та онлайн зустрічами 1, 2, резервні зустрічі).

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.

Дуальна форма навчання у ВНАУ організована відповідно до діючого положення про здобуття вищої освіти за дуальною формою навчання у ВНАУ (2020, <https://cutt.ly/i7sgoxN>) та доповнення до положення про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2020, <https://cutt.ly/m7sj3UF>). Відповідно до положення метою впровадження дуальної форми здобуття вищої освіти є підвищення якості професійної підготовки здобувачів вищої освіти. Відповідно до п. 2.1 ВНАУ самостійно визначає перелік освітніх програм, за якими навчання за дуальною формою є доцільним. За словами гаранта, дуальна форма не передбачена при реалізації ОП за відсутності потреб та її актуальності. За пп. 2.3 та 2.5 діючого положення, ініціювати дуальну форму навчання можуть суб'єкти господарювання діяльність яких відповідає профілю відповідних освітніх програм. На зустрічі із роботодавцями було підтверджено їх бажання співпрацювати із ВНАУ при реалізації ОП «Маркетинг» (Кричковський В.Ю., Красиленко Д.В., Вешелені О.М.). Така модель може бути використана у співпраці із департаментом маркетингу місту та туризму Вінницької міської ради. Директор департаменту Вешелені Олександр наголосив на нагальній потребі у молодих фахівцях під час розробки нової стратегії розвитку туризму 2025 у Вінниці, що передбачає здобуття наступних результатів навчання: РН3 «Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу»; РН5 «Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів». За словами Дмитра Красиленка дуальна форма освіти надасть можливість здобувачу бути впевненим в

своїх професійних компетенціях. В освітній програмі передбачені години на самостійне навчання, що можуть бути враховані під час організації дуальної форми освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

1. ОП має елементи наукової підготовки здобувачів та передбачає проектування здобувачами індивідуальних проєктів на основі реальних кейсів, запропонованих НПП. 2. ОП передбачає формування індивідуальної траєкторії здобувача за рахунок оволодіння компетенціями та результатами навчання відповідно до вимог ринку та особливостей навчання. 3. ОП має перелік РН щодо розвитку м'яких та практичних навиків, що затребовані на ринку праці в регіоні.

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

До слабких сторін відносяться: 1. ОП містить обов'язкові компоненти інших спеціальностей, такі як "Етика бізнесу та управління", "Основи агробізнесу", "Економічна теорія (Основи економічної теорії)", "Економічна теорія (Мікроекономіка, Макроекономіка)", "Аграрна політика та земельні відносини", "Технологія виробництва та переробки продукції тваринництва", "Технологія виробництва та переробки продукції рослинництва", "Енергоефективність та альтернативні джерела енергії" в той час як компоненти маркетингового спрямування запропоновані як вибіркові ("Цифровий маркетинг", "Аграрний маркетинг", "Маркетинговий аналіз"), а дисципліна "Маркетинг" відсутня. 2. Структурно-логічна схема не відображає взаємозв'язок між ОК. 3. У шостому та восьмому семестрах передбачено здобуття понад 30 кредитів ЄКТС, що потенційно перевантажує студентів під час виконання самостійної роботи (35 годин на тиждень). 4. Здобувачі не мають чіткого розуміння щодо процедури внесення пропозицій до включення окремих компонентів до каталогу вибіркових дисциплін. Рекомендації: 1. Було б доцільно посилити ОП і включити обов'язкові компоненти, що передбачають здобуття РН з маркетингу ("Цифровий маркетинг", "PR-технології", "Аграрний маркетинг", "Маркетинговий аналіз", тощо), які представлені у списку ВК, а компоненти інших спеціальностей запропонувати як вибіркові. 2. Удосконалити візуалізацію структурно-логічної схеми, а саме внести в схему назви ОК та взаємозв'язки між ними. 3. У НП 2023 бажано розділити кредити ЄКТС рівномірно у розрізі семестрів, а саме: 30 кредитів ЄКТС в семестр. 4. На початку наступного навчального року розробити для здобувачів поради щодо їх участі у формуванні та виборі вибіркових компонент (яким чином, коли і кому надавати пропозиції щодо внесення змін до переліку ВК).

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 2, ЕГ вважає, що структура та зміст ОП мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритерієм 2.6 та достатній рівень узгодженості за якісними характеристиками за підкритерієм 2.1-2.5. та 2.8-2.9. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність структури та змісту ОП вимогам Критерію 2 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

Під час акредитаційної експертизи ЕГ з'ясувала, що вступ на ОР "Бакалавр" ВНАУ регулюється Правилами прийому до ВНАУ (<https://cutt.ly/G48rh6L>), Положенням про Приймальну комісію ВНАУ (2022 р., <https://cutt.ly/o48ru1s>), Положенням про апеляційну комісію ВНАУ (2018 р., <https://cutt.ly/h48rR8v>), Положенням про предметні екзаменаційні комісії та комісії для проведення співбесід ВНАУ (2021 р. <https://cutt.ly/v48rLQF>), Положенням про відбіркові комісії ВНАУ (2021 р., <https://cutt.ly/o48r3gM>). Зазначені вище положення та необхідна інформація щодо вступу на ОР "Бакалавр" оприлюднена у вільному доступі на вебсайті ВНАУ (<https://cutt.ly/D48tRr7>) та вебсторінці Приймальної комісії ВНАУ (<https://cutt.ly/s48tn71>). Прийом вступників на навчання до ВНАУ здійснюється на конкурсній основі за рахунок: видатків державного бюджету у державних та приватних ЗВО (державне замовлення); видатків місцевих бюджетів у державних та комунальних ЗВО (регіональне замовлення); цільових пільгових

державних кредитів. Особа може вступити до ВНАУ для здобуття ступеня бакалавра на основі здобутої повної загальної середньої освіти або ОКР молодшого спеціаліста, ОПС фахового молодшого бакалавра, ОС молодшого бакалавра за умови успішного проходження вступних випробувань. Прийом на навчання на ОП проводиться на денну та заочну форми навчання. Конкурсний відбір для вступу на перший курс на навчання для здобуття ступеня бакалавра здійснюється на основі повної загальної середньої освіти у формі ЗНО, вступних іспитів або співбесіди в передбачених Правилами прийому випадках. Під час спілкування зі здобувачами ВО за ОП (Зустріч 4), ЕГ переконалась, що правила вступу є чіткими та зрозумілими для абітурієнтів. Зокрема, студентка першого курсу Діана Гончарук зазначила, що вона користувалась інформацією щодо вступу до бакалавратури, розміщеною у вільному доступі на вебсайті ВНАУ. Здобувачка підтвердила, що дана інформація є вичерпною та зрозумілою для абітурієнтів. Під час зустрічі з керівниками структурних підрозділів ВНАУ (Зустріч 8), відповідальний секретар приймальної комісії (Олег Колісник) підтвердив відповідність проведення вступної кампанії чинному законодавству та наданню консультаційних послуг абітурієнтам. За результатами вивчення відповідних документів та аналізу проведених зустрічей, ЕГ дійшла висновку, що Правила прийому на навчання за ОП відповідають чинному законодавству, є чіткими, зрозумілими та не містять дискримінаційних положень.

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

Алгоритм вступу до бакалавратури ВНАУ за спеціальністю 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг» опубліковано у відкритому доступі на вебсторінці приймальної комісії ВНАУ (<https://cutt.ly/Z48jWGG>). Перелік спеціальностей для здобуття ОС «Бакалавр» (зокрема, неакредитованих) зазначено у Правилах прийому до ВНАУ у 2022 році (<https://cutt.ly/G48rh6L>). Конкурсний відбір для вступу на навчання для здобуття ОС «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг» проводиться на основі конкурсного бала, який розраховується відповідно до Умов та Правил прийому ВНАУ. Для конкурсного відбору осіб, які на основі повної загальної середньої освіти вступають на перший курс для здобуття ОС «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» зараховуються бали сертифікатів НМТ з трьох конкурсних предметів: українська мова з ваговим коефіцієнтом 0.35, математика з ваговим коефіцієнтом 0.4 та історія України з ваговим коефіцієнтом 0.25. Конкурсний бал розраховується за формулою: $KB = K1 \times P1 + K2 \times P2 + K3 \times P3 + K4 \times A$, де $P1, P2, P3$ – оцінки НМТ (за шкалою 100-200); A – середній бал документа про повну загальну середню освіту, переведений у шкалу від 100 до 200 балів відповідно до таблиці переведення середнього бала документа про повну загальну середню освіту, обчисленого за 12-бальною шкалою, в шкалу 100-200; $K1, K1, K2, K3, K4$ – невід'ємні вагові коефіцієнти. Для вступу на навчання на основі ОКР молодшого спеціаліста, ОПС фахового молодшого бакалавра, ОС молодшого бакалавра передбачено подання сертифіката ЗНО (НМТ) з двох обов'язкових предметів (українська мова і література та математика) та одного предмета на вибір (історія України, іноземна мова, або біологія, географія, фізика, або хімія). Конкурсний бал розраховується за формулою: $KB = K1 \times P1 + K2 \times P2 + K3 \times P3$. Найбільший ваговий коефіцієнт серед складових конкурсного балу має математика, що пояснюється профільністю даної ОП. В обговоренні та затвердженні значень мінімальних балів з конкурсних предметів НМТ/ЗНО беруть участь гарант ОП, члени групи забезпечення, члени Приймальної комісії (під час розробки Правил прийому) та члени Вченої ради Університету (під час затвердження Правил прийому). Однак, під час спілкування з головою Студентської ради (Зустріч 7), ЕГ встановила, що студентське самоврядування не долучалось до обговорення вагових коефіцієнтів. У разі подання документів на участь у конкурсному відборі особами з особливими освітніми потребами ЗВО забезпечує відповідні умови для проходження ними вступних іспитів та співбесід. На основі результатів вивчення відомостей про СО, документів, розміщених на вебсайті ВНАУ, та спілкування з Олегом Колісником (відповідальний секретар приймальної комісії університету) (Зустріч 8), ЕГ прийшла до висновку, що Правила прийому на навчання за ОП «Маркетинг» рівня бакалавра у цілому враховують особливості самої ОП, що підтверджено зустрічами 4, 7-8 та документально.

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 ВНАУ визнання РН отриманих в інших ЗВО регулюється Положенням про порядок переведення здобувачів вищої освіти та поновлення відратованих осіб у ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/h48THmN>), Положенням про порядок перезарахування навчальних дисциплін та визначення академічної різниці (2019 р., <https://cutt.ly/v48TMhI>), Положенням про організацію освітнього процесу (2019 р., <https://cutt.ly/v48UjQk>). За результатами опрацювання зазначених вище документів, ЕГ прийшла до висновку, що дані Положення забезпечують чітке, зрозуміле та доступне для всіх учасників ОП регламентування порядку дій щодо визнання РН, отриманих в інших ЗВО (вітчизняних та іноземних). Здобувачі ВО ОП «Бакалавр» мають право на участь у програмах академічної мобільності починаючи з другого курсу. У ВНАУ, визнання РН у межах академічної співпраці із ЗВО (науковими установами) здійснюється із застосуванням ЄКТС або системи оцінювання навчальних досягнень студентів, що прийнята у країні закладу-партнера, якщо в ній не застосовується ЄКТС. Перезарахування РН з навчальних дисциплін проводиться на підставі порівняння їхніх навчальних програм та Академічної довідки, яку надає учасник академічної мобільності. Проінформованість здобувачів про можливості визнання РН, отриманих в інших закладах освіти (зокрема під час академічної мобільності) забезпечується шляхом вільного доступу до відповідної нормативної бази опублікованої на вебсайті ВНАУ (<https://cutt.ly/845XsUd>). Варто зазначити, що на вебсайті ВНАУ не відбувається регулярне оновлення інформації щодо актуальних програм академічної мобільності (<https://cutt.ly/V45X4D8>). За результатами спілкування зі здобувачами ВО (Зустріч 4), ЕГ прийшла до висновку

щодо обізнаності здобувачів у можливостях участі в програмах академічної мобільності (онлайн та офлайн), зокрема проходження практики в іноземних установах. Під час зустрічі з керівництвом ЗВО та адміністрацією підрозділу (Зустріч 2), Світлана Лутковська (проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи) зазначила, що здобувачі ВО за ОП «Маркетинг» не брали участі у програмах академічної мобільності через карантинні обмеження COVID-19 та повномасштабну війну в Україні. При цьому НПП кафедри аграрного менеджменту та маркетингу активно залучаються до участі у міжнародних проектах академічної мобільності (онлайн та офлайн), зокрема підвищення кваліфікації. ВНАУ активно налагоджує співпрацю з низкою ЗВО ЄС (Німеччина, Франція, Болгарія та Литва) щодо проведення онлайн-мобільності для здобувачів ВО.

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.

