

## ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"</b>
Освітня програма	<b>411 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

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	Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	411
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	Слюсарєва Людмила Валеріївна, Жалдаченко Марія Миколаївна, Федорченко Андрій Васильович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	29.04.2020 р. – 01.05.2020 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	<a href="http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage_87/files/vidomosti_pro_samoanaliz_op_075_marketing_bakalavr.pdf">http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage_87/files/vidomosti_pro_samoanaliz_op_075_marketing_bakalavr.pdf</a>
Програма візиту експертної групи	<a href="http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/news_150/files/programa_onlayn_ekspertizi_hai.pdf">http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/news_150/files/programa_onlayn_ekspertizi_hai.pdf</a>

### 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 та освітня діяльність ЗВО за цією програмою відповідає критеріям 1-9 оцінювання її якості, що є обов'язковою умовою для акредитації. Підготовка за ОП відбувається відповідно до «Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 977 від 11.07.2019 р., та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р. Мета ОП корелює зі «Стратегією розвитку Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (ХАІ) на 2019-2029 рр.» і передбачає підготовку фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного впровадження принципів маркетингової діяльності, і які здатні вирішувати управлінські та дослідницькі завдання. Виявлений у ході експертизи вектор розвитку освітньої діяльності за даною ОП дозволяє стверджувати про наявність достатніх перспектив для цього.

### **Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик**

1) Врахування потреб і запитів здобувачів вищої освіти, академічної спільноти, а також зовнішніх стейкхолдерів на основі системного вимірювання рівня задоволення якістю освітніх послуг суб'єктами освітнього процесу. 2) На веб-сайті ЗВО наявні нормативна база і положення, в яких регламентовано особливості реалізації освітнього процесу і механізм побудови індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти. 3) Робота наукових гуртків кафедри економіки та маркетингу за напрямками «Маркетинг» та «Цифровий маркетинг» і досягнення здобувачів вищої освіти на всеукраїнських конкурсах та олімпіадах за спеціальністю 075 «Маркетинг». 4) В університеті створено дієву внутрішню систему забезпечення якості освіти, а стимулювання викладацької майстерності підтверджується наявністю у НПП кафедри економіки та маркетингу відповідних винагород. 5) Наявних матеріально-технічних ресурсів та навчально-методичного забезпечення достатньо для професійного, фізичного та духовного розвитку здобувачів ВО за даною ОП, доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів університету для них є безкоштовним. 6) Здобувачам ВО надається достатня освітня та організаційна підтримка, існують чіткі механізми і правила вирішення конфліктних ситуацій, запобігання корупції, наявний сприятливий морально-психологічний клімат та умови для навчання за ОП. 7) Залучення представників бізнесу до періодичного оцінювання і перегляду ОП, а також до надання аналітичних матеріалів і керівництва студентськими науковими роботами.

### **Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення**

1) За окремими компонентами ОП не повною мірою враховує вимоги Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти і потребує доопрацювання у процесі подальшого її перегляду. 2) Рекомендується переглянути логіку викладання окремих дисциплін, зокрема вибіркового компоненту ОП. 3) Рекомендується розглянути можливість збільшення кількості годин на вивчення іноземних мов і впровадження в ОП навчальних дисциплін, які забезпечують можливість більш глибокого оволодіння навичками soft skills. 4) Методичне забезпечення по окремим компонентам ОП потребує доопрацювання в частині визначення конкретних компетентностей та програмних результатів навчання, визначених у ній. 5) Необхідність врахування в процесі викладання навчальних дисциплін ОП передових досягнень і практик сучасного маркетингу. 6) Викладання обов'язкових та вибіркового компоненту ОП забезпечується НПП кафедри економіки та маркетингу, кваліфікація яких переважно підтверджена лише науковою, науково-педагогічною, педагогічною чи іншою професійною діяльністю, а професіонали-практики та представники роботодавців до аудиторних занять на системній основі не залучаються. 7) Складність процедур пошуку інформації на веб-ресурсах ЗВО, відсутність результатів соціологічних опитувань здобувачів ВО та інших учасників освітнього процесу, а також проектів і результатів обговорення змін до даної ОП.

## **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.**

Мета і характеристики, сформульовані в Освітній програмі (далі – ОП) «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженій Вченою радою Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (далі - університет) 20 березня 2019 р., Протокол № 9 ([http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage\\_56/files/075\\_op\\_marketing\\_bakalavr.pdf](http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage_56/files/075_op_marketing_bakalavr.pdf)) загалом відповідають місії та меті, затвердженим у Стратегії розвитку університету на 2019-2029 рр. (<https://khai.edu/assets/documents/1299/Стратегія%20розвитку%20Національного%20аерокосмічного%20університету%20і.м.%20М.Є.%20Жуковського%20на%202019-2029%20роки.pdf>).

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

Цілі ОП та програмні результати навчання визначені з урахуванням інтересів здобувачів вищої освіти, представників академічної спільноти і потреб роботодавців. Це було підтверджено під час зустрічей, які проводились відповідно до програми акредитаційної експертизи з використанням технічних засобів відеозв'язку, зокрема: на організаційній зустрічі з гарантом ОП Дороніним А.В., на зустрічі 2 з викладацьким складом випускової кафедри економіки та маркетингу, на зустрічі 3 зі здобувачами вищої освіти (день 1 – 29.04.2020 р.), а також на зустрічі 4 з представниками студентського самоврядування і на зустрічі 6 зі стейкхолдерами – ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ МАРКЕТИНГ ГРУП», директор Сінаюк Олег Юрійович і ТОВ «АРПІ», керівник відділу маркетингу Логоша Галина Володимирівна (день 2 – 30.04.2020 р.). Вони були також підтверджені документально: 1) Рецензіями-відгуками зазначених стейкхолдерів на ОП (без дат і вихідних номерів); 2) Рецензією-відгуком президента ГО «Українська асоціація маркетингу» Лилик Ірини Вікторівни (від 04.03.2019 р.). Зазначені рецензії-відгуки розташовані на сайті факультету програмної інженерії та бізнесу в розділі «Рекомендації та пропозиції щодо освітньої програми» (<http://faculty6.khai.edu/uk/site/rekomendatsiyi-ta-propozi.html>), в якому будь-який учасник освітнього процесу або стейкхолдер може залишити свої пропозиції, скарги чи рецензії, спрямовані на покращення ОП. 3) Підсумками соціологічного дослідження серед студентів університету, спрямованого на вивчення напрямів удосконалення якості освітнього процесу в ньому, які доповідалися помічником ректора із забезпечення якості освіти Ю.А. Воробйовим та обговорювалися на Вченій раді університету 18.12.2019 р. (Протокол №5). Загалом було опитано 41,4% від загальної кількості студентів університету, ставилися питання типу: «Чи можна сказати, що ХАІ відповідає вашому уявленню про ЗВО, який бореться за якість вищої освіти?» (68,8% схвальних відповідей). В результаті проведених зустрічей з керівництвом (зустріч 1, день 1), з адміністрацією університету (зустріч 5, день 2) та учасниками освітнього процесу встановлено, що такі соціологічні дослідження проводяться періодично на регулярній основі мінімум 1 раз на семестр із метою визначення першочергових завдань щодо вдосконалення освітнього процесу в університеті (Розпорядження помічника ректора із забезпечення якості освіти Ю.А. Воробйова №71 від 27.09.2019 р. і № 74а від 08.10.2019 р.).

## **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.**

Університет спільно з аерокосмічним кластером «Мехатроніка» здійснює дослідження галузевого ринку праці Харківського регіону для прогнозування його кадрових потреб. Це дозволило університету спільно з промисловими підприємствами запустити пілотний проект із розробки професійних стандартів, які мають бути покладені в основу створення нових ОП. В університеті підготовлено й у 2019 р. затверджено «Положення про Галузеву раду при інноваційному аерокосмічному кластері «Мехатроніка» з розробки та розвитку системи професійних кваліфікацій та професійних стандартів у аерокосмічній галузі». НПП кафедри економіки та маркетингу також здійснюють аналіз ринку праці для спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. Ведеться робота з удосконалення окремих компонентів ОП у контексті врахування вимог ринку праці й відгуків роботодавців. Встановлюються контакти з випускниками ОП та проводяться їх опитування (витяги з протоколів засідання кафедри 605 №2 від 26.09.2019 р. і №9 від 19.02.2020 р.). Однак у процесі проведення онлайн-експертизи не вдалося встановити, як саме і в який спосіб подібна робота реалізується НПП кафедри з конкретними випускниками ОП, якою була їх кількість, а також інші результати.

## **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.**

Чинна ОП загалом дозволяє досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р. (далі – Стандарт). Однак

окремі компоненти ОП потребують приведення їх у відповідність до вимог даного Стандарту. Зокрема, в ній відсутній ПРН18, який міститься у Стандарті. Виникають питання, чим керувалися розробники ОП, додаючи свій перелік загальних і спеціальних (фахових) компетентностей, а також програмних результатів навчання до тих, які визначені у Стандарті. Їх підбір виглядає дискусійним, оскільки охоплює питання макроекономіки (ФК15 і ПРН19), економіко-математичного моделювання (ФК17), зовнішньоекономічної політики держави (ФК18), регулювання соціально-трудових відносин (ФК19) та ін. Також ПРН21 («...планувати можливості особистого професійного розвитку») фактично дублює визначений у Стандарті ПРН16 («...підвищувати рівень особистої професійної підготовки»), а ПРН22 сформульований надто вузько (концепції лідерства в менеджменті) і т.п. Унаслідок цього розвивається фокус ОП, визначений у її Розділі 3, як «...опанування сучасного інструментарію маркетингових досліджень на основі оволодіння цифровими маркетинговими технологіями бізнес-середовища та використання маркетингу в управлінні підприємствами». Варто зауважити, що досить суперечливою виглядає можливість досягти ПРН22 «Демонструвати знання теорії, методів і функцій сучасних концепцій лідерства» в межах навчальної практики студентів першого курсу (ОК36), написання й захисту курсової роботи з маркетингу (ОК20), а також викладання таких навчальних дисциплін, як, наприклад, електронна комерція (ОК29). Під час обговорення цього питання з викладацьким складом кафедри економіки та маркетингу (зустріч 2, день 1) експертна група не змогла отримати вичерпних пояснень з цього приводу.