Визнання РН, отриманих у неформальній освіті, у ВНАУ регулюється Положенням про неформальну та інформальну освіту у ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/n48XoqO>) та Наказом ректора щодо дії системи набуття професійних компетенцій під час участі здобувачів вищої освіти в освітньо-наукових заходах неформальної та інформальної освіти» (2023 р., <https://cutt.ly/348CwGo>). Право на визнання РН у неформальній або інформальній освіті поширюється на здобувачів усіх рівнів ВО. РН здобувачів, отриманих у неформальному середовищі, можуть бути визнані на підставі підтверджувальних документів щодо здобутих знань за програмами неформальної освіти (сертифікати, кваліфікаційних свідоцтв тощо), що є підставою для зарахування окремої теми лекційного чи практичного заняття, змістового модуля чи всього навчального матеріалу дисципліни, якщо програма неформальної освіти відповідає робочій програмі навчальної дисципліни. Процедура визнання РН здобутих у неформальній освіті передбачає виконання наступних етапів: подання здобувачем ВО заяви на ім'я ректора університету з проханням про визнання РН, отриманих у неформальній освіті, до якої додаються документи (сертифікати, свідоцтва, освітні програми тощо), які підтверджують отримані здобувачем РН; створення наказом ректора університету комісії, яка визначає можливість визнання РН, форм та строків проведення атестації для перезарахування РН; проведення атестації для визнання РН; формування протоколу за підсумками роботи комісії, у якому міститься висновок про зарахування чи не зарахування РН, отриманих у неформальній освіті за відповідною дисципліною. За результатами проведених зустрічей з НПП здобувачами та студентським самоврядуванням (Зустрічі 3-4, 7), ЕГ встановила, що неформальній освіті у ВНАУ приділяється певна увага (проведення зустрічей з практиками, проходження додаткових курсів, організація брейн-рингів, участь у заходах, які організуються на базі ВНАУ) тощо. Здобувачі отримують інформацію про можливість скористатись таким правом від кураторів академічних груп, НПП та студентського самоврядування. Втім під час спілкування з НПП, ЕГ встановила, що НПП не залучає здобувачів до прослуховування додаткових лекцій чи проходження курсів на освітніх онлайн-платформах (Coursera, Udemu, Ukraine Global Faculty тощо). До того, під час зустрічі зі здобувачами ВО за ОП (Зустріч 4), ЕГ з'ясувала, що не всі здобувачі ВО за ОП мають достатній рівень обізнаності у можливостях та перевагах неформальної освіти. В опитуванні здобувачів ВО за ОП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» щодо якості реалізації ОП відсутні питання про поінформованість, участь та задоволення здобувачів заходами неформальної освіти. За результатами опрацювання відомостей про СО та під час зустрічі НПП, ЕГ встановила, що за час реалізації ОП, не було прикладів визнання РН, отриманих у неформальній освіті.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

До сильних сторін та позитивних практик ОП «Маркетинг» ЕГ відносить: 1. Наявність чітких, зрозумілих та недискримінаційних положень у правилах прийому на навчання за ОП, що враховують особливості ОП. 2. Вільний доступ через вебсайт ВНАУ до усіх положень, які регламентують чіткий механізм визнання РН здобувачів ВО, отриманих в інших ЗВО, зокрема у неформальній освіті.

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

До слабких сторін ЕГ відносить: 1. Не оновлення інформації щодо актуальних програм академічної мобільності на вебсайті ВНАУ. 3. Не залучення здобувачів до прослуховування додаткових лекцій чи проходження курсів на освітніх онлайн-платформах (Coursera, Udemu, Ukraine Global Faculty тощо) в рамках навчальних дисциплін. Рекомендації: 1. Налагодити процес оновлення інформації щодо актуальних програм академічної мобільності. 3. Підвищити залученість здобувачів ВО за ОП до прослуховування додаткових лекцій чи проходження курсів на освітніх онлайн-платформах (Coursera, Udemu, Ukraine Global Faculty тощо) в рамках навчальних дисциплін.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 3, ЕГ вважає, що процедури вступу та визнання РН за ОП «Маркетинг» мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритерієм 3.1 та достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 3.2-3.4. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність процедур вступу та визнання РН вимогам Критерію 3 є достатньо високою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

Навчальний процес на ОП реалізується за денною та заочною формами згідно навчальних планів. Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/74XRRxt>) освітній процес здійснюється за такими формами занять: навчальні заняття; самостійна робота; практична підготовка; контрольні заходи. Видами навчальних занять у ВНАУ є лекція; лабораторне, практичне, семінарське, індивідуальне заняття; консультація. Положення про дистанційне навчання у ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/c4XYoU4>) також передбачає виконання проектних завдань. Забезпечення студентоцентрованого підходу та академічної свободи врегульоване Статутом ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/W7werZG>), Положеннями про порядок формування власної траєкторії навчання здобувачів вищої освіти (2019 р., <https://cutt.ly/27wegOJ>), про опитування здобувачів вищої освіти стосовно якості освітньої діяльності (2019 р., <https://cutt.ly/Q7wenzr>). На ОП «Маркетинг» передбачено дві форми аудиторних занять (лекції та практичні (семінарські заняття)). Темі занять визначені у силабусах та робочих програмах. У викладанні ОК використовуються активні методи навчання (ділової гри, дискусій, роботи в малих групах, діалогові методи, публічні виступи), що підтверджено в ході інтерв'ю НПП (зустріч 3, резервна зустріч 2) та документами (запит, п. 15). НПП вільно обирають форми та методи навчання враховуючи особливості ОК, визначаючи найефективніші засоби досягнення ПРН, передбачені ОП. Форми та методи навчання й викладання зазначені в робочих програмах навчальних дисциплін (запит, п.п. 7, 8). На резервній зустрічі 5 (із деканом та гарантом) виявлено можливість проведення занять у лабораторіях, на зустрічах з НПП (зустріч 3 та резервна зустріч 2) з'ясовано, що лабораторії використовуються для проведення тестувань в Moodle, у позааудиторній роботі взаємодія зі здобувачами відбувається в межах лабораторії маркетингу. Здобувачі чинять вплив на вибір методів навчання (зустрічі 3, 4 та резервна зустріч 2). Задля врахування вимог здобувачів ОП проводиться опитування, за результатами якого 72,7% здобувачів мають можливість обирати форми та методи навчання, 18,2% мають можливість інколи чинити такий вплив та 9,1% не впливають на такий вибір (<https://cutt.ly/f4XZO4d>), задоволеність формами та методами навчання було підтверджено під час зустрічей зі здобувачами (зустріч 4). Принципи академічної свободи реалізуються шляхом надання можливості вільного вибору здобувачами форм навчання, впливу на вибір методів навчання, вибору вибіркових ОК для формування власної освітньої траєкторії, вибору тем для написання наукових публікацій, виборі баз практик, можливостей надання індивідуального графіка навчання. Форми та методи навчання й викладання загалом сприяють досягненню заявлених в ОП цілей та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи, що підтверджено документами (положення, ОП, НП, силабуси ОК, РП), онлайн зустрічами 3, 4 та резервними зустрічами 2, 3, 5.

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).

Освітній процес у ВНАУ врегульований Положенням про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/74XRRxt>). Система поточного й підсумкового контролю знань здобувачів визначена у Положенні про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2016 р., <https://cutt.ly/B4XNrdI>) та змінах до Положення (2017 р., <https://cutt.ly/t4XMg4n> та 2021 р., <https://cutt.ly/Z4XMv9X>), якими врегульовано порядок зміни активності. В межах ОП «Маркетинг» забезпечується інформування здобувачів про цілі, зміст, РН, порядок та критерії оцінювання ОК (на сайті кафедри <https://cutt.ly/Y4XX837> розміщено силабуси та текст ОП 2019 р., <https://cutt.ly/h7wiWLJ>; 2022 р., <https://cutt.ly/34XCoMI>). Інформування здобувачів щодо цілей, завдань, РН, форм та методів навчання, контрольних заходів та системи оцінювання за конкретними ОК здійснюється на першому занятті викладачем; в електронному форматі вищезазначена інформація розміщена в АЕСУ «Сократ» (<https://cutt.ly/e7wdwFz>) (зустрічі 1, 3, 4, 7, резервна зустріч 2) з наданням індивідуального доступу кожному здобувачеві. В системі «Сократ» розміщено робочі програми, силабуси, конспекти лекцій, методичні рекомендації для проведення практичних занять та самостійної роботи, тести, презентації (<https://cutt.ly/e7wqWsJ>) з усіх обов'язкових ОК та обраних в поточному році вибіркових ОК. Тестові завдання для проведення контрольних заходів розміщені в системі Moodle (запит, п. 6). Результати опитувань підтверджують, що НПП ознайомлюють здобувачів з процедурою оцінювання та критерії оцінювання є зрозумілими для них (<https://cutt.ly/Q4XorAZ>). Інформація щодо організації освітнього процесу за ОП (графік навчального процесу, розклад занять, розклад екзаменаційної та

залікової сесії, складання академічної заборгованості, вибірковій дисципліні) доступна в особистому кабінеті здобувача в системі «Сократ» (<https://cutt.ly/O7whx8T>) та через додаток MKR (<https://cutt.ly/f7whGqo>), що підтверджено на зустрічі 4. Доступ до особистого акаунту в системі «Сократ» надається здобувачам з перших днів навчання. За результатами опитувань понад 95% здобувачів повністю або частково задоволені функціонуванням інформаційних систем ВНАУ та наявністю необхідної інформації на сайті (<https://cutt.ly/b4X3wpW>). Повністю та частково задоволені організаційною підтримкою у ВНАУ (щодо розкладу занять, своєчасності доведення інформації, інформування щодо академічної мобільності) 88,7% здобувачів, 11,3% - не задоволені (<https://cutt.ly/b4X3wpW>). Учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку, критеріїв оцінювання у межах окремих ОК, що підтверджено документами (ОП, НП, силабуси, результати опитувань, сайт ЗВО), зустрічами 1, 3, 4, 7, резервною зустрічю 2.

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

На ОП «Маркетинг» у ВНАУ впроваджуються елементи дослідження в навчальний процес. Наукові досягнення викладачів ОП використовуються у процесі викладання окремих ОК. Позитивною є практика включення до переліку рекомендованої літератури для вивчення ОК наукових праць викладачів цієї компоненти (Наприклад, «Етика бізнесу та управління» (Белкін І.) <https://cutt.ly/v7wcyF3>; «Галузевий маркетинг» (Гонтарук Я.), <https://cutt.ly/P7wxcUT>; «Маркетингова цінова політика» (Логоша Р.), <https://cutt.ly/27wcDBf>). На кафедрі виконується науково-дослідна тематика «Розробка концепції управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств», (0122U002111). 2022-2024 під керівництвом доц. Мазур К. Критеріями оцінювання здобувачів передбачено поєднання навчання та досліджень, згідно з якими 10 балів здобувач може отримати за наукову, інноваційну, навчальну, виховну роботи та студентську активність, що передбачено Змінами до Положення про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2021 р., <https://cutt.ly/34CwCqI>). Зокрема бали передбачено за: публікацію наукової статті у періодичному виданні студентських наукових праць, у фаховому періодичному виданні, участь та виступ на міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференціях. Результати наукової роботи здобувачів ОП «Маркетинг» висвітлені у статтях, опублікованих у журналі студентських наукових праць «Управління, адміністрування та право: проблеми, тенденції, досягнення» (<https://cutt.ly/S4X5SeQ>): В. Маснюк – три статті, О. Жерьобкіна, Є. Болюх, Д. Книжник по одній статті (запит п. 14). Здобувачка Маснюк В. у 2022 р. брала участь в конкурсі студентських наукових робіт «Органічне виробництво та харчування очима студентів» з роботою на тему: «Формування маркетингової стратегії для популяризації органічного виробництва та споживання в Україні» (Зустріч 4). Стимулювання наукового пошуку здобувачів ОП «Маркетинг» відбувається і в межах функціонування на кафедрі аграрного менеджменту і маркетингу студентського наукового гуртка «Маркетолог» (керівник д.е.н., доц. Логоша Р.В.), в межах якого здобувачі залучаються до науково-дослідної роботи кафедри, знайомляться з результатами наукових досліджень викладачів в галузі маркетингу (запит п. 13). Викладачі та здобувачі через АЕСУ «Сократ» мають доступ до міжнародних наукометричних баз даних Scopus, WoS, Springer Nature та ScienceDirect. Під час онлайн-зустрічей з НПП, здобувачами та керівниками структурних підрозділів (зустрічі 3, 4, 8, резервна зустріч 2) виявлено, що здобувачі мають доступ до репозитарію ЗВО в автоматизованій бібліотечній системі «Софія», в якому розміщені усі наукові публікації викладачів та інших науковців. ЗВО забезпечує поєднання навчання та досліджень під час реалізації ОП відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей ОП «Маркетинг», що підтверджено документами (силабуси ОК, положення, план та звіт роботи гуртка (запит п. 13), студентські публікації (запит п. 14) та онлайн зустрічами 2, 3, 4, 7, 8, резервною зустрічю 2).