## **Загальний аналіз щодо Критерію 1:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.**

1) Відповідність мети ОП стратегії розвитку університету на 2019-2029 рр. 2) Врахування потреб і запитів здобувачів вищої освіти, академічної спільноти, а також стейкхолдерів на основі системного вимірювання рівня задоволення якістю освітніх послуг суб'єктами освітнього процесу. 3) В ОП ураховано основні тенденції розвитку ринку праці у галузевому та регіональному аспектах.

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

1) В результаті проведення онлайн-експертизи не конкретизовано, як у процесі розробки ОП враховувалися передові наукові досягнення і кращі практики у сфері сучасного маркетингу. 2) За окремими компонентами ОП не повною мірою враховує вимоги Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти і потребує доопрацювання у процесі подальшого її перегляду.

### **Рівень відповідності Критерію 1.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недоліками, що є несуттєвими.

## **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 освітньої програми відповідає вимогам чинного законодавства щодо навчального навантаження для бакалаврських ОП. Зміст ОП «Маркетинг» регламентується Стандартом вищої освіти України галузі знань 07 «Управління і адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня, затвердженого і введеного в дію наказом МОН України від 05.12.2018 року, №1343. Розподіл обов'язкових та вибіркових компонентів ОП структурно становить 179,52 та 60,48 кредитів ЄКТС відповідно, а її загальний обсяг становить 240 кредитів ЄКТС. Разом із цим у ОП не описано механізм перезарахування кредитів ЄКТС, отриманих здобувачами вищої освіти в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). Натомість у Стандарті вищої освіти така можливість для ЗВО передбачена, у т.ч. і для випускників неспоріднених спеціальностей.

## **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.**

На підставі проведеного аналізу встановлено, що зміст ОП «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти має чітку структуру і складається із освітніх компонент, що логічно включені до неї. Водночас потребують уточнення перелік та зміст програмних компетентностей та програмних результатів навчання за ОП у відповідності до Стандарту ВО, а саме: на думку експертної групи ПРН 16 за своєю сутністю співпадає з ПРН 21 ОП, при цьому у освітній програмі не знайшов свого відображення ПРН 18, який є у Стандарті за даною спеціальністю. Найменування освітніх компонент ОП, їх обсяг, тривалість викладання, форми контролю відповідають «Положенню про організацію освітнього процесу», затвердженому Вченою радою університету 18.05.2016 р., Протокол №10 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20організацію%20освітнього%20процесу.pdf>), а також узгоджені із потребами ринку праці. Водночас, дані ОП ([http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage\\_87/files/075\\_or\\_marketing\\_bakalavr.pdf](http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage_87/files/075_or_marketing_bakalavr.pdf)) та навчального плану свідчать про певну невідповідність терміну навчання (3 роки 10 місяців – в ОП, 4 роки – в навчальному плані), яке, на думку гаранта ОП (організаційна зустріч із гарантом, день 1) пояснюється тим, що в навчальний план включаються літні канікули випускного курсу, а в освітню програму – ні. Окрім зазначеного, рекомендовано переглянути логіку викладання окремих дисциплін, враховуючи той факт, що ЗВО розглядає інноваційність даної ОП у наявності дисципліни «Цифровий маркетинг» (ВК 1-7). Рекомендується перенести дисципліну із вибіркового блоку в обов'язковий. Крім того, у навчальному плані вибіркового блоку 2 містить дві компоненти з однаковою назвою, проте різною кількістю кредитів і різними формами підсумкового контролю (ВК1-1 «Комп'ютерні технології оброблення економічної та маркетингової інформації»). Внаслідок цього обсяг кредитів та структура вибіркового блоку 1 та 2 в ОП не співпадають.

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

Зміст ОП загалом відповідає предметній області, яка визначена для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Його також слід вважати досить актуальним для перспектив подальшого розвитку й удосконалення ОП у процесі її наступного перегляду.

## **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 для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін у обсязі, передбаченому законодавством, який становить 25,2%. На сайті ЗВО наявні «Положення про забезпечення права студентів на вибір дисциплін», затверджене Вченою радою 22.06.2016 р., Протокол №11 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20забезпечення%20права%20студентів%20на%20вибір%20дисциплін.pdf>) та «Положення про навчання здобувачів вищої освіти за індивідуальним графіком», затверджене Вченою радою 22.01.2020 р., Протокол №6 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2%20%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8%20%D0%B7%D0%B0%20%D1%96%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BC%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%BE%D0%BC.pdf>). Під час спілкування зі здобувачами вищої освіти (зустріч 3, день 1) було підтверджено, що вони обирають вибіркові дисципліни (зокрема, ВК9 ОП – гуманітарну дисципліну за вибором) та окремі вибіркові блоки дисциплін (вибіркового блоку 1 чи 2) в онлайн-режимі за допомогою наявної в ЗВО системи PILOT. Також ЗВО здійснює роботу в напрямку подальшого вдосконалення процедури вибору дисциплін і розглядає можливість створення їх загальноуніверситетського пулу, що в перспективі надасть можливість ще більшої автономії у виборі дисциплін варіативної частини ОП.

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

Практична підготовка здобувача ВО є обов'язковим компонентом ОП, яка в університеті регулюється «Положенням про організацію освітнього процесу», затвердженим Вченою радою 18.05.2016 р., Протокол №10 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2%20%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8%20%D0%B7%D0%B0%20%D1%96%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BC%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%BE%D0%BC.pdf>).

1%8F%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%20%Do%BE%D1%80%Do%B3%Do%Bo%Do%BD%D1%96%Do%B7%Do%Bo%D1%86%D1%96%D1%8E%20%Do%BE%D1%81%Do%B2%D1%96%D1%82%Do%BD%D1%8C%Do%BE%Do%B3%Do%BE%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%D1%86%Do%B5%D1%81%D1%83.pdf). В структурі ОП наявні ознайомча (3 кредити ЄКТС – 90 годин), навчальна (3 кредити ЄКТС – 90 годин) та дві виробничих практики (6 кредитів ЄКТС – 180 годин). Загальний обсяг практичної підготовки здобувачів ВО становить 360 годин (або 12 кредитів ЄКТС). Результати фокус-груп (зустрічі 2 і 3 з викладацьким складом і здобувачами ВО, день 1) свідчать, що ознайомчу практику студенти проходять на випусковій кафедрі ЗВО, всі інші види практик – на виробничих підприємствах. У процесі проведення експертизи встановлено, що в університеті наявні договори на проходження практики студентами з різними підприємствами, установами, організаціями.

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

Набуття соціальних навичок переважно відбувається за рахунок вибіркового компоненту ОП. Наразі в її межах достатньою мірою розвиваються соціальні навички, однак, на думку експертів, недостатньо представлені softskills, які є важливими для маркетологів, наприклад, із командної взаємодії, лідерства, управління часом та ін. Тому, зокрема, рекомендується розглянути можливість включення до ОП навчальної дисципліни «Психологія», яка забезпечить можливість оволодіння знаннями, необхідними для вивчення таких фахових дисциплін, як «Поведінка споживачів», «Маркетингові дослідження» та ін. Також за інформацією, отриманою за результатами проведення фокус-груп зі студентами (зустріч 3, день 1) та представниками студентського самоврядування університету (зустріч 4, день 1), необхідно переглянути ОП у напрямку збільшення кількості годин, що виділяються на вивчення іноземних мов. Здобувачі вищої освіти зазначили, що вони можуть самостійно підвищувати рівень своїх знань в контексті оволодіння іноземними мовами, у т.ч. на базі їх університету, однак це є суттєвим мотивом для підготовки їх до вступу для подальшого навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти за даною спеціальністю.

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

Професійний стандарт для спеціальності 075 «Маркетинг» наразі не розроблено. Але ОП враховує зміст НРК та зорієнтована на набуття таких компетентностей, які дозволяють бакалаврам маркетингу виконувати роботу фахівця за наступними професіями (за класифікатором ДК 003:2010): організатор з постачання, організатор зі збуту, товарознавець та ін.

## **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.**

Навчальний час здобувача ВО визначається обсягом кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття відповідного ступеня вищої освіти відповідно до вимог Розділу 5 «Положення про організацію освітнього процесу», затвердженого Вченою радою університету 18.05.2016 р., Протокол №10 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%Do%9F%Do%BE%Do%BB%Do%BE%Do%B6%Do%B5%Do%BD%Do%BD%D1%8F%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%20%Do%BE%D1%80%Do%B3%Do%Bo%Do%BD%D1%96%Do%B7%Do%Bo%D1%86%D1%96%D1%8E%20%Do%BE%D1%81%Do%B2%D1%96%D1%82%Do%BD%D1%8C%Do%BE%Do%B3%Do%BE%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%D1%86%Do%B5%D1%81%D1%83.pdf>). ЗВО реалістично оцінює обсяг самостійної роботи, керуючись «Положенням про самостійну роботу студентів», затвердженим Вченою радою університету 26.09.2012 р., Протокол №1 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%Do%9F%Do%BE%Do%BB%Do%BE%Do%B6%Do%B5%Do%BD%Do%BD%D1%8F%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%20%D1%81%Do%Bo%Do%BC%Do%BE%D1%81%D1%82%D1%96%Do%B9%Do%BD%D1%83%20%D1%80%Do%BE%Do%B1%Do%BE%D1%82%D1%83%20%D1%81%D1%82%D1%83%Do%B4%Do%B5%Do%BD%D1%82%D1%96%Do%B2.pdf>). З цієї метою також періодично проводяться опитування здобувачів ВО та інших учасників навчального процесу, що підтверджено інформацією, отриманою від фокус-груп (зустріч 3 зі здобувачами вищої освіти, день 1 і зустріч 5 з адміністрацією, день 2).

## **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.**

За даною ОП наразі не здійснюється підготовка здобувачів ВО за дуальною формою навчання. Проте у перспективах розвитку ОП зазначено, що розглядається можливість впровадження даної форми освіти.

## **Загальний аналіз щодо Критерію 2:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.**

1) На веб-сайті ЗВО наявні нормативна база і положення, в яких регламентовано механізм реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача ВО. 2) Здобувачі ВО обізнані з варіантами вибору освітніх компонент програми. 3) В ЗВО застосовується інформаційна система PILOT, яка дозволяє в онлайн-режимі формувати індивідуальну освітню траєкторію здобувача.

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

1) Потребують уточнення перелік і зміст програмних компетентностей та програмних результатів навчання за ОП у відповідності до чинного Стандарту ВО. 2) Рекомендується переглянути логіку викладання окремих дисциплін. Зокрема, враховуючи той факт, що ЗВО розглядає інноваційність ОП у наявності дисципліни «Цифровий маркетинг», рекомендується перенести її із вибіркового блоку в обов'язковий. 3) Рекомендується перегляд ОП у напрямку збільшення кількості годин на вивчення іноземних мов. 4) Рекомендується розглянути можливість впровадження в ОП навчальних дисциплін, які забезпечують можливість більш глибокого оволодіння soft skills, зокрема навичками командної взаємодії, лідерства, управління часом та психологічними аспектами роботи сучасного маркетолога.

### **Рівень відповідності Критерію 2.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недоліками, що є несуттєвими.

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

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

Правила прийому на навчання за даною ОП розроблені приймальною комісією університету відповідно до Умов прийому до вищих навчальних закладів України в 2020 році, затверджених наказом МОН України від 11 жовтня 2019 року № 1285, та відповідно положенню про Єдину державну електронну базу з питань освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 13 липня 2011 року № 752. Правила прийому затверджені Вченою радою університету 18.12.2019 р. , Протокол №5 і оприлюднені на його офіційному веб-сайті ([https://khai.edu/assets/documents/29/Правила\\_2020\\_без\\_додатков.pdf](https://khai.edu/assets/documents/29/Правила_2020_без_додатков.pdf)). Правила прийому на навчання за даною ОП є достатньо чіткими і зрозумілими, вони не містять дискримінаційних положень. Для здобуття вищої освіти за даною ОП приймаються особи, які здобули повну загальну середню освіту або освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). Здобувачі ВО на зустрічі з (день 1) не висловлювали зауважень щодо правил прийому на навчання за даною ОП.

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

При прийомі на навчання на конкурсній основі вступник має надати результати Зовнішнього незалежного оцінювання. Згідно п. 2 Додатку 4 до «Правил прийому на навчання до ХАІ в 2020 р.», перший конкурсний предмет для всіх спеціальностей (спеціалізацій) – українська мова та література. Для вступу на ОП підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» також можуть прийматися сертифікати з математики (другий предмет) та іноземної мови або географії (третій предмет) (<https://khai.edu/assets/documents/29/Додаток%204.pdf>). Згідно п. 2 Розділу 2 «Правил прийому на навчання до Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» в 2020 р.» (далі – Правила), вступники приймаються на навчання на перший курс ([https://khai.edu/assets/documents/29/Правила\\_2020\\_без\\_додатков.pdf](https://khai.edu/assets/documents/29/Правила_2020_без_додатков.pdf)). Особам, які здобули ОКР молодшого спеціаліста, ХАІ може перезарахувати кредити ЄКТС, максимальний обсяг яких визначено Стандартом вищої освіти (за відсутності стандарту – не більше 120 кредитів ЄКТС). Такі особи можуть прийматись на другий курс (старші курси) або на перший курс (зі скороченим строком навчання). Для здобуття ступеня молодшого бакалавра, бакалавра за іншою спеціальністю особи можуть прийматись на перший або старші курси (у т.ч. зі скороченим



строком навчання). Згідно п. 1 Розділу 3 зазначених вище Правил, фінансування підготовки здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» може здійснюватися за рахунок: витатків державного бюджету (державне замовлення), цільових пільгових державних кредитів, за ваучерами та за кошти фізичних та/або юридичних осіб (на умовах договору). Експертна група констатує, що Правила прийому на навчання за ОП «Маркетинг» загалом у достатній мірі враховують її особливості.

### **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.**

Процедури визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регламентуються в Розділі 5 «Положення про про академічну мобільність здобувачів та аспірантів Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»», затвердженому Вченою радою 26.09.2012 р., Протокол № 1 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20академічну%20мобільність%20студентів%20та%20аспірантів.pdf>). У ньому передбачено процедури визнання та перезарахування результатів навчання студента ХАІ в університеті-партнері. Зокрема, враховується наданий здобувачем ВО документ із переліком та результатами вивчення дисциплін, кількістю кредитів та інформацією про систему оцінювання навчальних здобутків здобувачів ВО, завірений належним чином іншим ЗВО. Загалом ці правила є достатньо зрозумілими та чіткими. Однак у результаті проведення експертизи експертній групі не вдалося встановити конкретні приклади перезарахування кредитів ЄКТС, отриманих здобувачами ВО за даною ОП в інших ЗВО, в т.ч. у контексті міжнародної академічної мобільності.

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

У процесі здійснення експертизи ОП підготовки бакалаврів маркетингу (зустріч 3 зі здобувачами ВО, день 1) експертній групі не вдалося визначити існуючу в університеті практику визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті. Відповідне положення на офіційному сайті університету відсутнє. Водночас на зустрічі 2 (день 1) із викладацьким складом кафедри економіки та маркетингу було встановлено, що НПП активно застосовує різні онлайн-платформи, а також вивчає іноземну мову з метою підвищення рівня своєї професійної кваліфікації в системі неформальної освіти. Однак посилання на чіткі приклади перезарахування здобутків, отриманих у цій сфері, НПП кафедри навести не змогли. Згідно таблиці 2 Відомостей про самоаналіз ОП, відповідні здобутки є у доц. Голованової М.А. (наприклад, сертифікат про успішне закінчення курсу «Експерт з акредитації освітніх програм: онлайн тренінг», наданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти через платформу масових відкритих онлайн-курсів Prometheus» від 06.10.2019 р.).

## **Загальний аналіз щодо Критерію 3:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.**

1) Правила прийому на навчання за ОП є чіткими та зрозумілими, в них достатньою мірою враховано її особливості. 2) Правила не містять дискримінаційних положень та оприлюднені на офіційному веб-сайті університету. 3) В університеті існують чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання здобувачів ВО, отриманих у інших ЗВО за рахунок їх академічної мобільності.

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

1) Практики навчання здобувачів ВО за даною ОП, а також прикладів перезарахування їм кредитів ЄКТС, отриманих в інших навчальних закладах немає. 2) Практики визнання результатів навчання, отриманих учасниками навчального процесу за даною ОП у неформальній освіті немає.

## **Рівень відповідності Критерію 3.**

Рівень В

### Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з невеликими, що є несуттєвими.

### 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.**

У ЗВО використовується студентоцентризований підхід. Форми проведення навчальних занять, їх обсяг, розподіл бюджету аудиторного навчального часу за окремими формами занять із кожної навчальної дисципліни встановлюється кафедрою, якою вона викладається. Навчання і викладання за ОП здійснюється здебільшого з використанням традиційних форм і методів навчання, а саме: лекцій, практичних та індивідуальних занять, а також консультацій (що підтверджено даними таблиці з Відомостей про самооцінювання ОП). До інноваційних методів навчання ЗВО відносить демонстрацію, бесіду, командну роботу, ситуаційні задачі, самонавчання, дискусію, ділову гру, самостійну роботу з документацією, мозковий штурм та ін. Ці питання у ЗВО регулюються розділом 4 «Положення про організацію освітнього процесу», затвердженого Вченою радою 18.05.2016 р., Протокол №10 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Do%9F%Do%BE%Do%BB%Do%BE%Do%B6%Do%B5%Do%BD%Do%BD%D1%8F%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%20%Do%BE%D1%80%Do%B3%Do%B0%Do%BD%D1%96%Do%B7%Do%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%Do%BE%D1%81%Do%B2%D1%96%D1%82%Do%BD%D1%8C%Do%BE%Do%B3%Do%BE%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%D1%86%Do%B5%D1%81%D1%83.pdf>). За інформацією, отриманою під час проведення фокус-груп із НПП кафедри економіки та маркетингу і зі здобувачами вищої освіти (зустрічі 2 та 3, день 1) встановлено, що до навчального процесу за спеціальністю періодично залучаються керівники та спеціалісти окремих підприємств, які проводять майстер-класи та інші навчальні заходи. Крім того, в ЗВО активно застосовуються дистанційні форми і методи навчання на основі «Положення про дистанційне навчання», затверджене Вченою радою 26.10.2016 р., Протокол №4 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20дистанційне%20навчання.pdf>) і «Положення про навчальний дистанційний курс», затверджене Вченою радою 26.10.2016 р., Протокол №4 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Do%9F%Do%BE%Do%BB%Do%BE%Do%B6%Do%B5%Do%BD%Do%BD%D1%8F%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%20%Do%BD%Do%B0%Do%B2%D1%87%Do%B0%Do%BB%D1%8C%Do%BD%Do%B8%Do%B9%20%Do%B4%Do%B8%D1%81%D1%82%Do%B0%Do%BD%D1%86%D1%96%Do%B9%Do%BD%Do%B8%Do%B9%20%Do%BA%D1%83%D1%80%D1%81.pdf>). Водночас, методи, які використовуються у навчальному процесі підготовки бакалаврів маркетингу наразі не знайшли свого відображення у силабусах відповідних навчальних дисциплін. Це ускладнює можливість перевірки зазначених методів на відповідність їх цілям і результатам опанування окремих компонентів ОП спеціальності 075 «Маркетинг».