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

Порядок розробки та оновлення ОП, змісту ОК за ОП визначено Положенням про формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/Z4CuqW8>), Положенням про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/W4CuAIh>), Положенням про силабус навчальної дисципліни ВНАУ (2022 р., <https://cutt.ly/G4CuCaJ>). На зустрічах із НПП встановлено, що оновлення змісту ОК відбувається щорічно з урахування побажань здобувачів, стейкхолдерів, результатів власних наукових досліджень, з урахуванням актуальних наукових здобутків та тенденцій ринку праці (підтверджено запитом п.п. 1, 2). Обговорення наповнення змісту ОК відбувається на засіданнях кафедри (Зустріч 1, 3, 5). Оновленню змісту ОК сприяють наукові публікації НПП: монографія Луцяк В., Пронько Л., Мазур К., Колесник Т. «Маркетинговий потенціал інновацій в олійно-жировому підкомплексі: стан ринку, створення вартості, конкурентоспроможність» (2020); монографія Логоша Р., Мазур К., Кричковський В. «Маркетингове дослідження ринку овочевої продукції в Україні» (2021) (запит п. 20). Зміст наукових публікацій (монографій, статей) Логоші Р. знайшов відображення у змісті ОК «Маркетингова товарна політика, в т.ч. інноваційна політика», «Маркетингова цінова політика» та «Маркетингова політика розподілу». Виконання ініціативної наукової тематики та державних тематик Гонтаруком Я. знайшло відображення в удосконаленні дисциплін «Галузевий маркетинг», «Комерційна діяльність посередницьких підприємств», що дозволило систематизувати напрями розвитку реклами в мережі інтернет для просування послуг у сфері екотуризму, виокремити нові напрями розвитку агробізнесу орієнтованого на виробництво біопалив, розробити моделі взаємодії енергокооперативів з комерційними посередницькими підприємствами. ЕГ виявлено, що у силабусі та РП ОК «Основи маркетингу» не оновлена література, найновіше джерело датоване 2007 р. У силабусах обов'язкових ОК «Охорона праці та безпека життєдіяльності» та «Маркетингове планування» у додатковій літературі та інформаційних ресурсах виявлено літературу російського походження. Джерела російського походження та російських авторів виявлено в силабусах вибірових ОК «Управління продажами», «Контент-

маркетинг», «Нормативно-правове забезпечення маркетингової діяльності», «Рекламний креатив», «Інтернет-комунікації», «Основи рекламної діяльності», «Маркетинговий аналіз», «Інтернет-маркетинг». На зустрічах з НПП та здобувачами (зустрічі 3, 4, резервна зустріч 2) з'ясовано, що рекомендації здобувачів озвучуються в ході обговорень з викладачами, куратором груп та висвітлюються в результатах опитувань здобувачів (<https://cutt.ly/e7wXLAZ>), які розглядаються та обговорюються на засіданнях кафедри. Загалом, НПП ОП «Маркетинг» оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у галузі маркетингу, що підтверджено документами (силабуси ОК, публікації викладачів) та зустрічами 1, 3, 4 і резервною зустрічю 2.

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

У ЗВО функціонує відділ євроінтеграції та міжнародної діяльності згідно з Положенням про роботу відділу євроінтеграції та міжнародної діяльності ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/M4CnhYZ>), який здійснює організаційне, технічне та інформаційно-методичне забезпечення міжнародної та євроінтеграційної діяльності ЗВО. Відділ забезпечує: удосконалення та розширення баз практик, профільних стажувань студентів відповідно до їх спеціальностей закордоном; удосконалення та розширення можливостей проходження міжнародного стажування (підвищення кваліфікації) НПП; направлення за кордон для проходження навчання, стажування та обміну досвідом викладачів, аспірантів і здобувачів; інформування структурних підрозділів ЗВО і здобувачів про конкурси на участь у міжнародних програмах. Документом, що визначає курс ВНАУ на інтернаціоналізацію є Стратегія інтернаціоналізації ВНАУ до 2025 року (2019 р., <https://cutt.ly/C4CmdIc>), в якій визначено принципи, стратегічні цілі та програмні складові стратегії інтернаціоналізації. Інтернаціоналізація у ЗВО здійснюється в напрямі навчальної, наукової діяльності, суспільно-гуманітарної та виховної політики. ВНАУ активно співпрацює із закордонними ЗВО і міжнародними організаціями з країн Європи, Азії та Північної Америки, з якими підписані договори та меморандуми про навчальне, освітнє, наукове та міжнародне співробітництво (<https://cutt.ly/i7wMPEy>). 12 НПП на ОП «Маркетинг» пройшли закордонне стажування, зокрема в Університеті прикладних наук Вайштефан-Тріздорф (Калегнік Г., Пронько Л., Балтійському науково-дослідному інституті проблем трансформації економічного простору (Логоша Р., Белкін І.), Вищій школі Агробізнесу в Ломжі (Мазур О.), університеті суспільних наук м. Лодзь (Правдюк А.), Краківському економічному університеті (Мазур К.) (запит, п. 9, зустрічі 2, 3, 8). В результаті підвищення кваліфікації Белкіним І. було здійснено низку досліджень, опублікованих у закордонних монографіях (<https://cutt.ly/u7woZcQ>), що допомогло оновити зміст ОК Етика бізнесу та управління та Маркетингове планування. Маючи доступ до міжнародних наукометричних баз даних НПП та здобувачі мають змогу використовувати актуальні досягнення науки у своїх дослідженнях та освітньому процесі. У ВНАУ врегульовано питання визнання результатів академічної мобільності Положенням про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/74XRRxt>). Організація стажування здобувачів ЗВО за кордоном регламентується Положенням про організацію та проведення стажування (практики) за кордоном студентів, аспірантів ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/O4CIolh>). Однак, практик залучення здобувачів ОП «Маркетинг» до академічної мобільності, закордонних стажування чи проходження практик не виявлено. Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності ЗВО, що підтверджено документами (Стратегія інтернаціоналізації, положення, договори, сертифікати (запит п. 9) та зустрічами 2, 3, 8.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

1. Реалізація принципів академічної свободи та студентоцентризму у процесі вибору методів та технологій навчання, створення можливостей для активного залучення студентів до впливу на вибір таких методів. Використання активних методів навчання за освітніми компонентами ОП. 2. Використання для розміщення навчальних матеріалів АЕСУ «Сократ», в якій шляхом доступу через особистий кабінет, здобувач може отримати вичерпну інформацію про окремі ОК (робочі програми навчальних дисциплін, силабуси, методичні вказівки щодо проведення практичних занять, методичні вказівки щодо організації самостійної роботи, тексти лекцій, презентації), про графіки освітнього процесу, наукові публікації викладачів. 3. Вбудовані в систему оцінювання механізми стимулювання здобувачів, які дозволяють отримати 10 балів за наукову, інноваційну, виховну та інші види студентських активностей. 4. Функціонування студентського наукового гуртка «Маркетолог», в межах якого обговорюються актуальні наукові питання, стимулюється наукова активність здобувачів, відбувається обмін інформацією, проходять тематичні зустрічі із викладачами та стейкхолдерами.

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

До слабких сторін ЕГ відносить: 1. Недостатнє використання можливостей лабораторного навчання в процесі викладання на ОП «Маркетинг», зокрема для ОК Маркетингові дослідження, Логістика, Дослідження ринків. 2. Обмежене подання інформації через сторінку кафедри аграрного менеджменту та маркетингу, відсутність рубрикації, що ускладнює пошук конкретної інформації про ОП, зміст ОК, наукову роботу кафедри, бази практики, методичні матеріали, можливості для здобувачів ОП щодо академічної мобільності. 3. Недостатньо ретельна експертиза робочих програм та силабусів, наслідком якої є присутність джерел російського походження в списках

рекомендованої літератури ОК Управління продажами, Контент-маркетинг, Нормативно-правове забезпечення маркетингової діяльності, Рекламний креатив, Інтернет-комунікації тощо та дублювання змісту вибіркового ОК, зокрема Інтернет-маркетинг та Основи цифрового маркетингу, Комерційно-посередницька діяльність та Управління підприємницькою діяльністю. Рекомендації: 1. Рубрикувати сайт кафедри, розмістивши інформацію про її діяльність, релевантну інтересам та потребам усіх зацікавлених сторін. Додати інформацію про графіки навчального процесу, розклад занять, графіки консультування викладачами, новини кафедри. 2. Сформувати чітку процедуру реальної експертизи РП та силабусів з чітко визначеними процедурами погодження та механізмами відповідальності.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 4, ЕГ вважає, що форми і методи навчання і викладання за ОП мають високий рівень узгодженості за якісними характеристиками та підкритерієм 4.1 та достатній рівень узгодженості за підкритеріями 4.2-4.5. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями відповідність навчання та викладання за ОП вимогам Критерію 4 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

Положенням про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2016 р., <https://cutt.ly/B4XNrdI>) передбачено такі види контролю: поточний, проміжний та семестровий. Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/D7wb18V>) передбачає поточний, залишковий, підсумковий, рубіжний, ректорський, семестровий види контролю. Неузгодженість понятійного апарату контрольних заходів ускладнює їх розуміння. На зустрічі 8 з'ясовано відмінності видів контролю, передбачених Положенням про внутрішню систему якості вищої освіти у ВНАУ, на зустрічах з НПП і здобувачами ці особливості з'ясувати не вдалося. Система оцінювання є зрозумілою, що підтверджено зустрічами 2, 3, 4, 7. Таблиці шкал містять 7 складових, розподілених за оцінками ECTS, національною шкалою і 100-бальною системою. З ОК, з якої передбачений іспит (диференційований залік) за семестр, здобувач може набрати до 70% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт і до 30% підсумкової оцінки - на іспиті (заліку). Методики оцінювання самостійної роботи, роботи на практичних заняттях та підсумковий контроль наведені у силабусах у розділі «Контроль і оцінка результатів навчання» і у РП ОК (запит п.п. 7, 8). 10% балів здобувач отримує за різну студентську активність, передбачену Змінами до Положення про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2021 р., <https://cutt.ly/34CwCqI>). Так, за публікацію статті у збірнику студентських наукових праць передбачено 30 балів, які здобувач може розподілити на свій розсуд між різними ОК. Координує розподіл балів Гонтарук Я. (зустріч 7). Такою можливістю користувались здобувачки Маснюк В., Жерьобкіна О. Порядком і критеріями оцінювання на ОП повністю чи частково задоволені 94,5% здобувачів (<https://cutt.ly/74CDQaT>), 80,4% здобувачів вважають, що бали розподіляються оптимально впродовж семестру між темами (<https://cutt.ly/I4CFgRC>), 57,7% опитаних зазначають, що викладачі інформують про поточні бали, отримані впродовж семестру (<https://cutt.ly/I4CFgRC>). Семестровий контроль та підсумкова атестація проводиться згідно розкладу, який доводиться до відома здобувачів і викладачів не пізніше, ніж за місяць до початку сесії. Інформація доступна в кабінеті здобувача в АЕСУ «Сократ» (<https://cutt.ly/O7whx8T>), додатку MKR (<https://cutt.ly/f7whGqO>) (зустрічі 4, 7). Загалом форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремої ОК та ОП в цілому, оприлюднюються заздалегідь, що підтверджено документами (положеннями, силабусами, РП (запит п.п. 7, 8), зустрічами 2, 3, 4, 7).

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

Атестація здобувачів ОП проводиться відповідно до вимог Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://cutt.ly/q4CXOSu>, Наказ МОН № 1343 від 05.12.18). Атестація здобувачів ОП «Маркетингу» 2019 року вступу проводиться у формі кваліфікаційного екзамену, що підтверджено отриманою згідно запиту (п. 21) Програмою державної атестації для вступників 2019 року на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг». Кваліфікаційний екзамен

побудований у формі письмових тестових завдань та ситуаційної задачі на базі навчальних дисциплін: Маркетинговий менеджмент, Маркетингові дослідження, Маркетингове планування, Маркетингова цінова політика, Маркетингова політика розподілу, Іноземна мова професійного спрямування. Екзаменаційний білет включає 50 тестових запитань (по 10 запитань із різних навчальних дисциплін) і задачу (з дисципліни, з якої в білет не включені тестові завдання), що охоплюють всі теми, наведені у тематичному змісті програми. Тестові питання оцінюються по 2 бали за кожен тест (із дисциплін Маркетинговий менеджмент, Маркетингові дослідження, Маркетингове планування, Маркетингова цінова політика, Маркетингова політика розподілу), за кожне тестове питання з іноземної мови – 1 бал, за задачу – 10 балів. Загальний можливий обсяг – 100 балів. Присвоєння кваліфікації бакалавра здійснює державна екзаменаційна комісія. Складання кваліфікаційного іспиту проводиться на відкритому засіданні державної комісії за участю не менше половини її складу при обов'язковій присутності голови комісії. Однак, згідно рекомендацій стейкхолдерів форма атестації для здобувачів ОП після 2020 року вступу була замінена на захист кваліфікаційної роботи (підтверджено на зустрічах 1, 5), що повністю відповідає вимогам Стандарту вищої освіти України галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам Стандарту вищої освіти, що підтверджено документами (ОП, НП, програма державної атестації) та зустрічами 1 та 5.