#### 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).**

У результаті проведення фокус-групи з (день 1) експертами було встановлено, що здобувачі ВО загалом задоволені якістю, формами та методами навчання за даною ОП. Інформація щодо змісту її освітніх компонентів є доступною і розміщується на сайті кафедри економіки та маркетингу у вигляді силабусів (робочих навчальних програм) (<http://faculty6.khai.edu/uk/site/marketing.html>). Водночас у силабусі навчальної дисципліни «Логістика» не зазначено, що вона розроблена для спеціальності «Маркетинг» і що в ній ураховані програмні результати навчання за даною ОП: [http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage\\_171/files/silabus\\_b\\_073\\_281\\_logistika\\_s\\_kp\\_1.pdf](http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage_171/files/silabus_b_073_281_logistika_s_kp_1.pdf)). Наявні у ЗВО результати опитувань здобувачів ВО щодо виявлення рівня задоволеності методами навчання і викладання підтверджують, що вони не перевантажені та їм вистачає часу на самостійну роботу. Результати фокус-груп зі здобувачами ВО (зустріч 3, день 1) та з представниками студентського самоврядування (зустріч 4, день 2) підтверджують цю інформацію. Їх учасники зазначили, що крім традиційних методів збирання зворотньої інформації у вигляді анкет, вони ще мають власні канали комунікацій через месенджери Telegram, Viber та ін. Для визначення результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у ЗВО розроблено «Положення про рейтингове оцінювання досягнень студентів», затверджене Вченою радою 19.12.2018 р., Протокол №6 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Do%9F%Do%BE%Do%BB%Do%BE%Do%B6%Do%B5%Do%BD%Do%BD%D1%8F%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%20%D1%80%Do%B5%Do%B9%D1%82%Do%B8%Do%BD%Do%B3%Do%BE%Do%B2%Do%B5%20%Do%BE%D1%86%D1%96%Do%BD%D1%8E%Do%B2%Do%B0%Do%BD%Do%BD%D1%8F%20%Do%B4%Do%BE%D1%81%D1%8F%Do%B3%Do%BD%Do%B5%Do%BD%D1%8C%20%D1%81%D1%82%D1%83%Do%B4%Do%B5%Do%BD%D1%82%D1%96%Do%B2.pdf>).

#### 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 кафедрі економіки та маркетингу, починаючи з молодших курсів, на постійній основі здійснюється науково-дослідна робота здобувачів ВО за даною ОП. Вона відповідає їх професійним інтересам та напрямкам досліджень, які проводяться НПП кафедри, що підтверджено в процесі спілкування з фокус-групою здобувачів ВО (зустріч 3, день 1). Вони також залучені до наукової роботи кафедри через наукові гуртки «Маркетинг», «Цифровий маркетинг», разом із НПП приймають участь у темах її науково-дослідної роботи. Це також було підтверджено участю та досягненнями здобувачів вищої освіти за даною ОП у олімпіадах, всеукраїнських конкурсах студентських наукових та дипломних робіт та ін. Так, наприклад, вони щорічно приймають участь у конкурсі LoNG; за результатами IV Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт для студентів вищих навчальних закладів зі спеціальності «Маркетинг», фінал якого відбувся 29.04.2020 р. у Хмельницькому національному університеті, здобувачі вищої освіти ОП «Маркетинг» отримали дипломи I і II ступеня за дослідження, виконані на бакалаврському та магістерському рівнях відповідно (Зінчук Я.В. – Диплом I ступеня, науковий керівник доц. Носач Л.Л., Прокопенко Д.І. – Диплом II ступеня, науковий керівник, доц. Голованова М.А.). Зовнішні стейкхолдери (зокрема, роботодавці – ТОВ «Арті») залучаються ЗВО в якості консультантів при виконанні здобувачами ВО наукових та дипломних робіт. Крім того, необхідно зазначити, що на кафедрі економіки та маркетингу є аспірантська (методичний кабінет), в якому є належні умови (в тому числі і наявність комп'ютерної техніки та доступу до мережі Інтернет) та можливості для проведення наукових досліджень.

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

У ЗВО діють положення, що регулюють це питання, зокрема: «Положення про розроблення та модернізацію освітніх програм», затверджене Вченою радою 16.10.2019 р., Протокол №3 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%85%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC.pdf>); «Положення про формування робочої програми навчальної дисципліни», затверджене Вченою радою 20.06.2019 р., Протокол №13 ([https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%A0%D0%9F%D0%9D%D0%94\\_21.06.2019\\_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf](https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%A0%D0%9F%D0%9D%D0%94_21.06.2019_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf)); «Положення про навчальний дистанційний курс», затверджене Вченою радою 26.10.2016 р., Протокол №4 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81.pdf>). В процесі експертизи було встановлено, що перегляд методичного забезпечення окремих компонент ОП на кафедрі має періодичний характер (витяги з протоколів засідання кафедри економіки та маркетингу №11 від 28.04.2019 р., №7 від 23.12.2019 р., витяг з протоколу №6 засідання науково-методичної комісії №3 від університету від 17.01.2020 р.). Однак разом із цим слід зауважити, що методичне забезпечення ОП потребує доопрацювання. Так, розроблені силабуси не містять відповідного переліку компетентностей та конкретних програмних результатів навчання, відображених у ОП. Крім того, під час проведення фокус-групи з НПП кафедри економіки та маркетингу (зустріч 2, день 1) експертам не вдалося зібрати інформацію з конкретними прикладами оновлення викладачами змісту навчальних дисциплін на основі врахування передових наукових досягнень і практик у сфері сучасного маркетингу.

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

В організаційній структурі ЗВО є Центр розвитку інновацій, міжнародного науково-технічного та освітнього співробітництва (<https://khai.edu/ua/university/pidrozdili-universitetu/centr-rozvitku-innovacij/>). На стартовій сторінці сайту ЗВО є інформація для іноземних студентів (<https://khai.edu/ua/international-students/>) та інформація щодо можливостей міжнародної співпраці (<https://khai.edu/ua/university/mizhnarodna-spivpracya1/>). Іноземні студенти даної ОП здобувають освіту за заочною формою навчання. Кількість таких осіб серед здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти становить 5 осіб. Навчання, викладання та наукові дослідження, пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності ЗВО регламентується «Положенням про академічну мобільність студентів та аспірантів Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»», затвердженим Вченою радою 26.09.2012 р., Протокол №1 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20академічну%20мобільність%20студентів%20та%20аспірантів.pdf>). На кафедрі економіки та маркетингу продовжується робота з укладання договорів про академічну мобільність здобувачів ВО. НПП кафедри підвищують свою кваліфікацію шляхом закордонних стажувань та публікацій в іноземних наукових виданнях.

#### **Загальний аналіз щодо Критерію 4:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.**

1) Робота наукових гуртків кафедри за напямками «Маркетинг» та «Цифровий маркетинг». 2) Залучення здобувачів ВО до виконання науково-дослідної роботи кафедри разом із НПП. 3) Досягнення здобувачів ВО на всеукраїнських конкурсах та олімпіадах за спеціальністю 075 «Маркетинг».

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

1) Методичне забезпечення по окремим компонентам ОП потребує доопрацювання. Розроблені силабуси не містять відповідного переліку компетентностей та програмних результатів навчання, відображених в ОП. 2) Необхідність врахування в процесі викладання навчальних дисциплін ОП передових досягнень і практик сучасного маркетингу. 3) Низький рівень академічної мобільності здобувачів ВО за даною ОП, у т.ч. міжнародної.

#### **Рівень відповідності Критерію 4.**

Рівень В

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недоліками, що є несуттєвими.

#### **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.**

ОП ґрунтується на чинних положеннях університету, зокрема, пп. 4.2.1, 4.2.13 «Положення про організацію освітнього процесу», затвердженого Вченою радою 18.05.2016 р., Протокол №10 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20організацію%20освітнього%20процесу.pdf>); пп. 2.1, 2.1.7, 2.1.9, 2.2 «Положення про рейтингове оцінювання досягнень студентів», затвердженого Вченою радою 19.12.2018 р., Протокол № 6 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20рейтингове%20оцінювання%20досягнень%20студентів.pdf>); п. 4.3 «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти», затвердженого Вченою радою 19.04.2017 р., Протокол №13. Відповідність форм оцінювання ПРН наведено в Таблиці з «Матриця відповідності програмних результатів навчання освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання» Відомостей про самооцінювання ОП, яка містить інформацію по формах оцінювання, які застосовуються для всіх її ПРН.

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

ОП та навчальний план загалом відповідають вимогам Стандарту за формою атестації здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні навчання. Разом із цим у п. 3.3 ОП зазначено, що формою атестації здобувачів вищої освіти є захист кваліфікаційної роботи бакалавра для всіх форм навчання. Натомість у розділі IV навчального плану в якості форми державної атестації вказано «Дипломна робота (проект) бакалавра», а далі зазначено «Випускна робота бакалавра». Під час організаційної зустрічі (день 1 о 10.00) гарант ОП відповів, що формою атестації є «Дипломна робота бакалавра». Однак у Розділі IV Стандарту визначено, що атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів). Таким чином необхідно привести у відповідність чинному Стандарту п. 3.3 ОП і розділ IV «Державна атестація» навчального плану в частині коректного формулювання форми атестації здобувачів вищої освіти.