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

Правила проведення контрольних заходів і порядок оскарження результатів є доступними для всіх учасників освітнього процесу на сайті ЗВО і врегульовуються такими нормативними документами: Положенням про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/74XRRxt>); Положенням про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/W4CuAlh>); Положенням про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2016 р., <https://cutt.ly/B4XNrdI>); Змінами до Положення про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2021 р., <https://cutt.ly/Z4XMv9X>). Чітко визначена інформація про контроль знань і розподіл балів, які можуть отримати здобувачі; умови допуску до заліку чи іспиту; оцінювання за формами контролю; шкалу відповідності балів. Інформація про оцінювання наведена в силабусах, які є на сайті кафедри (<https://cutt.ly/44XV1zD>), в РП (розміщених в АЕСУ «Сократ» (запит п.п. 7, 8). Перескладання заліків та іспитів дозволяється не більше двох разів. Здобувачам, які не були допущені до складання заліково-екзаменаційної сесії або одержали під час сесії не більше двох незадовільних оцінок, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість до початку наступного семестру. Перескладання заліку або екзамену проводиться згідно з графіком, розробленим деканатом за погодженням навчально-наукового центру (зустрічі 3, 4). Якщо здобувач не ліквідував заборгованості у визначені терміни, деканат зобов'язаний представити документи про його відрахування з числа здобувачів. На зустрічах із НПП, здобувачами та представниками студентського самоврядування (3, 4, 7) з'ясовано, що на ОП не виникало конфліктних ситуацій з приводу проходження контрольних заходів. При чому, здобувачі повідомили, що вони обізнані з можливістю проходження контрольних заходів у іншого викладача у випадку виникнення конфліктів (за погодженням з деканом та завідувачем кафедри). 69,8% здобувачів стверджують, що заліки та іспити проходять у сприятливій атмосфері, 77,4% - стверджують, що оцінювання здійснюється об'єктивно (<https://cutt.ly/94CK7DO>). Згідно шкали оцінювання, оцінка FX передбачає незадовільну оцінку з обов'язковим повторним вивченням дисципліни. Процедура повторного вивчення ОК у ЗВО чітко не врегульована; на резервній зустрічі 5 виявлено, що випадків доцільності запровадження процедури в межах ОП не було. Загалом у ЗВО 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 та дотримуються під час реалізації ОП, що підтверджено документами (положення, силабуси, РП) та зустрічами 1, 3, 4, 7.

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.

Документами ВНАУ, що регламентують політику, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності є: Положення про академічну доброчесність у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/d4Vr9h6>), Наказ Про забезпечення вимог академічної доброчесності здобувачами вищої освіти (2022 р., <https://cutt.ly/h4VtdRg>), Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату у ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/74VtbpD>). Для перевірки робіт на текстові запозичення ВНАУ використовує спеціалізовані сервіси «Anti-Plagiarism», «Unicheck», «StrikePlagiarism», що підтверджено В. Піддубним на зустрічі 8 і угодами між ВНАУ та компаніями ТОВ «Антиплагіат», ТОВ «Плагіат» та Хмельницьким національним університетом, які здійснюють технічний супровід перевірки на плагіат (запит п. 12). Перевірці на плагіат підлягають кваліфікаційні роботи, курсові роботи, навчальні посібники, підручники, монографії, наукові статті НПП та здобувачів, наукові роботи здобувачів, які надсилаються для участі в конкурсах наукових робіт. Для самоконтролю здобувачам рекомендується здійснювати самоперевірку робіт на безкоштовних ресурсах. Запобігання плагіату в наукових роботах здійснюється шляхом публікації наукових та науково-методичних праць викладачів та здобувачів в репозиторії ВНАУ. З першокурсниками проводяться виховні бесіди з

метою популяризації академічної доброчесності, доведення до них інформації про наслідки її порушення, здійснюється консультування здобувачів щодо особливостей написання наукових робіт. До популяризації академічної доброчесності долучається студентське самоврядування (зустріч 7). В межах обов'язкової ОК Основи наукових досліджень (<https://cutt.ly/M7ekpdH>) зі здобувачами опрацьовуються правила публікування результатів наукових досліджень. На початку навчального року здобувачами ОП підписуються декларації про академічну доброчесність, в яких зазначають власне усвідомлення академічної відповідальності і наслідків порушення академічної доброчесності (запит, п. 22) (зустрічі 4, 7). У деяких здобувачів немає чіткого уявлення про сутність академічної доброчесності та відповідальність за її порушення. 43,9% здобувачів не можуть відповісти, якими є дії викладачів у випадку виявлення порушення академічної доброчесності (<https://cutt.ly/S7iqEsu>). Понад 70% здобувачів визнають, що впродовж навчання використовували шпаргалки, списували та користались підказками (<https://cutt.ly/S7iqEsu>). Водночас на зустрічі 4 здобувачі заперечили можливі факти списування. Загалом, у ВНАУ визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації ОП. ВНАУ популяризує академічну доброчесність (насамперед через імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності, що підтверджено документами (положення, документи отримані за запитом п.п. 12, 22) та зустрічами 3, 4, 7, 8.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

1. Система оцінювання є зрозумілою для здобувачів. Здобувачі поінформовані про критерії оцінювання усно викладачами, а також мають можливість додатково ознайомитись з ними у силабусах та робочих програмах навчальних дисциплін (які знаходяться у доступі в АЕСУ «Сократ»). 2. Проходження контрольних заходів відбувається з використанням системи електронного навчання Moodle, що сприяє неупередженому та об'єктивному оцінюванню здобувачів. 3. У випадку виникнення конфліктних ситуацій передбачена можливість проходження контрольних заходів у іншого викладача за погодженням із деканом факультету та завідувачем кафедри.

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

Недоліки: 1. Неузгодженість понятійного апарату щодо контрольних заходів у Положеннях «Про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти» та «про внутрішню систему забезпечення вищої освіти». Різні переліки не дають чіткого розуміння про використання кожного із передбачених видів контролю. 2. Процедура повторного проходження навчальних дисциплін визначена лише декларативно, практичних механізмів її реалізації не розроблено. Учасники освітнього процесу погано поінформовані про таку процедуру, обґрунтовуючи відсутністю підстав для її застосування. 3. У здобувачів дещо «розмите» уявлення щодо сутності та складових академічної доброчесності, що підтверджується дещо різними трактуваннями порушень в опитуваннях та під час зустрічей із здобувачами. Рекомендації: 1. Усунути розбіжності щодо існуючих у ЗВО видів контролю знань з чітким визначенням особливостей та доцільності використання кожного із видів. 2. Чітко врегулювати процедуру повторного вивчення навчальних дисциплін здобувачами, які за результатами підсумкового контролю отримали оцінку F, забезпечити поінформованість учасників освітнього процесу про механізм реалізації такої процедури. 3. Налагодити системну роботу щодо роз'яснення та популяризації академічної доброчесності у ЗВО як для НПП, так і для здобувачів освіти із залученням авторитетних фахівців ЗВО та інших організацій.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень B

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 5, ЕГ вважає, що контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність мають високий рівень узгодженості за якісними характеристиками та підкритерієм 5.2 та достатній рівень узгодженості за підкритеріями 5.1, 5.3 та 5.4. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями відповідність контрольних заходів, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічної доброчесності вимогам Критерію 5 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

Відповідно до інформації, зазначеної у таблиці 2 відомостей про самооцінювання, відкритої інформації (<https://cutt.ly/545cVXr>) та у ході спілкування з НПП, керівництвом структурних підрозділів, стейкхолдерів ЕГ мала можливість оцінити професійну кваліфікацію викладачів та її відповідність цілям ОП, ПРН та змісту окремих ОК. Гарант ОП і НПП, залучені до реалізації ОП мають наукові ступені та звання за спеціальностями, які відповідають профілю ОК, які вони забезпечують (підтверджено, запит п. 10). Гарант ОП Логоша Р. є доктором економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством, та має вчене звання доцента кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності. До підготовки здобувачів за ОП долучені викладачі кафедр: адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії; історії України та філософії; права; української та іноземних мов; комп'ютерних наук та економічної кібернетики; економіки та підприємницької діяльності; менеджменту зовнішньоекономічної діяльності; готельно-ресторанної справи та туризму; математики, фізики та комп'ютерних технологій; фінансів, банківської справи та страхування; обліку та оподаткування в галузях економіки; технології виробництва, переробки продукції тваринництва та годівлі; ботаніки, генетики та захисту рослин; загальнотехнічних дисциплін та охорони праці. Лекційне забезпечення обов'язкових компонент ОП здійснюють 25 НПП, кожен із викладачів залучений до реалізації не більше 3-х обов'язкових ОК. Співвідношення чоловіків та жінок – 40%/60%, науковий ступінь доктора наук мають 9 НПП, кандидата наук – 16. 12 НПП з 25 пройшли закордонне стажування, 15 НПП пройшли підвищення кваліфікації у вітчизняних ЗВО, наукових та науково-дослідних установах. 4 НПП, залучених до реалізації ОП «Маркетинг» є членами редколегії фахового видання «Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики». НПП, залучені до викладання обов'язкових ОК мають не менше ніж 2 наукові публікації, релевантних змісту ОК, публікації у закордонних виданнях та у колаборації із провідними науковцями інших ЗВО та практиків (зокрема монографія викладачів ОП Р. Логоші, К. Мазур та директора ТОВ «Органік-Д» В. Кричківського «Маркетингове дослідження ринку овочевої продукції в Україні»). Аналіз відповідності фахових публікацій НПП, елементів навчально-методичних комплексів дисциплін, відкритих у публічному доступі (<https://cutt.ly/545cVXr>) та наданих за запитом (п. 20), результатів опитувань здобувачів, проведених інтерв'ю з НПП, здобувачами та стейкхолдерами (зустрічі 3, 4, 5, резервна зустріч 2) демонструє достатній рівень професійної кваліфікації НПП, що забезпечують реалізацію освітнього процесу за ОП «Маркетинг». Відповідність кваліфікації НПП підтверджено документами (інформація про наукові ступені, вчене звання, тематика наукових публікацій, сертифікати про стажування і підвищення кваліфікації, результати анкетування здобувачів) та зустрічами 3, 4, 5, резервною зустріччю 2.

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

Питання здійснення конкурсного добору НПП у ВНАУ врегульовується Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників Вінницького національного аграрного університету та укладання з ними трудових договорів (контрактів) (2015 р., <https://cutt.ly/3450vhz>), Положенням Про кадрову комісію ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/l457rGP>) та Положенням Про конкурсну комісію щодо заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/q450VSia>). Дані документи розміщені на офіційному сайті ВНАУ у рубриці «Публічна інформація» (<https://cutt.ly/J452qBC>). Під час резервної зустрічі 5, на яку було додатково запрошено гаранта ОП та декана факультету менеджменту та права та на зустрічі 8 із керівниками структурних підрозділів встановлено, що реалізована у ВНАУ процедура конкурсного добору НПП є відкритою, об'єктивною, прозорою, зрозумілою, відповідною діючому трудовому законодавству України. Ключовими критеріями добору НПП на посади є: відповідність кандидатів на посади кваліфікаційним критеріям; якість викладання, яка оцінюється шляхом оцінки викладацької майстерності, зокрема на відкритих заняттях, анкетуванням здобувачів; робота щодо навчально-методичного наповнення дисциплін; наукова публікаційна активність, в т.ч. наявність публікацій у індексованих виданнях Scopus та WoS; наявність підвищення кваліфікації (закордонного, виробничого тощо). У чинній у ВНАУ процедурі конкурсного добору на заміщення вакантних посад НПП відсутні дискримінаційні положення, процедура логічна, включає такі послідовні взаємопов'язані етапи: видання наказу про попередження науково-педагогічних працівників про закінчення строку його чинності; видання наказу про здійснення конкурсного добору; публікація оголошення на сайті ЗВО; прийом відповідних документів від претендентів на посади; розгляд документів; обговорення кандидатур (на рівні кафедр, Вченої ради факультету, загальних зборів трудового колективу, Вченої ради університету); обрання претендентів; укладання контрактів. Під час резервної зустрічі 5 (з гарантом ОП та деканом факультету) та на зустрічі 8 із керівниками структурних підрозділів встановлено, що термін укладання контракту з НПП до 5 років і залежить від показників діяльності, результатів анкетування здобувачів щодо діяльності претендента на посаду. Процедури конкурсного добору НПП є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП, що підтверджено документами (положення, результати анкетування здобувачів) та зустрічами (резервна зустріч 5 та зустріч 8).

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

У ВНАУ на факультеті менеджменту та права існує практика проведення групових зустрічей із роботодавцями в рамках постійно діючої Ради стейкхолдерів факультету менеджменту та права (<https://cutt.ly/Y46wzJs>), організації круглих столів (<https://cutt.ly/S46CEp>, <https://cutt.ly/L46eMRE>) та індивідуальні зустрічі між роботодавцями,

гарантами та НПП. ВНАУ в межах ОП «Маркетинг» реалізує партнерські відносини із Департаментом маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради, ПСП «Поділля-Агро», ТОВ «Люстдорф», ТОВ «Франц-Агро», ТОВ «Компанія «Макош», компанією Syngenta, ТОВ «Органік-Д», що підтверджено договорами про співпрацю (<https://cutt.ly/r46eY1p>) та інтерв'юванням роботодавців (зустріч 5), до якої долучились директор та комерційний директор ТОВ «Органік-Д», головний бухгалтер ПСП «Поділля-Агро», директор ТОВ «Франц-Агро», начальник відділу якості ТОВ «Люстдорф», голова ФГ «Еколайс», менеджер зі стратегічного та операційного розвитку компанії Syngenta в Україні, директор ТОВ «Укрвінтранс», перший заступник міського голови м. Бершадь, директор департаменту маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради, заступник голови Іллінецької міської громади. На зустрічі було підтверджено, що ВНАУ в межах ОП «Маркетинг» співпрацює із роботодавцями, залучаючи їх як рецензентів ОП (директор та комерційний директор ТОВ «Органік-Д», директор ТОВ «Ференц-Агро»), як учасників розширеного засідання кафедри аграрного менеджменту та маркетингу щодо оновлення ОП «Маркетинг» (Кричковський В., Васильєв О.), як керівників виробничої практики, як співавторів наукових досліджень та публікацій, присвячених актуальних проблемам маркетингу в аграрній сфері (спільні монографія та статті викладачів кафедри та директора ТОВ «Органік-Д» Кричківського В.). На зустрічах 4 і 7 із здобувачами та студентським самоврядуванням підтверджено інформацію про організацію екскурсій для здобувачів на підприємства «Агрона-Фрут», «Агроград В», «Літинський молочний завод», ТОВ «Компанія «Макош» (<https://cutt.ly/B46sFoV>), ТОВ «Люстдорф». Під час зустрічі 5 та за підсумками анкетування стейкхолдерів (<https://cutt.ly/t46ofIa>) визначено, що роботодавці задоволені змістом ОП та рівнем підготовки здобувачів і готові долучатись до реалізації ОП. Готовність до співпраці в напрямку удосконалення ОП було виявлено і на відкритій зустрічі, до якої долучились представники академічної спільноти з Інституту аграрної економіки, Національної асоціації сільськогосподарських дорадчих служб України, Національного університету біоресурсів і природокористування України, Національного авіаційного університету, структурних підрозділів ВНАУ. Загалом, ВНАУ залучає роботодавців до організації і реалізації освітнього процесу, що підтверджено документально (результати анкетування роботодавців, договори про співпрацю, рецензії на ОП, відкриті інформаційні ресурси), зустрічі 4, 5, 7 та відкрита зустріч.

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

Практика залучення професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців на ОП «Маркетинг» знаходиться на етапі становлення. Активне залучення експертів до проведення гостьових занять саме для здобувачів ОП «Маркетинг» ускладнене, в першу чергу, малокомплектністю випускової групи (3 особи). Приклади проведення гостьових занять з практиками на ОП «Маркетинг» датовані лише 2022-2023 н.р., зокрема 13.09.2022 року наставником та засновницею школи інстаграм-маркетингу InstaBizz Анастасією Брояк для здобувачів ОП «Маркетинг» було проведено лекцію з дисципліни Етика бізнесу та управління на тему «Основи етичної поведінки», в ході якої було розглянуто основи розвитку брендів, тенденції в просуванні у мережі Instagram (<https://cutt.ly/A46fms9>), про яку позитивно рефлексували здобувачі на онлайн-зустрічі 4 з ЕГ. Також у ході зустрічей 4 та 5 було підтверджено, що в жовтні 2022 року лекцію з ОК Галузевий маркетинг на тему «Маркетинг інновацій» було прочитано директором департаменту маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради Вешелені Олександром Миколайовичем, в ході якої було з'ясовано особливості функціонування індустрії гостинності та розробки ефективних заходів просування у сфері туризму (<https://cutt.ly/846gLPa>). До поточного навчального року здобувачі ОП «Маркетинг» залучались до гостьових лекцій в межах взаємодії практиків з іншими ОП (наприклад, лекція В.Ю. Кричківського для здобувачів ОП «Менеджмент» та «Публічне управління та адміністрування» на тему «Стратегія організації» на прикладі підприємства ТОВ «Органік-Д» (<https://cutt.ly/h46gv98>) та в межах функціонування наукового студентського гуртка «Маркетолог». В межах зустрічей 3, 4 та 5 встановлено зацікавленість усіх залучених сторін до налагодження ефективної співпраці із професіоналами-практиками зі сфери маркетингу. Здобувачі звернули увагу на те, що практики діляться інформацією про конкретні кейси із практичної діяльності, наводять цікаві аргументи та приклади. Загалом ЗВО в межах реалізації ОП «Маркетинг» налагоджує роботу із залучення професіоналів-практиків, експертів галузі і представників роботодавців до аудиторних занять, що підтверджено відкритою інформацією з інформаційного порталу та зустрічами (3, 4, 5).

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

У ВНАУ налагоджено діяльність із сприяння професійному розвитку викладачів, відповідну потребам та інтересам НПП. Процедура професійного розвитку врегульовані Колективним договором ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/t46kYuh>), Положеннями про атестацію педагогічних працівників (2017 р., <https://cutt.ly/q46kV3C>), про преміювання та матеріальне стимулювання працівників ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/F46k4Sd>), про підвищення кваліфікації (стажування) педагогічних, науково-педагогічних працівників ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/446lCxO>). Зазначені документи є у відкритому доступі на сайті ЗВО у рубриці «Публічна інформація» (<https://cutt.ly/G46lPtE>). НПП ОП реалізують свою можливість щодо проходження стажування у зарубіжних ЗВО, зокрема: Мазур К. та Кравець Р. (Краківський економічний університет), Логоша Р. та Белкін І. (Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору), Правдюк А. (Університет суспільних наук в м. Лодзь), Мазур О. та Кравець Р. (Вища Школа Агробізнесу в Ломжі), Вдовенко Л. (Природничий університет в м. Познань), Польова О. та Хаєцька О. (Технічний університет Ілдіз (м. Стамбул) (запит п. 9). Загалом 12 НПП з 25, залучених до викладання обов'язкових ОК пройшли закордонне стажування у Польщі, Болгарії, Латвії, Туреччині,

Німеччині, 15 НПП пройшли підвищення кваліфікації у вітчизняних ЗВО, наукових та науково-дослідних установах, зокрема у Міжгалузовому інституті підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів (Логоша Р.), НУБіП (Мазур К.), Навчально-науково-виробничому комплексі «Всеукраїнський науково-навчальний консорціум» (Підвальна О., Гарбар Ж.), Спілці рекламистів України (Гонтарук Я., Кубай О., Мазур К., Трапаїдзе С.) (підтверджено запитом п. 9). ВНАУ налагодив ефективну роботу щодо матеріального стимулювання та заохочення НПП для керівних працівників, науково-педагогічних працівників; за роботу з обдарованою молоддю; для педагогічних працівників, спеціалістів та службовців; для працівників бібліотеки та для обслуговуючого персоналу. Під час інтерв'ювання керівництва ВНАУ, НПП та керівників структурних підрозділів (Зустрічі 2, 8 та Резервна зустріч 2) було виявлено, що в межах реалізації ОП «Маркетинг» матеріальними стимулами були відзначені такі викладачі: Вдовенко Л. (премія в розмірі посадового окладу за захист аспіранта, березень 2023 р.); Пришляк Н., Калетник Г. Мазур К., Пронько Л., Томашук І. (відшкодування вартості публікації в наукометричних виданнях); Гонтарук Я. та Томашук І. (премії за захист кандидатських дисертацій); Логоша Р. та Пришляк Н. (премії за захист докторських дисертацій). Під час інтерв'ювання підтверджено, що у ЗВО створено умови для професійного розвитку викладачів. ЗВО налагоджено систему професійного розвитку викладачів, яка відповідає потребам та інтересам НПП і впливає на підвищення якості викладання, що підтверджено документально (колективний договір, положення, дані з інформаційного порталу) та онлайн зустрічами (2, 8, резервна зустріч 2).

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Процедури професійного розвитку врегульовані Колективним договором ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/t46kYuh>), Положеннями про атестацію педагогічних працівників (2017 р., <https://cutt.ly/q46kB3C>), про преміювання та матеріальне стимулювання працівників ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/F46k4Sd>), про підвищення кваліфікації (стажування) педагогічних, науково-педагогічних працівників ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/446lcxO>). Зазначені документи є у відкритому доступі на сайті ЗВО у рубриці «Публічна інформація» (<https://cutt.ly/G46lPtE>). У ВНАУ є практика проведення відкритих занять впродовж усього навчального року (обговорення цих відвідувань здійснюється на засіданнях кафедри і є обов'язковою вимогою при проведенні конкурсного відбору НПП). Стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП має системний характер і передбачає моральну і матеріальну складові. Матеріальне заохочення передбачає встановлення премій за публікації монографій, навчальних посібників, підручників, статей в наукометричних виданнях, за публікації 5 статей у наукометричних виданнях, за публікації 3-х, 4-х, 5-ти статей у фахових виданнях впродовж одного календарного року; встановлення доплат за вчення звання, науковий ступінь, суміщення професій, викладання курсів іноземною мовою (до 30% від посадового окладу) тощо. У ВНАУ для НПП та здобувачів забезпечено доступ до баз даних Scopus, WoS, Springer Nature та повнотекстових ресурсів бази даних ScienceDirect. Для покращення навичок користування базами даних проводяться вебінари від Clarivate (<https://cutt.ly/u46WMzD>, <https://cutt.ly/g46W2MR>), у 2021 р. в рамках навчально-методичного семінару проводились навчання для НПП, деканів, гарантів (<https://cutt.ly/x46EkPX>, <https://cutt.ly/b46Ehb3>). Моніторинг рівня викладацької майстерності здійснюється шляхом опитування здобувачів та стейкхолдерів щодо якості освіти, змісту ОП та задоволення методами та формами навчання у ВНАУ (<https://cutt.ly/846UeFM>, <https://cutt.ly/k46UulB>). Під час інтерв'ювання гаранта, керівництва, НПП і керівників структурних підрозділів (Зустрічі 1, 2, 3, 8 та резервна зустріч 2) підтверджено існування системи стимулювання розвитку викладацької майстерності у ВНАУ. Розподіл коштів на премії та доплати є чітким та прозорим, враховує різні аспекти роботи НПП - наукову, методичну роботу, рівень фахових викладацьких компетентностей. ВНАУ стимулює розвиток викладацької майстерності НПП, що підтверджено документально (колективний договір, положення, результати опитувань) та зустрічами (1, 2, 3, 8 та резервною зустрічю 2).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

1. У ВНАУ налагоджена система матеріального стимулювання з чітко визначеними механізмами та практикою реалізації, яка передбачає широкий спектр підстав для преміювання та доплат науково-педагогічним працівникам.
2. Налагоджена співпраця ВНАУ із зарубіжними університетами, інформація та договори про співпрацю знаходяться у відкритому доступі на сайті ВНАУ.
3. На ОП активно реалізується практика участі НПП у міжнародних стажуваннях, стажуваннях на виробничих підприємствах, спеціалізованих організаціях та інших ЗВО.

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

До слабких сторін ЕГ відносить: 1. Незначна активність залучення практиків та стейкхолдерів до участі в проведенні аудиторних занять за ОП «Маркетинг». За час функціонування ОП виявлено лише два приклади такого залучення (лекції Брояк А. та Вешелені О.) у 2022-23 н.р. 2. Співпраця зі стейкхолдерами носить загальний характер в межах факультету менеджменту та права (стейкхолдери на зустрічі іноді плутали кафедри, з якими вони співпрацюють), через що до співпраці на ОП «Маркетинг» часто залучені стейкхолдери, які не є фаховими практикуючими маркетологами. 3. Формальний підхід до формування роботодавцями рецензій на Освітню програму «Маркетинг»: зміст рецензій загальний, відображає лише актуальність ОП, але не відображає конкретних переваг, недоліків чи рекомендацій щодо оцінки змісту ОП. Рекомендації: 1. Активізувати практики залучення професіоналів-

маркетологів, стейкхолдерів для взаємодії в межах аудиторної роботи зі здобувачами, в межах функціонування лабораторії маркетингу та студентського наукового гуртка «Маркетолог». 2. Залучення до співпраці стейкхолдерів, які мають практичний досвід роботи у сфері маркетингу, зокрема в аграрній галузі.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 6, ЕГ вважає, що людські ресурси мають високий рівень узгодженості за якісними характеристиками та підкритерієм 6.2 та 6.5 та достатній рівень узгодженості за підкритеріями 6.1, 6.3, 6.4, 6.6. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями відповідність людських ресурсів вимогам Критерію 6 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