**3. Визначено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для усіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, зокрема включають процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження**

## **результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.**

Студенти розуміють правила проведення контрольних заходів, зокрема і свої можливості оскарження результатів іспитів. Відповідно до програми експертизи, під час зустрічей 3 (день 1) і 4 (день 2), здобувачі вищої освіти та представники студентського самоврядування відповіли, що відповідні правила є чіткими, зрозумілими, доступними, включають процедури оскарження. Деканат факультету програмної інженерії та бізнесу сприяє вирішенню цих питань у разі їх виникнення. Результати іспитів доводяться до відома студентів згідно чітко відпрацьованого порядку. Вони зазначили, що у них конфліктних ситуацій щодо об'єктивності екзаменаційних оцінок не було. Окремо відзначалася роль органів студентського самоврядування і студентського омбудсмена у вирішенні конфліктних ситуацій, однак послатися на конкретні положення чи документи університету, які регламентують вирішення таких ситуацій, здобувачі вищої освіти не змогли. Обов'язковість дотримання принципів академічної доброчесності та право студента на апеляцію у разі непогодження з оцінкою передбачено пп. 2.1.7 і 2.1.9 «Положення про рейтингове оцінювання досягнень студентів», затвердженого Вченою радою університету 19.12.2018 р., Протокол № 6 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20рейтингове%20оцінювання%20досягнень%20студентів.pdf>). У п. 2.2.5 наведеного Положення також регламентується порядок повторного складання контрольного заходу. Забезпечення об'єктивності екзаменаторів і процедури запобігання та врегулювання можливого конфлікту інтересів, протидії дискримінації в університетській спільноті регламентуються Розділами 3 і 4 «Кодексу етичної поведінки», затвердженого Вченою радою університету 20.06.2019 р., Протокол №13 (<https://khai.edu/assets/documents/1277/Кодекс%20етичної%20поведінки.pdf>).

## **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.**

Спілкування з викладачами кафедри (зустріч 2, день 1) засвідчило, що вони обізнані з «Положенням про академічну доброчесність», затвердженим Вченою радою університету 20 червня 2019 р., Протокол № 13 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20академічну%20доброчесність.pdf>). Порядок оскарження рішень про встановлення факту академічної недоброчесності та притягнення до академічної відповідальності здобувача освіти регламентовано в Розділі 6 зазначеного вище Положення. Також питання академічної доброчесності регламентуються Розділом 4 «Кодексу етичної поведінки», затвердженого вченою радою 20.06.2019 р., Протокол №13 (<https://khai.edu/assets/documents/1277/Кодекс%20етичної%20поведінки.pdf>). Питання необхідності дотримання принципів академічної доброчесності періодично обговорюються на засіданнях кафедри. На зустрічі 3 (день 1) студенти зазначили, що вони також ознайомлені з даним Положенням і знають, що їхні роботи перевіряються на наявність плагіату. Відповідні питання також обговорюються на зустрічах із викладачами та адміністрацією університету. За результатами зустрічі 5 (день 2) встановлено, що студентське самоврядування приймало участь у підготовці даного Положення та обговорювало зі студентським активом питання дотримання академічної доброчесності.

### **Загальний аналіз щодо Критерію 5:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.**

1) В ОП передбачено різні форми оцінювання програмних результатів навчання здобувачами ВО, які розроблені у відповідності до чинної нормативної бази функціонування університету. 2) Здобувачі ВО обізнані з особливостями і правилами проведення контрольних заходів, які загалом є чіткими, зрозумілими, доступними та включають процедури оскарження. 3) Здобувачі ВО та інші учасники освітнього процесу періодично приймають участь в обговоренні питань академічної доброчесності.

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

1) Існують розбіжності між найменуванням форми атестації здобувачів ВО, зазначеної в Стандарті вищої освіти, а також тими, що зазначені в ОП і навчальному плані. 2) Здобувачі ВО слабо орієнтуються в нормативних документах університету, які регламентують питання дотримання принципів академічної доброчесності.

### **Рівень відповідності Критерію 5.**

Рівень В

## **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недовілками, що є несуттєвими.

## **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.**

На першому етапі ознайомлення зі Відомостями про самооцінювання експертною групою було встановлено, що таблиця 2 «Зведена інформація про викладачів ОП «Маркетинг»» є некоректною і не відображається належним чином. У процесі експертизи експертна група отримала від гаранта ОП її уточнений варіант (із підписами проректора з наукової роботи університету В.В. Павлікова і гаранта ОП А.В. Дороніна). За результатами аналізу таблиці 2 цих Відомостей експертною групою встановлено рівень академічної та професійної кваліфікації викладачів, задіяних у викладанні кремких її компонентів. За формальними ознаками кваліфікаційних вимог ліцензійних умов, відповідно до п. 30, викладання компонентів ОП у цілому забезпечується НПП, кваліфікація яких переважно підтверджена науковою, науково-педагогічною, педагогічною чи іншою професійною діяльністю за відповідною спеціальністю. Окрім цього з професійної точки зору важливим є те, що к.т.н., доцент кафедри економіки та маркетингу Голованова М.А. з 2014 р. є членом правління ГО «Українська асоціація маркетингу» та приймає участь у роботі фахового сертифікаційного комітету. Водночас експертна група констатує, що тематика наукових публікацій у фахових наукових виданнях НПП, згідно даних таблиці 2 Відомостей про самооцінювання ОП, свідчить про те, що у більшості викладачів кафедри економіки та маркетингу вона не співпадає з предметним полем дисциплін, які вони викладають і які складають обов'язкові та варіативні компоненти ОП. Також експертна група констатує, що гарант ОП підготовки бакалаврів маркетингу проф. А.В. Доронін одночасно є гарантом ОП підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» і є завідувачем кафедри менеджменту університету. Водночас у Розділі 3 «Положення про розроблення та модернізацію ОП», затвердженого Вченою радою університету 16.10.2019 р., Протокол №3 зазначається, що, окрім інших вимог, гарант ОП не може в поточному навчальному році бути одночасно гарантом іншої ОП (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20розроблення%20та%20модернізацію%20освітніх%20опрограм.pdf>).

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

В університеті функціонує система відбору кадрів, також наявні регламентовані процедури оформлення та подання документів претендентів на заміщення вакантних посад. Зокрема, діє «Положення про порядок проведення конкурсу на заміщення вакантних посад, призначення та звільнення з посад, продовження терміну роботи науково-педагогічних працівників», затверджене Вченою радою 28.08.2019 р., Протокол № 1 (<https://khai.edu/assets/documents/1282/Положення%20про%20порядок%20проведення%20конкурсу%20на%20заміщення%20вакантних%20посад.pdf>). Згідно п. 3.4 зазначеного Положення, оголошення про проведення конкурсу на заміщення вакантної посади розміщується в друкованому засобі масової інформації (газета «За авіакадри», свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія ХК № 170 від 06.04.1998 р.), що друкується та розміщується на офіційному сайті ЗВО (<https://khai.edu>). Вимоги до претендентів в університеті відповідають загальним вимогам посадових інструкцій та іншим кваліфікаційним вимогам до них.

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

На зустрічі 6, що проводилась відповідно до програми експертизи 30.04.2020 р. (день 2) зі стейкхолдерами (ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ МАРКЕТИНГ ГРУП», директор Сінаюк Олег Юрійович; ТОВ «АРТІ», керівник відділу маркетингу Логоша Галина Володимирівна) було встановлено, що вони періодично залучаються до проведення відкритих лекцій, організації круглих столів, участі у різноманітних заходах університету зі здобувачами вищої освіти за даною ОП. Також вони залучаються до підсумкової атестації випускників-бакалаврів у якості членів екзаменаційних комісій. Ними було надано відгуки-рецензії на ОП, вони також готові у подальшому приймати участь у її оцінюванні й удосконаленні. Було підтверджено готовність надати можливість здобувачам вищої освіти даної ОП проходження переддипломної практики на своїх підприємствах, їх відвідування з метою отримання практичного досвіду, було висловлено готовність надавати аналітичні матеріали для написання дипломних та інших наукових робіт. На перспективу вони також готові приймати участь у консультуванні здобувачів вищої освіти за даною ОП, а також у засіданнях, науково-практичних семінарах, круглих столах та інших заходах університету і факультету. Також вони готові залучатися до проведення аудиторних занять за попереднім узгодженням їх графіку в зручний спосіб.

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

Університет на регулярній основі не залучає до аудиторних занять за даною ОП професіоналів-практиків та представників підприємств-роботодавців. Під час зустрічі 6 (день 2) зі стейкхолдерами експертною групою було отримано інформацію про те, що контакти зі студентами носять епізодичний характер. Аудиторні заняття, які проводяться практиками у сфері маркетингу, носять характер відкритих чи проблемних лекцій або різноманітних презентацій. Директор ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ МАРКЕТИНГ ГРУП» Сінаюк Олег Юрійович та керівник відділу маркетингу ТОВ «АРТІ» Логоша Галина Володимирівна підтвердили, що приймали участь у консультуванні та підготовці студентських робіт для участі в різноманітних конкурсах і олімпіадах, забезпечували їх необхідними аналітичними матеріалами і готові продовжувати це робити у перспективі.