У ВНАУ надходження та використання фінансових ресурсів регламентовано Статутом ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/8453meE>). Фінансові та матеріально-технічні ресурси за ОП формуються за рахунок коштів державного бюджету на умовах державного замовлення на оплату послуг з підготовки фахівців, науково-педагогічних кадрів та забезпечують досягнення визначених ОП цілей та програмних РН. За результатами онлайн-огляду МТБ, а також спілкування з Романом Логошою (гарант ОП) та Тетяною Колесник (доцентка кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії), ЕГ переконалась у якісному забезпеченні сучасною МТБ учасників ОП, які сприяють досягненню цілей та РН за ОП. Здобувачі за ОП мають доступ до навчальної, науково-дослідної, спортивної, культурно-освітньої, побутової та оздоровчої баз (буфети, їдальні, бібліотека, спортивна зала, стадіон, спортивні майданчики, актовa зала, амфітеатр зовні, лікарняний пункт, гуртожитки тощо). Навчальна діяльність здобувачів за ОП здійснюється в лекційних аудиторіях, оснащених сучасною мультимедійною технікою (проектори, мультимедійні дошки та ноутбуки), аудиторіях для практичних занять; комп'ютерних класах; бібліотеці ВНАУ та 4 читальних залах. У ВНАУ, усі учасники ОП мають безоплатний вихід до мережі Інтернет в аудиторіях, гуртожитках, вільних зонах Wi-Fi. Під час онлайн-демонстрації МТБ, ЕГ переконалась, що в бібліотеці створені належні умови (зона обслуговування, читальні місця, комп'ютерні місця для роботи студентів тощо) та наявні необхідні навчально-методичні матеріали для досягнення РН. Навчально-методичні матеріали з усіх навчальних дисциплін ОП доступні в репозиторії бібліотеки ВНАУ (<https://cutt.ly/N46hYQS>). Кожен здобувач має персоналізований електронний кабінет з доступом до необхідного навчально-методичного забезпечення (<https://cutt.ly/T46jwpY>). Учасники ОП мають безоплатний доступ до електронних ресурсів бібліотеки (<https://cutt.ly/O46hJYn>), а також можуть отримати безоплатний доступ до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science, Springer Nature та повнотекстових ресурсів бази даних ScienceDirect, про що відомо здобувачам за ОП (Зустріч 4). Під час спілкування з НПП, які викладають на ОП (Зустріч 3), ЕГ прийшла до висновку щодо обмеженого переліку системного та сервісного програмного забезпечення, яке застосовується в навчальному процесі для набуття та поглиблення компетенцій, передбачених ОП (Microsoft Office, платформи Zoom та Moodle, Mentimeter, BigBlueButton для представлення результатів практичного навчання, CRM-системи автоматизації інтернет-торгівлі для ознайомлення з їх інтерфейсами на при веденні практичних занять, система «Сократ», Kahoot!). ЕГ прийшла до висновку, що наявні фінансові та матеріально-технічні ресурси, бібліотека, а також навчально-методичне забезпечення є достатніми для реалізації ОП «Маркетинг», а також досягнення цілей та програмних РН. Однак, доцільним є розширення профільного програмного забезпечення, яке використовується для підготовки здобувачів за ОП.

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.

Під час спілкування з гарантом ОП, здобувачами ВО за ОП, представниками студентського самоврядування та керівниками допоміжних структурних підрозділів ВНАУ (Огляд МТЗ (День 2), Зустрічі 4, 7, та 8), ЕГ переконалась, що всі учасники ОП забезпечені безоплатним та вільним доступом до інфраструктури ВНАУ (зокрема, бібліотеки, навчально-наукової, культурно-освітньої та спортивної баз). Учасники ОП мають вільний доступ до інформаційних ресурсів, необхідних для освітньої, викладацької та/або науково-дослідної діяльності. Для реалізації навчального та науково-дослідного процесу усі учасники ОП мають доступ до електронних ресурсів за допомогою підключення

до локальної мережі ВНАУ в комп'ютерних класах та приміщенні бібліотеки, а також безперешкодного доступу до мережі у вільних зонах Wi-Fi. У ВНАУ доступ до Wi-Fi є безпарольним. Здобувачі ВО та НПП мають безоплатний доступ до електронних ресурсів бібліотеки (<https://cutt.ly/V46ZO0o>). У ході спілкування із керівниками структурних підрозділів ВНАУ (Зустріч 8), Світлана Дубчак (директор бібліотеки ВНАУ) та Ярослав Цицюра (начальник науково-дослідної частини) підтвердили, що всі учасники ОП мають безоплатний доступ до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science, Springer Nature та повнотекстових ресурсів бази даних ScienceDirect. Здобувачі ВО за ОП (Зустріч 4) підтвердили, що їм відомо про можливості користування ресурсами бібліотеки для підготовки до занять, написання курсових робіт, наукових робіт, статей, доповідей конференцій тощо.

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.

Під час огляду МТБ ВНАУ, ЕГ з'ясувала, що освітнє середовище є безпечним для життя і здоров'я здобувачів ВО та сприяє задоволенню їх потреб та інтересів. У ході зустрічей з НПП та здобувачами ВО за ОП (Зустрічі 3-4), ЕГ переконалася, що у ВНАУ забезпечені достатні умови для здійснення ефективної навчальної діяльності. Безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я учасників ОП регулюється Статутом ВНАУ (<https://cutt.ly/Q46V2OI>). Під час онлайн-огляду МТБ, що використовується під час реалізації ОП, ЕГ переконалась, що в навчальних корпусах ВНАУ та гуртожитках передбачені плани евакуації та протипожежні куточки. Під час онлайн-огляду МТБ, ЕГ переконалась, що здобувачі ВО забезпечені комфортними та безпечними умовами проживання в гуртожитках, які розташовані в кампусі університету. Для підвищення безпеки в гуртожитках діє пропускна система (з пластиковими перепустками) та встановлені відеокамери. В гуртожитку ВНАУ функціонує медичний пункт. Під час тимчасового переходу на дистанційне навчання на період пандемії наказами ректора було впроваджено заходи щодо запобігання захворювань на COVID-19. В умовах воєнного стану ВНАУ продовжує роботу в очному режимі. В Університеті облаштовані сховища цивільного захисту для укриття учасників ОП (<https://cutt.ly/h46N5yg>). У ВНАУ проводяться систематичні інструктажі здобувачів ВО та НПП щодо охорони праці, дотримання санітарно-технічних норм та правил протипожежної безпеки (<https://cutt.ly/346MYoF>; <https://cutt.ly/a46MvvL>); заходи, які стосуються надання першої медичної допомоги, здорового способу життя, протиепідемічних заходів (<https://cutt.ly/A46MP7I>), дотримання заходів безпеки в умовах воєнного стану та контролювання їх виконання (<https://cutt.ly/Q46MVdA>). Для підтримки психічного здоров'я та адаптації здобувачів ВО, у ВНАУ функціонує психологічна служба (<https://cutt.ly/I461odW>). Під час спілкування з представниками студентського самоврядування та відповідальною особою за психологічну підтримку студентів (Дзюба Ірина), ЕГ встановила, що головними труднощами, з якими найчастіше стикаються здобувачі ВО, є адаптація до нового освітнього середовища та безпека під час воєнного стану. За результатами спілкування зі здобувачами ВО за ОП та представниками студентського самоврядування (Зустрічі 4, 7), ЕГ прийшла до висновку щодо ефективності розв'язання зазначених проблем зі сторони ЗВО. Здобувачі за ОП та представники студентського самоврядування підтвердили, що вони беруть участь в анкетуванні щодо визначення задоволеності якістю ОП (<https://cutt.ly/146odgu>). Однак, в результатах анкетування не вказано період його проведення, що не дозволяє ЕГ переконатись в актуальності даних результатів. У ВНАУ обладнано «Скриньку довіри» та створено «Електронну скриньку довіри» (<https://cutt.ly/o4605nA>) для покращення діяльності ВНАУ. Таким чином, ЕГ встановила, що освітнє середовище ВНАУ дозволяє повністю задовольнити потреби та інтереси здобувачів ВО за ОП.

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

ЕГ встановлено, що ВНАУ забезпечує здобувачів ВО за ОП належною освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою, що регламентовано Положенням про освітню, організаційну, інформаційно-просвітницьку, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти у ВНАУ (2021 р., <https://cutt.ly/g4632FE>) та Положенням про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/z4635GI>). Зважаючи на зміст звернення, здобувачі ВО можуть отримати організаційну та консультативну підтримку від адміністрації Університету, деканату, кафедри, гаранта ОП, НПП, студентського самоврядування та структурних підрозділів Університету (бібліотека; навчально-науковий центр; відділ дуальної освіти, практичного навчання та працевлаштування; відділ євроінтеграції та міжнародної діяльності; центр культури та дозвілля; соціальна і психологічна служба та ін.). Надання інформаційної підтримки здобувачам ВО, головним чином, забезпечується через офіційні канали розповсюдження інформації, зокрема зовнішній (<https://cutt.ly/h468vOP>) та внутрішній (<https://cutt.ly/s468mfc>) вебсайти ВНАУ, соціальні мережі Facebook (<https://cutt.ly/j468IjH>) та Instagram (<https://cutt.ly/4468NVI>), YouTube (<https://cutt.ly/I468ZnV>). Забезпечення соціальної підтримки полягає у створенні інфраструктури для належної організації виховного процесу (<https://cutt.ly/z464tBf>) (профспілкорова організація; центр довузівської підготовки, прийому на навчання та виховної роботи; центр культури та дозвілля; студентське містечко; соціальний педагог та психолог), стипендіальному забезпеченні; створенні пільгових умов для здобуття вищої освіти дітьми-сиротами; дітьми, позбавленими батьківського піклування; дітьми-інвалідами; дітьми учасників бойових дій, АТО; можливості оформлення індивідуального графіка; захисті від будь-яких форм фізичного та психічного насильства, спеціальному супроводі (у випадку необхідності) та вільному доступі до інфраструктури ВНАУ. В Університеті проводяться анкетування щодо задоволеності ОП, зустрічі у групах, обладнано «Скриньку довіри» та створено «Електронну скриньку довіри» (<https://cutt.ly/o4605nA>). Освітня підтримка забезпечується належними МТБ та навчально-методичними ресурсами, якісним підбором складу НПП. За результатами анонімного анкетування здобувачів ВО за ОП (<https://cutt.ly/J4640Jc>), а також під час спілкування зі здобувачами ВО за ОП та представниками студентського самоврядування (Зустрічі 4, 7), ЕГ переконалась, що

здобувачі ВО за ОП забезпечені якісною освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою.

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

За результатами акредитаційної експертизи, ЕГ встановила, що у ВНАУ забезпечено достатні умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами, що регламентовано Положенням про організацію інклюзивного навчання ВНАУ (2021 р., <https://cutt.ly/V469quN>). В Університеті забезпечуються рівні умови для реалізації права на освіту для всіх здобувачів ВО, зокрема, особам з особливими освітніми потребами із застосуванням особистісно-орієнтованих методів навчання та урахуванням індивідуальних особливостей навчально-пізнавальної діяльності здобувачів ВО з особливими освітніми потребами. У ВНАУ приділяється увага формуванню спільноти Університету недискримінаційного ставлення до здобувачів ВО з особливими освітніми потребами. У разі необхідності, у ВНАУ забезпечується технічний, педагогічний, психологічний, фізкультурно-спортивний, соціальний супровід та професійна адаптація здобувачів ВО з особливими освітніми потребами під час навчального-освітнього процесу в Університеті та на всіх етапах вступної кампанії. Під час онлайн-огляду МТБ, яка використовується під час реалізації ОП, ЕГ пересвідчилась, що у ВНАУ частково облаштовано інклюзивну інфраструктуру для осіб з особливими освітніми потребами (функціонування двох ліфтів у навчальному корпусі № 2, пандуси при вході до навчальних корпусів № 1, № 2, № 3 та приймальної комісії; таблички зі шрифтом Брайля; встановлення спеціальних поручнів уздовж сходинок, забезпечення належної ширини дверей та проходів між партами тощо). За необхідності, навчальні аудиторії ВНАУ обладнуються, спеціальними технічними засобами, зокрема системами підсилення звуку (індукційними петлями, радіомікрофонами тощо). Для комфортного навчання в Університеті, здобувачі ВО з особливими освітніми потребами мають право на користування індивідуальними технічними засобами, зокрема, слуховими апаратами, ноутбуками тощо. Університет надає освітні послуги здобувачам ВО з особливими освітніми потребами коштом державних та місцевих бюджетів, інших не заборонених законодавством джерел фінансування.

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.

За результатами спілкування з НПП, здобувачами, представниками студентського самоврядування, керівниками допоміжних структурних підрозділів ВНАУ, а також беручи до уваги результати анонімного онлайн-анкетування здобувачів за ОП «Маркетинг» (<https://cutt.ly/K467jNB>; <https://cutt.ly/R467xfG>) та факт відсутності конфліктних ситуацій, пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією під час реалізації ОП, ЕГ дійшла висновку щодо існування чітких та зрозумілих політики та процедур вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією) у ВНАУ, що регулюється: Положенням про етичні норми поведінки учасників освітнього процесу у ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/2467TW4>), Порядком реагування на випадки булінгу (цькування) та застосування заходів виховного впливу у ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/T467Pye>), Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/W467D5i>), Порядком розгляду скарг студентів, аспірантів та докторантів ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/M467F4F>), Антикорупційною програмою ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/k467KjG>). У ВНАУ розроблені Положення про організацію освітнього процесу (2019 р., <https://cutt.ly/N465hkr>) та Положення про апеляційну комісію ВНАУ (2018 р., <https://cutt.ly/7465vC9>) для врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних з реалізацією навчального процесу. З метою виявлення, протидії та запобігання корупційної діяльності у ВНАУ, ректором призначено уповноважену особу за реалізацію Антикорупційної програми ВНАУ. Інформація про прояви корупції з боку посадових осіб та працівників ЗВО може бути повідомлена електронним листом на адресу an.ostrovskaz@gmail.com або листом за адресою 21021, м. Вінниця, Сонячна, 3, юридичний відділ. Під час зустрічей 3-4 та 7-8, здобувачі, НПП та Олена Рудзь (відповідальна особа за антикорупційну діяльність) вказали на відсутність конфліктних ситуацій (зокрема таких, що пов'язані з корупцією, хабарництвом, несправедливим оцінюванням РН, булінгом, сексуальними домаганнями, насильством, дискримінацією). У разі виникнення конфліктних ситуацій між здобувачами чи здобувачами та НПП, здобувач може звернутися до представників студентського самоврядування, куратора та/або соціального педагога, які, в залежності від характеру конфліктної ситуації, допоможуть врегулювати конфлікт в комунікативний, соціально-психологічний чи організаційний спосіб. Для запобігання конфліктних ситуацій, у ВНАУ проводяться опитування здобувачів щодо задоволеності методами та формами навчання (<https://cutt.ly/R4657Mu>), академічної доброчесності (<https://cutt.ly/q465670>), задоволеності підтримкою ЗВО (<https://cutt.ly/V466eOX>), об'єктивності та неупередженості оцінювання знань (<https://cutt.ly/u466t57>). До того, кожен учасник ОП, може подати заяву/скаргу про конфліктну ситуацію чи будь-який прояв корупції (в паперовому чи електронному вигляді) до «Скриньки довіри» (<https://cutt.ly/o4605nA>).

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

ЕГ відносить до сильних сторін та позитивних практик: 1. Забезпечення усіх учасників ОП безоплатним доступом до інфраструктури та інформаційних ресурсів ВНАУ, зокрема до електронних ресурсів бібліотеки, наукометричних баз даних Scopus, Web of Science, Springer Nature та повнотекстових ресурсів бази даних ScienceDirect. 2. Належне забезпечення здобувачів ВО освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримками. 3. Забезпечення безпечних умов освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів ВО. 4. Забезпечення у ВНАУ належних умов для реалізації права на освіту здобувачами ВО з особливими освітніми потребами. 5. Наявність чітких та зрозумілих політики та процедур вирішення конфліктних ситуацій.

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

До слабких сторін відносяться: 1. Обмежений спектр програмного інструментарію професійного спрямування, яке застосовується в навчальному процесі для набуття та поглиблення компетенцій, передбачених ОП (Microsoft Office, платформи Zoom та Moodle, Mentimeter, BigBlueButton для представлення результатів практичного навчання, CRM-системи автоматизації інтернет-торгівлі для ознайомлення з їх інтерфейсами на при веденні практичних занять, система «Сократ», Kahoot!). 2. В результатах анкетування учасників ОП не вказано період його проведення. Рекомендовано: 1. Розширити спектр програмного інструментарію професійного спрямування, який використовується для досягнення програмних РН до початку 2023-2024 н.р. 2. В результатах анкетування учасників ОП доцільно вказувати період його проведення.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 7, ЕГ вважає, що освітнє середовище та матеріальні ресурси за ОП «Маркетинг» мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 7.2, 7.4-7.6 та достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритерієм 7.1 та 7.3. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність вимог до освітнього середовища та матеріальних ресурсів за ОП «Маркетинг» Критерію 7 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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 регулюються положеннями: Положення про формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/g7slc42>); Положення про організацію освітнього процесу у ВНАУ (2019, <https://cutt.ly/c7sl28q>); Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ (2019, <https://cutt.ly/77szeP3>). Розроблення, моніторинг та перегляд кожної ОП здійснюється проектними групами. Проектна група проводить аналіз ринку освітніх послуг і можливості позиціонування на ньому ОП, аналіз ринку праці, на який орієнтована нова ОП та розробляє профіль програми. На основі проведеного аналізу та розробленого профілю проектною групою та завідувачем кафедрою формується перелік компонентів та розробляється навчальний план за денною та заочною формою навчання. Система оцінки якості ОП базується на основі регулярного перегляду та моніторингу реалізації програми з боку всіх стейкхолдерів. Моніторинг якості реалізації ОП здійснюється відділом моніторингу якості освітнього процесу та контролю академічної доброчесності. Під час зустрічі з НПП, що залучені до реалізації ОП уточнено, що перегляд ОП здійснюється щорічно, а результати моніторингу розглядаються на розширеному засіданні кафедри аграрного менеджменту та маркетингу. Під час удосконалення ОП, роботодавцями та іншими стейкхолдерами щорічно надаються рецензії на ОП. Аналіз рецензій показав, що рецензії не містять зауважень та рекомендацій щодо покращення ОП, а також дату їх підпису. У список стейкхолдерів, що залучені до удосконалення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП входять директори підприємств, представники державних органів влади, головний бухгалтер, начальник відділу виробництва, академічна спільнота інших ЗВО та наукових установ. Серед фахівців з маркетингу залучений лише директор департаменту маркетингу та туризму Вінницької міської ради О.М. Вешелені. У ВНАУ підготовку здобувачів за ОП «Маркетинг» запроваджено у 2019 р. (протокол Вченої ради за №12 від 31.05.19 р.). ОП оновлено у 2020 р. (протокол Вченої ради за №12 від 26.05.20 р.), у 2021 р. (протокол Вченої ради за №12 від 29.06.21 р.), у 2022 р. (Протокол №11 від 27.05.22 р.). На зустрічах із гарантом, НПП, здобувачами та роботодавцями було підтверджено щодо ознайомлення із процедурою проведення періодичного оновлення ОП та участі всіх стейкхолдерів у цьому процесі. Дотримання ЗВО визначених процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП підтверджено документально (положеннями, протоколами розширеного засідання, аналізом) та онлайн зустрічами 1, 3, 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.

ОП за спеціальністю «Маркетинг» розроблено у 2019 р., відповідно до Наказу МОН України наказ за № 190-л від 20.03.2019 р. «Про затвердження переліку галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». У 2020 р. ОП переглянуто і оновлено, відповідно до пропозицій студентського самоврядування і здобувачів (протокол засідання кафедри аграрного менеджменту і маркетингу №4 від 24.04.20 р.). Збільшено кредити за дисциплінами Українська мова (за професійним спрямуванням), Маркетингова політика розподілу, Логістика, Соціологія. У 2021 р. за пропозицією голови студентської ради факультету економіки та бізнесу до переліку компонент внесена ОК Етика бізнесу та управління (протокол засідання кафедри аграрного менеджменту і маркетингу №10 від 17.05.21 р.). За результатами анкетування та пропозицій здобувачів в ОП 2022 р., в оновлену ОП було включено ОК Основи права та видалено ОК Історія економіки та економічної думки. Також за пропозиціями здобувачів було збільшено години на вивчення іноземної мови (протокол засідання кафедри аграрного менеджменту і маркетингу №10 від 17.05.21 р.). Під час зустрічей із здобувачами і студентським самоврядуванням учасники вченої ради факультету та університету, їхня ініціатива заохочується і пропозиції враховуються у ОП. Під час зустрічі з працівниками структурних підрозділів ЗВО доповнено, що здобувачі безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення якості, у тому числі до анкетування. Регулярне опитування проводиться за затвердженими у ВНАУ формами онлайн опитування відповідно до розпорядження ректора. Обговорення якості проведення навчального процесу відбувається двічі на рік, обговорення ОП відбувається 1 раз на рік. Залучення здобувачів до періодичного перегляду ОП підтверджено документально (протоколи засідань кафедри аграрного менеджменту і маркетингу, результати анонімного опитування та онлайн зустрічами 4 та 7).

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

Протягом 2019-2022 рр. ОП періодично обговорювалась та оновлювалась відповідно до пропозицій стейкхолдерів, зокрема роботодавців. У ВНАУ є позитивна практика співпраці із роботодавцями через організовані ради почесних стейкхолдерів та ради стейкхолдерів факультетів. До ради стейкхолдерів факультету менеджменту та права входить Кричковський В.Ю. (Директор ТОВ «Органік - Д») та Красиленко Д.В. (перший заступник голови Бершадської міської ради), які залучені до реалізації ОП «Маркетинг». На зустрічах із гарантом, резервній зустрічі із деканом та зустрічах із роботодавцями було зазначено, що роботодавці активно беруть участь щодо обговорення та внесення пропозицій в ОП під час проведення відкритих гостьових лекцій, залучення здобувачів до проектних завдань в організаціях та установах, а також під час запрошення на розширене засідання кафедри аграрного менеджменту та маркетингу. На основі пропозицій Кричковського В.Ю. в ОП 2020 р. було збільшено кількість кредитів на виробничу практику з метою посилення практичних навичок здобувачів. Директор департаменту маркетингу місту та туризму Вінницької міської ради Вешелені О.М підтримав пропозицію щодо проведення державної атестації у формі кваліфікаційної роботи (протокол засідання кафедри аграрного менеджменту і маркетингу №4 від 24.04.20 р.). У 2021 році роботодавці внесли наступні пропозиції: комерційний директор ТОВ «Органік-Д» Васильєв О.В. запропонував додати ОК Маркетинг послуг з приводу затребуваності маркетологів в регіоні у сфері послуг; Кричковський В.Ю. запропонував ввести в перелік освітніх компонент ОК Дослідження ринків (у т.ч. інфраструктура ринку) з метою осучаснення структурних компонентів програми (протокол засідання кафедри аграрного менеджменту і маркетингу №10 від 17.05.21 р.). На розширеному засіданні кафедри аграрного менеджменту та маркетингу у 2022 році Кричковський В.Ю. запропонував використання в освітньому процесі сучасного програмного забезпечення (протокол засідання кафедри аграрного менеджменту і маркетингу №8 від 23.03.22 р.). Під час зустрічі з роботодавцями, підтверджено інформацію про їхню зацікавленість у співпраці з університетом для подальшого покращення ОП, працевлаштування випускників, співпраці за дуальною формою навчання, організації гостьових лекцій та виїзних занять (екскурсій) на підприємства, залучення до розробки нових проектів в державних установах Вінниці. Також роботодавцями відзначено, що найбільш важливими професійними компетентностями для роботи сучасного маркетолога є вміння формувати аналізувати та розраховувати майбутній ефект від маркетингових пропозицій та набуття soft skills (креативність, комунікативність, вміння швидко адаптуватись, відповідальність, стресостійкість). Залучення роботодавців до періодичного перегляду ОП підтверджено документально (протоколами розширених засідань кафедри аграрного менеджменту і маркетингу та онлайн зустріччю 5 і резервною зустріччю 4).

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

Акредитація ОП проводиться вперше, випускники за ОП «Маркетинг» відсутні. У 2020 році у ВНАУ був запущений проект щодо підтримки зв'язку із випускниками. На основі онлайн опитування в університеті акумулюється контактна інформація та інформація щодо ОП програми випускника, рік закінчення закладу, місця роботи та посади, яку він (вона) займає (<https://cutt.ly/77fSuFQ>). На період проведення акредитаційної експертизи база даних

випускників налічувала понад 3000 осіб, у тому числі з факультету менеджменту та права – 273 особи. Дані показують, що випускники працевлаштовуються за фахом. На зустрічі із студентським самоврядуванням було зазначено, що ВНАУ періодично проводить ярмарки вакансій та зустрічі із випускниками, щоб привернути увагу роботодавців та випускників до можливості працевлаштування здобувачів університету: 15-та Ярмарка вакансій, запроваджена випускниками ВНАУ (листопад, 2019 р., <https://cutt.ly/m7fDwgO>); зустріч з випускниками факультету менеджменту та права та ВНАУ (жовтень, 2021 р. <https://cutt.ly/E7fDyDq>); Зустріч з випускниками ВНАУ (листопад, 2022 р., <https://www.facebook.com/vinnnytsia.sau>). На сайті університету розташований перелік стейкхолдерів, які закінчили ВНАУ у різні роки (<https://cutt.ly/t7griPn>). З метою ознайомлення ЗВО ОП «Маркетинг» з базами проходження виробничих практик з подальшим працевлаштуванням було проведено ряд заходів: зустріч зі стейкхолдерами, під час яких обговорюються питання виробничої практики та дуальної освіти студентів; екскурсія на підприємство та інтерв'ю з керівництвом ТОВ «АГРАНА Фрут Україна», ТОВ «АГРОГРАД В», компанії МАКОШ, ТОВ «Люстдорф». Для поповнення бази даних на факультеті зібрані дані щодо місць працевлаштування та контактної інформації. На факультеті менеджменту та права існує практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників, що підтверджено документально та зустрічами 8, резервною зустріччю 5.