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

Професійний розвиток викладачів кафедри економіки та маркетингу забезпечується наявністю в університеті системи підвищення кваліфікації, яка регламентується «Положенням про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників і фахівців промисловості в університеті», затвердженим Вченою радою 16.11.2016 р., Протокол №5 (<https://khai.edu/assets/documents/1282/Положення%20про%20підвищення%20кваліфікації%20та%20стажування%20педагогічних%20і%20науково-педагогічних%20працівників%20і%20фахівців%20промисловості.pdf>). Згідно даних таблиці 2 Відомостей про самооцінювання ОП експертна група встановила, що наразі підвищення кваліфікації НПП здійснюється переважно шляхом опанування ними дистанційних технологій навчання у навчальному процесі та вивчення англійської мови. Цю інформацію було підтверджено в ході проведення зустрічі 2 (день 1) із викладацьким складом кафедри. Було зауважено, що знання англійської мови особливо важливе для належного опанування професійної термінології таких дисциплін, як, наприклад, «Цифровий маркетинг». Підкреслювалася роль неформальної освіти у підвищенні кваліфікації НПП кафедри економіки та маркетингу, зокрема у контексті опанування спеціальних програмних продуктів для маркетологів (наприклад, SPSS). Експертна група встановила, що протягом останніх років підвищення кваліфікації НПП кафедри здійснювалось у межах університету з причини фокусування на запровадженні інноваційних методів навчання та на мовній підготовці. При визначенні змісту підвищення кваліфікації урахувалися потреби здобувачів вищої освіти за даною ОП, що знайшло своє відображення у необхідності запровадження навчання на платформі Moodle. Водночас експертна група констатує, що інші організації (передусім, галузеві об'єднання маркетологів чи інші організації такого професійного спрямування) до підвищення кваліфікації НПП кафедри наразі не залучаються. Також у експертній групі відсутня інформація про підвищення кваліфікації НПП кафедри у різних установах і організаціях за кордоном.

#### **6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.**

Розвиток викладацької майстерності викладачів, зазначених у даній ОП регламентується «Положенням про атестацію педагогічних працівників», затвердженим Вченою радою 22.06.2016 р., Протокол №11 (<https://khai.edu/assets/documents/1282/Положення%20про%20атестацію%20педагогічних%20працівників.pdf>); «Положенням про рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників кафедр і факультетів», затвердженим Вченою радою 23.12.2015 р., Протокол №4 (<https://khai.edu/assets/documents/1282/Положення%20про%20рейтингове%20оцінювання%20діяльності%20науково-педагогічних%20працівників,%20кафедр%20і%20факультетів.pdf>); а також «Положенням про конкурс професійної майстерності «Ікари ХАІ»», затвердженим Вченою радою 24.01.2018 р., Протокол №6 (<https://khai.edu/assets/documents/1282/Положення%20про%20конкурс%20професійної%20майстерності%20«Ікари%20ХАІ».pdf>). Стимулювання викладацької майстерності підтверджується наявністю таких винагород: Національний аерокосмічний університет ім. М.Є Жуковського «Харківський авіаційний інститут» нагороджений дипломом лауреата Всеукраїнської премії «Інновація в освіті – 2018» (III місце); проф. Доронін А.В. – Почесною грамотою Харківської обласної державної адміністрації за вагомий особистий внесок у реалізацію завдань сучасної державної політики в галузі освіти, сумлінну працю, високий рівень професійної майстерності та з нагоди Дня працівника освіти (2019 р.); доц. Філіпковська Л.О – Почесним знаком «За заслуги» за високий професіоналізм, сумлінну працю, відданість своїй справі, вагомий особистий внесок у виховання студентської молоді, підготовку висококваліфікованих фахівців і з нагоди 85-річчя Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ» (2015 р.); доц. Філіпковська Л.О. – почесною грамотою виконкому Харківської міської ради за багаторічну сумлінну й плідну працю високий професіоналізм, вагомий внесок у розвиток освіти і науки міста Харкова та з нагоди свята «День ХАІ» (2018 р.); доц. Філіпковська Л.О. – I місце в номінації «Кращий викладач фундаментальних та гуманітарних дисциплін» конкурсу професійної майстерності «Ікари ХАІ»; доц. Голованова М.А. – II місце в номінації «Кращий викладач професійно-орієнтованих дисциплін» конкурсу професійної майстерності «Ікари ХАІ» (2018 р.) (<https://khai.edu/ua/news/ikari-hai-20181/>; <https://khai.edu/ua/university/galereya/ikari-hai-2019/>). Інформації щодо матеріальної системи заохочення викладачів до вдосконалення педагогічної майстерності експертною групою отримане не було.

## **Загальний аналіз щодо Критерію 6:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.**

1) Достатній рівень академічної та професійної кваліфікації викладачів. 2) Вимоги, які висувуються до претендентів на заміщення вакантних посад в університеті відповідають чинним нормативним вимогам. 3) В університеті створено внутрішню систему підвищення кваліфікації щодо впровадження дистанційних освітніх технологій у навчальний процес. 4) Стимулювання викладацької майстерності підтверджується наявністю відповідних винагород.

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

1) Викладання обов'язкових та вибіркового компоненту ОП забезпечується НПП кафедри, кваліфікація яких переважно підтверджена лише науковою, науково-педагогічною, педагогічною чи іншою професійною діяльністю, а тематика їх наукових публікацій не співпадає з предметним полем навчальних дисциплін. 2) Професіонали-практики та представники роботодавців до аудиторних занять на системній основі не залучаються. 3) Потребує розвитку матеріальна система заохочення викладачів до досконалості у викладанні.

### **Рівень відповідності Критерію 6.**

Рівень В

### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недоліками, що є несуттєвими.

## **Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:**

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

Оцінювання достатності ресурсного забезпечення ОП підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» експертною групою здійснювалося шляхом використання відеозв'язку для ознайомлення з матеріально-технічними ресурсами університету в режимі онлайн огляду. На сайті кафедри економіки та маркетингу також розміщено ознайомчий відеоролик ([https://www.youtube.com/watch?v=u7oWKZ1Cupc&feature=youtu.be&fbclid=IwAR394smibSziCfT6bvYhBhBv-BHzyPYLkvIOLBDsmZKvR\\_XSkaor9ejJ6GsI](https://www.youtube.com/watch?v=u7oWKZ1Cupc&feature=youtu.be&fbclid=IwAR394smibSziCfT6bvYhBhBv-BHzyPYLkvIOLBDsmZKvR_XSkaor9ejJ6GsI)), в якому продемонстровано декілька навчальних корпусів, бібліотеку, спортивний комплекс, територію університету та ін. У бібліотеці є необхідна інформація та матеріали для здобувачів ВО за даною ОП, багато з яких наявні в електронному варіанті. В корпусах університету забезпечено безкоштовний доступ до Інтернет через Wi-Fi. Експертна група констатує, що навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг» є достатнім. У цілому освітній процес у ХАІ належним чином забезпечений спеціальними матеріально-технічними ресурсами, необхідними для якісного викладання дисциплін ОП. Окремо на кафедрі економіки та маркетингу є методичний кабінет із можливістю доступу до Інтернет. У ХАІ вибір дисциплін індивідуальної навчальної траєкторії студентів здійснюється ними на спеціальній онлайн платформі «Pilot». На момент карантину навчання проводиться з використанням дистанційних технологій, що було підтверджено на зустрічах 2 і 3 (день 1) з НПП кафедри економіки та маркетингу і здобувачами вищої освіти.

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

Користування здобувачами ВО інфраструктурою ХАІ (аудиторним фондом, комп'ютерними кабінетами, бібліотекою, спеціалізованим спорядженням, спортивними комплексами та ін.) здійснюється на безоплатній основі. Група експертів побачила наявність та доступність таких ресурсів для студентів. Вони мають практико-орієнтовний характер та знаходяться для здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» у вільному і безкоштовному доступі. За



результатами інтерв'ювання також було встановлено, що доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання і викладання в межах ОП, також є вільним і безкоштовним (зустрічі 2-3 з викладацьким складом і здобувачами ВО, день 1, зустріч 4 із представниками студентського самоврядування, день 2).

### **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.**

В ХАІ замкнена інфраструктура, що огорожена, існують контрольно-пропускні пункти, що робить навчальний процес більш зручним та безпечним. Санітарно-технічний стан приміщень, що оглядалися експертною групою, в цілому відповідає вимогам чинних норм та правил експлуатації. Освітнє середовище університету є безпечним і дозволяє задовольнити інтереси та прагнення здобувачів ВО за даною ОП. Зустріч із представниками студентського самоврядування (зустріч 4, день 2) та здобувачами ВО (зустріч 3, день 1) засвідчила високий рівень задоволеності студентів освітнім середовищем університету. Вони звертали увагу на те, що в ньому сформувався сприятливий морально-психологічний клімат та відсутні складні конфліктні ситуації. Було окремо відзначено, що матеріально-технічна база університету є компактною і зручною. На відміну від інших ЗВО м. Харкова, студентам ХАІ не потрібно їздити по місту між корпусами. Те ж саме стосувалося і розташування гуртожитків на території університету.

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

Освітня підтримка студентів переважно реалізується через викладачів кафедри економіки та маркетингу і співробітників деканату факультету програмної інженерії та бізнесу. Представники адміністрації університету (зустріч 5, день 2) уточнили наявні інструменти організаційної та соціальної підтримки здобувачів ВО за даною ОП. Взаємостосунки студентів з адміністрацією університету і факультету також реалізуються через студентського омбудсмена, представників студентського самоврядування, працівників кафедр і деканатів та/або через офіційний сайт ЗВО (зустріч 3 зі здобувачами ВО, день 1 і зустріч 4 із представниками студентського самоврядування, день 2). Інформаційно-консультативна підтримка забезпечується за допомогою онлайн-ресурсів (у т.ч. офіційних і окремих цифрових каналів комунікацій із представниками студентського самоврядування та викладачами кафедри економіки та маркетингу). Соціальна підтримка здобувачів ВО також реалізована в університеті. На регулярній основі здійснюються соціологічні опитування студентів та інших учасників навчального процесу. Окремо на кафедрі є методичний кабінет, що надає студентам можливість доступу до інформаційних матеріалів, пов'язаних із викладанням за даною ОП. У цілому ХАІ забезпечує належну освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг».

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

В університеті створенні належні умови для реалізації права на освіту осіб з особливими потребами. Це, зокрема, організаційно-технічні умови: пандуси, поручні для користування сходами та ін. Їх облаштування наразі триває в різних навчальних корпусах університету. Експертна група мала можливість пересвідчитися у цьому під час онлайн-огляду матеріально-технічної бази ЗВО (день 2).