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

Система моніторингу якості ЗВО реагує на виявлені недоліки в ОП і освітній діяльності та регулюється внутрішніми положеннями: положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ (2019, <https://cutt.ly/77szeP3>), положення про організацію освітнього процесу у ВНАУ. п.3.5, (2019 р., <https://cutt.ly/a46WlGx>). Відповідно до п. 11 положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ, вчасне реагування на виявлені недоліки забезпечується під час реалізації таких процесів як: оцінювання знань здобувачів ВО, організації роботи ДЕК, обрання студентами вибіркового навчального дисциплін, перевірки робіт НПП та студентів на плагіат, щорічного звітування НПП, преміювання та матеріальне стимулювання НПП, проведення навчальних занять, відкритих занять, взаємовідвідування лекцій. ЕГ зазначає, що положення розроблені у відповідності до ДСТУ ISO 9001:2015 «Системи управління якістю. Вимоги» та ДСТУ ISO 19011:2012 «Настанови щодо здійснення аудитів систем управління» і регламентує порядок планування і проведення внутрішніх аудитів системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, а також аналізу отриманих результатів. Відповідно до п. 8 положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ, до уваги приймаються зауваження здобувачів та роботодавців, а також членів комісії попередніх акредитацій. Під час запровадження дистанційного та змішаного навчання через карантинні заходи та військову агресію, у ВНАУ створені умови для організації навчального процесу з використанням онлайн платформ та платформи дистанційного навчання університету (накази та розпорядження ректора за 2020-2022 роки про організацію освітнього процесу змішаної та дистанційні форми навчання). Наявна система забезпечення якості ЗВО забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в ОП або освітній діяльності підтверджено документально (положеннями, розпорядженнями, наказами та онлайн зустріччю 8).

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

Акредитація ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня є первинною.

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

В академічній спільноті ЗВО сформована культура якості, яка сприяє розвитку ОП Маркетинг та освітній діяльності. Університетом проводяться опитування стейкхолдерів (здобувачів ВО, НПП, роботодавців). Функціонує відділ моніторингу якості освітнього процесу та контролю академічної доброчесності. Управління якістю в університеті носить системний характер і сформоване відповідно до положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти у ВНАУ (2019, <https://cutt.ly/77szeP3>). На зустрічі з керівництвом ЗВО підтверджено системний підхід до формування культури якості з моменту започаткування програми, що формує спільні цінності для стейкхолдерів. Під час огляду матеріально-технічної бази було підтверджено наявність скриньок довіри у навчальних корпусах та гуртожитках. Ця інформація підтверджена здобувачами та НПП. Під час зустрічі і керівництвом структурних підрозділів повідомлено про періодичне проведення семінарів для популяризації культури якості та дотримання академічної доброчесності. У ВНАУ сформована культура якості, що підтверджено документально та зустріччю 8.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

1. ОП має прозорі, чіткі та зрозумілі для всіх стейкхолдерів процедури розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП. 2. Здобувачі та роботодавці щорічно беруть участь в процедурах обговорення та моніторингу ОП. Під час реалізації ОП існує практика партнерських відносин між здобувачами, НПП та роботодавцями. 3. У ВНАУ створений чіткий та прозорий механізм управління якістю організації навчального процесу та вирішення його недоліків.

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

До слабких сторін ЕГ відносить: 1. До реалізації ОП в якості стейкхолдерів залучені директори підприємств, представники державних органів влади, головний бухгалтер, начальник відділу виробництва, академічна спільнота інших ЗВО та наукових установ. Однак, в сфері маркетингу за посадою працює лише директор департаменту маркетингу та туризму Вінницької міської ради. 2. У наданих рецензіях до ОП відсутні зауваження та пропозиції, а також дати їх підпису. Рекомендації: 1. Активно залучати до реалізації ОП стейкхолдерів, які дотичні до маркетингової діяльності підприємства та можуть поширити практичний досвід серед НПП та здобувачів щодо особливостей запровадження сучасного маркетингу. 2. Передбачити в рецензії на ОП рекомендації та пропозиції щодо її покращення, а також дату підпису документа.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 8, ЕГ вважає, що внутрішнє забезпечення якості ОП має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритерієм 8.1, високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 8.2-8.5 та 8.7. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, відповідність внутрішнього забезпечення якості вимогам Критерію 8 є достатньою. Виявлені недоліки не є суттєвими та не впливають на загальну оцінку.

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.

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що у ВНАУ права та обов'язки всіх учасників ОП регулюються правилами та процедурами, відображеними в низці документів зокрема: Правах та обов'язках учасників ОП ВНАУ відповідно до закону України «Про вищу освіту» (<https://cutt.ly/i4LrA9y>); Статуті ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/S4Lw3Oj>), Колективному договорі (2019 р., <https://cutt.ly/r4LegDd>) зі змінами від 25.02.2021 року (<https://cutt.ly/G4Lextk>); Положенні про етичні норми поведінки учасників освітнього процесу у ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/24LeB96>), Антикорупційній програмі ВНАУ (2017 р., <https://cutt.ly/k467KjG>), Положенні про організацію освітнього процесу (2019 р., <https://cutt.ly/o7qSow2>), Положенні про надання індивідуального графіка відвідування занять студентами ВНАУ (2019 р., <https://cutt.ly/57qDgjq>), Положенні про проведення практики здобувачів вищої освіти Вінницького національного аграрного університету (2018 р., <https://cutt.ly/V7qDEuz>), Положенні про організацію та проведення стажування (практики) студентів, аспірантів ВНАУ (2020 р., <https://cutt.ly/17qDO5u>) тощо. Обов'язки здобувачів ВО за ОП щодо досягнення програмних РН та компетентностей визначені в силабусах навчальних дисциплін (<https://cutt.ly/47qD8FH>). Зазначені вище документи є доступними для всіх здобувачів ВО за ОП та оприлюдненими у вільному доступі на офіційному вебсайті ВНАУ (<https://cutt.ly/n7qFexn>) та офіційній вебсторінці кафедри аграрного менеджменту та маркетингу (<https://cutt.ly/47qD8FH>). За результатами спілкування з НПП, здобувачами ВО та представниками студентського самоврядування (Зустріч 3-4, 7), ЕГ переконалась, що учасники ОП є обізнаними у своїх правах та обов'язках. Таким чином, ЕГ прийшла до висновку, що визначені правила та процедури, які регулюють права та обов'язки всіх учасників ОП, є чіткими, зрозумілими та доступними для всіх учасників ОП.

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.

У ході акредитаційної експертизи, ЕГ пересвідчилася, що офіційній вебсторінці кафедри аграрного менеджменту та маркетингу (<https://cutt.ly/m7qb9G5>) оприлюднено проєкт ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» (2023 р., <https://cutt.ly/T7qnDuV>) та рецензії стейкхолдерів на дану ОП (<https://cutt.ly/g7qnKvz>). Під час спілкування зі здобувачами ВО за ОП, гарантом та робочою групою, ЕГ пересвідчилася у врахуванні побажань здобувачів ВО та інших стейкхолдерів при перегляді ОП «Маркетинг» (Зустрічі 1, 4-5). Пропозиції та зауваження щодо проєкту ОП можна виразити під час розширеного засідання кафедри аграрного менеджменту та маркетингу або надіслати до ВНАУ за адресою 21008, м. Вінниця, вул. Пирогова, 3 кафедра аграрного менеджменту та маркетингу, а також через електронну пошту agmen@vsau.vin.ua. ЕГ зауважує, що процес узагальнення та оприлюднення пропозицій до ОП за результатами громадського обговорення є недостатньо відпрацьованим. На сайті опубліковано рецензії стейкхолдерів на ОП, але не розміщені конкретні пропозиції після закінчення громадського обговорення ОП. На запит ЕГ, гарантом ОП було надано документи (витяг з протоколу засідань кафедри), які підтверджують впровадження чи відхилення рекомендацій здобувачів ВО за ОП, НПП та стейкхолдерів до ОП «Маркетинг» щодо її оновлення. Таким чином, ЕГ встановила, що у 2022 році за результатами анкетування здобувачів ВО за ОП було ухвалено вивести з переліку обов'язкових дисциплін ОК Історія економіки та економічної думки; за результатами анкетування НПП ухвалено вивести ОК Регіональна економіка та доповнити перелік обов'язкових дисциплін ОК Основи права. За пропозицією доцентки Хаєцької О.П. було ухвалено розділити ОК Економічна теорія (Основи економічної теорії, Мікроекономіка, Макроекономіка) на Економічна теорія (Основи економічної теорії) та Економічна теорія (Мікроекономіка, Макроекономіка); за рекомендацією НПП кафедри фінансів, банківської справи та страхування було введено ОК Фінансова грамотність.

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

На офіційній вебсторінці кафедри аграрного менеджменту та маркетингу ВНАУ (<https://cutt.ly/m7qb9G5>) оприлюднено у вільному доступі ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», яка затверджена Вченою радою університету (Протокол № 11 від 27 травня 2022 року) (<https://cutt.ly/M7qmo7Y>) та введена в дію з 1 серпня 2022 року наказом ректора № 146 від 31 травня 2022 року. У рамках документа ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» надано повний опис ОП, зокрема відображено мету ОП, цілі навчання, об'єкт вивчення, програмні РН, програмні компетентності та компоненти ОП, які є достатніми для ознайомлення заінтересованих сторін (стейкхолдерів) та суспільства. На офіційній вебсторінці кафедри аграрного менеджменту та маркетингу ВНАУ (<https://cutt.ly/m7qb9G5>) надано перелік посилань на оприлюднені силабуси обов'язкових та вибіркових дисциплін ОП «Маркетинг». За результатами аналізу силабусів обов'язкових та вибіркових дисциплін ОП «Маркетинг». ЕГ прийшла до висновку, що обсяг оприлюдненої у відкритому доступі інформації є достатнім для ознайомлення всіма учасниками ОП. Обсяг оприлюдненої інформації дозволяє вступникам здійснити потенційним вступникам виважене рішення щодо вступу на ОП, тоді як заінтересованим сторонам (стейкхолдерам) – надати зауваження та пропозиції щодо покращення підготовки здобувачів ВО за ОП «Маркетинг». Однак, за результатами аналізу представлених силабусів, ЕГ прийшла до висновку щодо необхідності перевірки та оновлення списку рекомендованої літератури та інтернет-ресурсів у низці силабусів. Зокрема, недоцільним є: посилання на ненадійні джерела інформації такі як ukrreferat.com (силабуси навчальних дисциплін «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингове планування» та KonspEct.com (силабус навчальної дисципліни «Основи права»), застаріла література 2001-2007 та відсутність сучасних джерел (силабус навчальної дисципліни «Основи маркетингу»).

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

До сильних сторін відносяться: 1. Оприлюднення на вебсайті ВНАУ точної та достовірної інформації про ОП «Маркетинг», а також силабусів навчальних дисциплін. 2. Розроблені чіткі та зрозумілі правила та процедури, що регулюють права та обов'язки здобувачів ВО.

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

До слабких сторін за критерієм 9 належать: 1. Процес узагальнення та оприлюднення пропозицій і зауважень до ОП «Маркетинг» за результатами громадського обговорення від усіх груп стейкхолдерів є недостатньо відпрацьованим. 2. На вебсторінці кафедри аграрного менеджменту та маркетингу ВНАУ не опубліковуються у вільному доступі пропозиції після закінчення громадського обговорення проєкту ОП. 3. В силабусах низки ОК, зокрема «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингове планування», «Основи права» наявні посилання на ненадійні джерела інформації (KonspEct.com, ukrreferat.com в списках рекомендованої літератури та інтернет-ресурсів. 4. Рекомендована література в силабусі ОК «Основи маркетингу» є застарілою (2001-2007). Рекомендовано: 1. Узагальнювати та оприлюднювати у вільному доступі пропозиції до ОП на офіційній вебсторінці кафедри аграрного

менеджменту та маркетингу ВНАУ після закінчення громадського обговорення. 2. Знайти альтернативу ненадійним джерелам інформації (KonspEct.com, ukreferat.com) в списках рекомендованої літератури та інтернет-ресурсів в силабусах ОК «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингове планування» та «Основи права» до початку 2023-2024 н.р. 3. Оновити рекомендовану літературу в силабусі ОК «Основи маркетингу» посиланнями на сучасні джерела інформації до початку 2023-2024 н.р.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Враховуючи наведені сильні та слабкі сторони у контексті Критерію 9, ЕГ вважає, що вимоги щодо прозорості й публічності діяльності ОП «Маркетинг» мають високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритерієм 9.1, а також достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 9.2-9.3. Враховуючи узгодженість за усіма підкритеріями, релевантність фактів та їх контексту, відповідність вимог щодо прозорості й публічності діяльності ОП «Маркетинг» вимогам Критерію 9 є достатніми.

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 напряміві досліджень наукових керівників.

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

5. Існує практика участі наукових керівників аспірантів у дослідницьких проєктах, 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.

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Легеза Дарья Георгіївна

Члени експертної групи

Кушнір Тарас Михайлович

Ус Яна Олександрівна