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

Під час зустрічі з експертною групою представники студентського самоврядування (зустріч 4, день 2) та здобувачі вищої освіти (зустріч 3, день 1) стверджували, що випадків, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією чи корупцією у них не було. Але вони запевнили, що у разі виникнення конфліктних ситуацій вони можуть звернутися до студентського омбудсмена, куратора або до представників студентського самоврядування. Отже, експертна група дійшла висновку, що в університеті існують процедури вирішення потенційних конфліктних ситуацій. Проте здобувачів вищої освіти за даною ОП загалом недостатньо поінформовані і не можуть послатися на конкретні нормативні документи, що регламентують відповідні заходи та політику вирішення конфліктних ситуацій в університеті. Натомість в університеті діє «Кодекс етичної поведінки», затверджений Вченою радою 20.06.2019 р., протокол № 13 (<https://khai.edu/assets/documents/1277/Кодекс%20етичної%20поведінки.pdf>). Питання запобігання корупції регулюються цілою низкою внутрішніх нормативних документів університету, що оприлюднено на офіційному сайті (<https://khai.edu/ua/university/publicna-informaciya/antikorrupcionnye-meropriyatiya/vnutrishni-normativni-dokumenti-universitetu/>). Наказом ректора університету №5 від 20.01.2020 р. Затверджено план заходів

зпитань запобігання і виявлення корупції на 2020 рік (<https://khai.edu/assets/documents/1138/наказ%20№%205+План%20заходів%20по%20К.pdf>). Аж на сайті зазначено контакти відповідальних осіб із числа адміністрації університету. Діє «Положення про уповноваженого з прав студентів (студентського омбудсмена)», затверджене Вченою радою 20.06.2019 р., протокол № 13 ([https://khai.edu/assets/documents/1276/Положення%20про%20уповноваженого%20з%20прав%20студентів%20\(студентського%20омбудсмена\).pdf](https://khai.edu/assets/documents/1276/Положення%20про%20уповноваженого%20з%20прав%20студентів%20(студентського%20омбудсмена).pdf)).

## **Загальний аналіз щодо Критерію 7:**

### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.**

1) Наявних матеріально-технічних ресурсів та навчально-методичного забезпечення достатньо для професійного, фізичного та духовного розвитку здобувачів ВО за даною ОП. 2) Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів університету для учасників навчального процесу є безкоштовним. 3) Освітнє середовище в університеті є безпечним для життя і дозволяє врахувати інтереси здобувачів ВО із особливими потребами. 4) Здобувачам ВО надається достатня освітня та організаційна підтримка, існують чіткі механізми і правила вирішення конфліктних ситуацій, запобігання корупції і т.п. 5) Сприятливий морально-психологічний клімат та умови для навчання за ОП.

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

1) Недостатня поінформованість здобувачів ВО про нормативні документи університету, що регламентують політику та процедури вирішення конфліктних ситуацій. 2) Відсутність на сайті університету результатів соціологічних опитувань здобувачів ВО та інших учасників освітнього процесу.

## **Рівень відповідності Критерію 7.**

Рівень В

## **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недоліками, що є несуттєвими.

## **Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:**

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

В університеті розроблено і впроваджено внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти (<https://khai.edu/ua/education/sistema-zabezpechennya-yakosti-osviti/vnutrishnya-sistema-zabezpechennya-yakosti-osviti/>), згідно з програмою внутрішніх аудитів в університеті здійснюється регулярний моніторинг, вимірювання й аналізування якості освітнього процесу, у т.ч. у відповідності до вимог стандартів ISO 9001 і ДСТУ ISO 9001 (<https://khai.edu/ua/education/sistema-zabezpechennya-yakosti-osviti/rezultati-monitoringu-yakosti-osviti/>). В організаційній структурі університету є посада помічника ректора із забезпечення якості освіти. Розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд ОП регулюється рядом нормативних документів університету:

«Положенням про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти», затвердженим Вченою радою 19.04.2017 р., Протокол №13 (<https://khai.edu/assets/documents/1281/Положення%20про%20систему%20забезпечення%20якості%20освітньої%20діяльності%20та%20вищої%20освіти.pdf>); «Положенням про систему управління якістю», затвердженим ректором університету 20.04.2019 р. (<https://khai.edu/assets/documents/1281/Положення%20про%20систему%20управління%20якістю.pdf>);

«Положенням про організацію освітнього процесу», затвердженим Вченою радою 18.05.2016 р., Протокол №10; «Положенням про розроблення та модернізацію освітніх програм», затвердженим Вченою радою 16.10.2019 р., Протокол №3. ОП підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» переглядалася у 2019 р. На поточний момент у ній враховано основні вимоги Стандарту ВО за даною спеціальністю. Пропозиції стейкхолдерів підтверджені наявними відгуками-рецензіями на ОП та інформацією, отриманою в результаті проведення фокус-групи з ними (зустріч 6, день 2). Попередньою є версія ОП, яка була затверджена у 2017 р. Порівняння обох версій даної ОП надає можливість оцінити зміни, перш за все, у її структурі: розподіл обов'язкових та вибіркового компоненту у 2017 р. становив 43,75% та 56,25% (в т.ч. за вибором здобувача 26,042%). В ОП 2019 р. цей розподіл становить 74,8% та 25,2% відповідно. Експертна група зазначає, що в ОП 2017 р. містився блок вибіркового

компонент за вибором навчального закладу, які з позиції здобувача вищої освіти вибірковими не є. Крім того, у попередній версії ОП не було дисципліни «Цифровий маркетинг», яка на сьогодні є основною компонентою, що формує її унікальність (що підтверджено інформацією, отриманою від різних фокус-груп під час проведення експертизи). Загалом наявна інформація надає змогу позитивно оцінити роботу з періодичного перегляду ОП, її модернізації та подальшого вдосконалення.

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

Здобувачі вищої освіти (зустріч 3, день 1) підтвердили інформацію щодо своєї участі у процесі періодичного перегляду ОП шляхом анкетування. Вони мають змогу висловити свої думки та пропозиції стосовно її змісту та стосовно можливих напрямів її вдосконалення. За результатами зустрічі 4 із представниками студентського самоврядування (день 2) експертна група також отримала підтвердження інформації, що вони приймають участь у перегляді змісту ОП. На зустрічі з представниками адміністрації університету (зустріч 5, день 2) було деталізовано, що результати соціологічних опитувань учасників освітнього процесу обговорюються на різноманітних університетських зібраннях (на Вчених радах університету, факультетів, на науково-методичній раді та ін.).

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

Роботодавців залучають до перегляду ОП епізодично. Зокрема вони виступають у вигляді консультантів щодо змісту та наповнення окремих її структурних компонентів. Свої пропозиції щодо подальшого можливого розвитку програми зовнішні стейкхолдери надають у вигляді своїх рецензій на ОП. Наразі наявні рецензії-відгуки ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ МАРКЕТИНГ ГРУП», директор Сінаюк Олег Юрійович, ТОВ «АРТІ», керівник відділу маркетингу Логоша Галина Володимирівна, ГО «Українська асоціація маркетингу», президент к.е.н., доц. Лилик Ірина Вікторівна (<http://faculty6.khai.edu/uk/site/rekomendatsiyi-ta-propozi.html>).

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

Наявна у Відомостях про самооцінювання інформація щодо кількості та траєкторії працевлаштування випускників даної ОП не підтверджена НПП кафедри економіки та маркетингу (зустріч 2, день 1). Водночас ними було зазначено, що в університеті функціонує відділ сприяння працевлаштуванню студентів та випускників, який акумулює відповідну інформацію по випускниках усіх його ОП (<https://khai.edu/ua/studentu/trudoustrojstvo/>). Для організації ефективної роботи у напрямку визначення кар'єрного шляху випускників освітньої програми в межах ЗВО діє «Міжнародна асоціація випускників ХАІ» (<https://khai.edu/ua/university/asociaciya-vipusknikiv/>). Проте наявна інформація щодо працевлаштування та кар'єрного шляху випускників ОП не надає можливості оцінити попит на ринку праці на випускників-бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг».

## **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 забезпечення якості ЗВО уможливорює вчасне реагування на виявлені недоліки ОП. Зокрема, під час роботи над її вдосконаленням було виявлено, що критерії оцінювання знань студентів були розмитими. Внаслідок цього була здійснена відповідна робота щодо удосконалення критеріїв оцінювання таких знань. Університетом здійснюється регулярний моніторинг якості викладання шляхом анкетування здобувачів вищої освіти.

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

За даними Відомостей про само оцінювання ОП, попередня акредитаційна експертиза спеціальності «Маркетинг» здійснювалась у 2009 р. на освітньо-кваліфікаційному рівні «Спеціаліст». Рекомендації експертної комісії були враховані і містили основні пункти, що стосувалися підготовки навчально-методичного забезпечення спеціальності (монографії, навчально-методичні комплекси, посібники до самостійної роботи студентів, методичні вказівки до вивчення навчальних дисциплін за різними видами робіт і т.ін.). Водночас інформація, яка відображена на сайті ЗВО свідчить, що у листопаді 2019 р. відбулась експертиза освітньої програми «Маркетинг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти

(<https://khai.edu/assets/documents/1271/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%82%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%B0%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D1%97%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf>). В ході проведення фокус-групи (організаційна зустріч із гарантом, день 1) гарант ОП зазначив, що зауваження зазначеної вище експертизи загалом було враховано, проте конкретних уточнень, по яких саме питаннях чи аспектах, озвучено не було.

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

На сайті ЗВО розміщено нормативні документи, які регулюють питання організації системи управління якістю, а саме: «Положення про систему управління якістю», «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти» (<https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/polozheniya1/polozhennya-pro-organizaciyu-sistemi-upravlinnya-yakistyu/>). Питання, які присвячено розвитку системі якості та процедурам її забезпечення розглядаються на засіданнях Вченої ради університету і факультету програмної інженерії та бізнесу факультету, а також на засіданнях його кафедр, у тому числі кафедри економіки та маркетингу.

### **Загальний аналіз щодо Критерію 8:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.**

1) У процесах перегляду ОП позитивною є співпраця із зовнішніми стейкхолдерами в частині отримання від них інформації щодо її сильних та слабких сторін. 2) Для узагальнення інформації щодо працевлаштування студентів і випускників у ЗВО працює відповідний відділ і "Міжнародна асоціація випускників ХАІ". 3) В університеті розроблено ряд положень, які регламентують організацію і функціонування системи управління якістю, на основі яких кафедрою економіки та маркетингу було розроблено пам'ятку академічної доброчесності.

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

1) Наявна інформація щодо працевлаштування та кар'єрного шляху випускників ОП наразі не надає можливість оцінити попит на ринку праці на випускників цієї спеціальності. 2) В процесі перегляду ОП необхідно звернути увагу на зауваження і пропозиції, висловлені в результаті проходження останньої експертизи ОП для другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг».

#### **Рівень відповідності Критерію 8.**

Рівень В

#### **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недоліками, що є несуттєвими.

### **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.**

В університеті існують чіткі і зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу. Вони оприлюднені на офіційному сайті університету. Це, зокрема: «Положення про організацію освітнього процесу», затверджене Вченою радою 18.05.2016 р., Протокол №10 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83.pdf>), «Положення про рейтингове оцінювання

досягнень студентів», затверджене Вченою радою 19.12.2018 р., Протокол №6 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B5%20%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BD%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%8F%D0%B3%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%8C%20%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2.pdf>), «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти», затверджене Вченою радою 19.04.2017 р., Протокол №13 (<https://khai.edu/assets/documents/1281/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D1%83%20%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%82%D0%Bo%20%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8.pdf>), «Положення академічну доброчесність», затверджене Вченою радою 20.06.2019 р., Протокол №13 (<https://khai.edu/assets/documents/1279/Положення%20про%20академічну%20доброчесність.pdf>), та ін., в яких чітко регламентовано права та обов'язки учасників освітнього процесу. Загалом, під час реалізації ОП «Маркетинг», ці правила та процедури дотримуються. Експертна група також відзначає складність пошуку інформації на офіційному сайті університету і факультету програмної інженерії та бізнесу, що була пов'язана із технічними роботами по їх модернізації.

## **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.**

На сайті кафедри економіки та маркетингу відсутня інформація щодо проекту даної ОП. Водночас на сайті факультету програмної інженерії та бізнесу розміщено інформацію про неї (<http://faculty6.khai.edu/uk/site/rekomendatsiyi-ta-propozi.html>). Представлено контакти для зворотного зв'язку зі здобувачами ВО за даною ОП, НПП та зовнішніми стейкхолдерами, за якими можна було надіслати пропозиції, надати рецензії, висловити побажання та зауваження до неї. Разом із тим слід звернути увагу, що текст ОП на офіційному сайті ЗВО оприлюднений не був.

## **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.**

ОП підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» на момент експертизи адекватно відображалася на сторінці факультету програмної інженерії та бізнесу ([http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage\\_87/files/b\\_06\\_075\\_marketing\\_osvitnya\\_programa\\_1588065967.pdf](http://faculty6.khai.edu/uploads/editor/8/2999/sitepage_87/files/b_06_075_marketing_osvitnya_programa_1588065967.pdf)) і на офіційному сайті ЗВО ([https://khai.edu/assets/files/Osvit\\_program/Osv-pr/075-op-marketing-bakalavr.pdf](https://khai.edu/assets/files/Osvit_program/Osv-pr/075-op-marketing-bakalavr.pdf)). Також представлено її загальний опис (<https://khai.edu/ua/specialties/marketing/9/>). У документі відображено загальну інформацію про програму, програмні компетентності, перелік її обов'язкових і вибіркового компонент, форми підсумкового контролю за компонентами, структурно-логічну схему та ін. Обсяг та зміст інформації щодо ОП, оприлюдненої на сайті факультету програмної інженерії та бізнесу, достатні для ознайомлення усіх стейкхолдерів: роботодавців для внеску змін (за необхідності) та для абітурієнтів, що бажають бути більш обізнаними стосовно свого майбутнього вибору спеціальності.

### **Загальний аналіз щодо Критерію 9:**

#### **Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.**

1) В університеті розроблено нормативні документи, в яких містяться чіткі та зрозумілі для всіх учасників освітнього процесу права та обов'язки 2) ОП оприлюднено на офіційному сайті університету і факультету програмної інженерії та бізнесу ХАІ. 3) На сайті факультету є форма зворотного зв'язку для зауважень і пропозицій щодо подальшого розвитку ОП.

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

1) Ускладнена процедура пошуку інформації на офіційних веб-ресурсах ЗВО. 2) Проекти і результати обговорення змін до даної ОП на сайті ЗВО, факультету і випускової кафедри відсутні.

## **Рівень відповідності Критерію 9.**

Рівень В

## **Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.**

ОП та освітня діяльність за цією ОП загалом відповідає визначеному критерію з недовіками, що є несуттєвими.

## **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 проектах тощо.**

*не застосовується*

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

*не застосовується*

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

*не застосовується*

## **Загальний аналіз щодо Критерію 10:**

**Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.**

не застосовується

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

не застосовується

**Рівень відповідності Критерію 10.**

не застосовується

**Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.**

не застосовується

#### IV. Інші спостереження

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

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:

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Угоди про практику.pdf</i>	Kgb5/Yuw+7lvXxs7jakXrrLhTD+tPoo3oAyyTYvjOp M=
Додаток	<i>Таблиця 2 Уточнена.pdf</i>	2fAo3dXCCV11/pH3QVYUqCI69LsKlJn4eLJMXjgA5 Go=
Додаток	<i>Програма онлайн-експертизи ХАІ 22042020.pdf</i>	QjHtbFT3SqJ/P39rtki2nkhxewDEFdypSp3KVog8H wo=
Додаток	<i>Лист зміни на сайті 29.04.20.pdf</i>	Bte1LqhXJ8NnXyTJKr/K9oZxZhL98SvWs52omjq+ ykU=
Додаток	<i>Бази практики маркетинг.pdf</i>	wasX/dlAM9tkrNDPnFJUPXeJemQQpT5XUHLyxZ QfDbw=
Додаток	<i>Грамота_Філіпковська.pdf</i>	AllUmMYgdA/iOlxHfOW/OgCu43FnVy4so3thXcQT vVY=
Додаток	<i>Грамота_Філіпковська2.pdf</i>	8D9EQamoIW9cI4NWpiEqR/V9LkJltkTdlKyn4tFYv Cw=
Додаток	<i>Договір практика маркетологу.pdf</i>	SbIdoXOcxMotHZI1wMeUAMjEs4+FS/lfoRkgOkEr mo8=
Додаток	<i>Договори практика маркетологу.pdf</i>	ohlzW35bpSGp4VzfoSZr4pNo+rq5EflIOUCu7vovRZw c=
Додаток	<i>ОП Маркетинг бакалаври 2017.pdf</i>	vKCANwTjyEHi6muWklDJStZQkZGOca46kEAmghA bgNc=
Додаток	<i>Приклад анкети.pdf</i>	8fkvaWe87a05+IItsTrqrUBviIbluhknlpVIu6jka64=
Додаток	<i>Витяг кафедра ринок праці 2.pdf</i>	zWrqJ6jCCFkack3u+iod8GZzgSKO5JeBRsx1XF7H+j M=
Додаток	<i>Розпорядження про опитування.pdf</i>	ol6EOdaZodkBDqeUV9i1oXEF17iN/nUnJSPkltzPyV o=
Додаток	<i>Витяг доповідь соціологічне дослідження.pdf</i>	h9hAxQB5wXEE8YrA+Jm3275lnmo0U3L2X8me1X Fk/8k=
Додаток	<i>Витяг обговорення ОП НМК.pdf</i>	/weL8BslYZjpufUM61MokIo25f7OFudCNYn2N3J2y uY=
Додаток	<i>Витяги кафедра обговорення ОП.pdf</i>	8JcNqAxym6V5kQ3zkneCrtKY4C+4c8CAqmi1G5Rvd cg=
Додаток	<i>Витяги кафедра ринок праці.pdf</i>	KC4KsSR1LBge6g5rKFIMDKxexXrvKwjCreqFiRBSw vU=
Додаток	<i>Відзнака_Філіпковська.pdf</i>	mdX3oiPSy+bzkWAbdi4ru1GubKICmgDknt61Rpe3L VI=
Додаток	<i>Галузева рада.pdf</i>	zA5UXk/96truPtJPwMbJzZ85VqVJSTnQnUZyyUrEy zA=
Додаток	<i>Грамота_Голованова.pdf</i>	LEhdP3cOK7UC+Uwo2aHAZNYigaL/nW+PKvZWn UVMYw4=
Додаток	<i>Грамота_Доронін.pdf</i>	a/VK23I+RAcvosZIO7Ft6fHhTTRxQEDcSLWgrFgPl PE=
Додаток	<i>Грамота_університет.pdf</i>	zmXrI4uFxrityWGXTLfdKyvByB/Eu54l8CysVFGvpb I=
Додаток	<i>Розпорядження про опитування2.pdf</i>	WgYy6uIOERT5U1/AQRtU9GOf6JKHVPdcL8bqXTs OgbU=
Додаток	<i>Соціологічне дослідження 2019.pdf</i>	rmLK2MV44HKJRMsn5uzfjL4Np4hoSTBoIVpX4ln/ p5o=



\*\*\*

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

**Федорченко Андрій Васильович**

Члени експертної групи

**Слюсарєва Людмила Валеріївна**

**Жалдаченко Марія Миколаївна**