

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

| | |
|---------------------|--|
| Заклад вищої освіти | Національний авіаційний університет |
| Освітня програма | 24565 Міжнародний маркетинг |
| Рівень вищої освіти | Магістр |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

| | |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| Назва ЗВО | Національний авіаційний університет |
| Назва ВСП ЗВО | не застосовується |
| ID освітньої програми в ЄДЕБО | 24565 |
| Назва ОП | Міжнародний маркетинг |
| Галузь знань | 07 Управління та адміністрування |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Спеціалізація (за наявності) | відсутня |
| Рівень вищої освіти | Магістр |
| Вид освітньої програми | Освітньо-професійна |

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

| | |
|------------------------------------|---|
| Склад експертної групи | Шульга Людмила Володимирівна, Ус Яна Олександрівна, Тараненко Ірина Всеволодівна (керівник) |
| Залучений представник роботодавців | немає |
| Дати візиту до ЗВО | 04.10.2022 р. – 06.10.2022 р. |

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://bit.ly/3rTZfvD>

Програма візиту експертної групи <http://feba.nau.edu.ua/images/mark/opp/2022/mizh-mark/program-visit.pdf>

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

Освітня програма «Міжнародний маркетинг» є актуальною в контексті задоволення потреб економіки України у високопрофесійних фахівцях сфери маркетингу. Освітня програма враховує інтереси усіх груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів). ОП та освітня діяльність за нею відповідають критеріям оцінювання якості ОП, викладеним у «Положенні про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (Наказ МОН № 977 від 11.07.2019), з недовіками, що не є суттєвими. В результаті ознайомлення з матеріалами відомостей про самооцінювання, проведених у рамках онлайн-візиту зустрічей, ознайомлення з додатково наданими документальними доказами дозволяють підтвердити можливість підготовки здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти за ОП «Міжнародний маркетинг» в Національному авіаційному університеті на достатньо високому якісному рівні.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

Відповідність мети ОП місії і стратегії Стратегії розвитку Національного авіаційного університету до 2030 р. Можливості подальшого вдосконалення ОП та спеціальності 075 Маркетинг враховані у Стратегії університету. ОП включає всі компетентності та РН, передбачені Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, а також низку додаткових. Всі компетентності і ПРН забезпечені обов'язковими ОК. Здобувачам вищої освіти, що навчаються за ОП, надається можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, що регулюється відповідними нормативними документами ЗВО. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) в достатньому обсязі. Правила визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, в т.ч. під час академічної мобільності здобувачів, а також у неформальній освіті, регламентуються нормативними документами ЗВО, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу. Проводяться опитування здобувачів освіти за ОП з комплексу питань, в тому числі стосовно задоволеності формами і методами навчання. Результати опитувань розміщені на сайті ЗВО. Методи навчання і викладання на ОП є обґрунтованими, сприяють досягненню мети та програмних результатів навчання. ОП базується на принципах студентоцентризму та автономії здобувачів як відповідальних учасників освітнього процесу. В освітньому процесі використовуються результати досліджень НПП та здобувачів. Оновлення змісту ОК відбувається з урахуванням вимог сучасного суспільства, нових досягнень і практик у сфері маркетингу, згідно пропозицій стейкхолдерів. Академічна та професійна кваліфікація НПП, задіяних у реалізації ОП, відповідає вимогам щодо фаху спеціальності та дозволяє досягти визначених програмою цілей та ПРН. ЗВО залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі та представників роботодавців. Система морального та матеріального заохочення мотивує НПП до професійного розвитку і досконалості у викладанні. Матеріально-технічна база дозволяє повною мірою досягти програмних результатів навчання. Доступ до ресурсів університету для учасників освітнього процесу є безкоштовним. Сформована в ЗВО культура якості сприяє постійному розвитку ОП «Міжнародний маркетинг» та освітньої діяльності за цією програмою. Відбувається регулярний перегляд ОП. До обговорення і перегляду ОП долучаються здобувачі освіти, органи студентського самоврядування та роботодавці. На сайті ЗВО наявна точна і достовірна інформація про ОП.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

В ОП недостатньо відображено кореляцію між компетентностями і ПРН. В НП загальний обсяг навчальних занять в 1, 2 та 3 семестрах складає відповідно 30, 33 та 27 кредитів ЄКТС, що не відповідає вимогам Методичних рекомендацій з розробки навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти в НАУ (відповідно 60 і 30 кредитів). Не проводиться систематичний моніторинг фактичного навчального навантаження здобувачів. Недостатньо залучено випускників для обговорення і перегляду ОП. У програмах професійно-маркетингової, переддипломної практик немає рекомендацій щодо їх дистанційного проходження. Здобувачі недостатньо інформовані про можливість вибору ВК з іншої ОП та з іншого ОС. Робочі програми ОК, зокрема «Дослідження зарубіжних ринків», «Стратегічний маркетинг» містять застарілу рекомендовану літературу, востаннє оновлені і затверджені в 2021 р., що суперечить вимогам внутрішньої системи якості ЗВО. Недостатня обізнаність здобувачів щодо можливостей отримання і переваг неформальної освіти. На засіданнях кафедри не обговорювались результати опитувань здобувачів та заходи з усунення зауважень, а також результати акредитацій ОП інших спеціальностей. Процес узагальнення і оприлюднення пропозицій до ОП недостатньо відпрацьований, пропозиції до ОП після громадського обговорення не розміщені на сайті. Рекомендації. Включити до ОП матрицю відповідності визначених освітньою програмою ПРН і компетентностей. Привести у відповідність в НП загальний обсяг навчальних занять в 1, 2 та 3 семестрах до вимог внутрішніх нормативних документів НАУ, а саме 30 кредитів ЄКТС на семестр. Започаткувати моніторинг фактичного навчального навантаження здобувачів і враховувати результати при перегляді робочих програм і ОП. Проводити опитування випускників щодо навчання за ОП та можливостей її вдосконалення. Включити до програм професійно-маркетингової, переддипломної практик рекомендації щодо їх дистанційного проходження. Забезпечити краще інформування здобувачів про можливість вибору ВК з іншої ОП та з іншого ОС. У рамках внутрішньої системи якості освіти нормативно врегулювати оновлення рекомендованої літератури в робочих програмах ОК та посилити контроль за виконанням. Оновлювати і затверджувати робочі програми ОК щорічно згідно вимог внутрішньої нормативної документації. У контексті Стратегії розвитку НАУ до 2030 року започаткувати викладання окремих дисциплін англійською мовою. Започаткувати на практиці визнання РН, отриманих при участі в програмах міжнародної мобільності. Залучати здобувачів до програм внутрішньої мобільності, віртуальної мобільності. Більш детально ознайомлювати здобувачів з можливостями і перевагами отримання неформальної освіти. Обговорювати на засіданнях кафедри результати опитувань здобувачів, результати

акредитацій інших ОП для врахування під час перегляду ОП. Розробити і запровадити процедуру узагальнення пропозицій щодо удосконалення ОП, розміщувати на сайті НАУ пропозиції щодо ОП після громадського обговорення.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

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

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що ОП «Маркетинг» відповідає стратегічним цілям, а також місії НАУ, в якій наголошується щодо внеску в розвиток суспільства на національному та міжнародному рівнях через генерацію нових знань та інноваційних ідей на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти, з вирішенням завдань маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях, що надасть здатність студентам отримувати високоякісні освітні та науково дослідні послуги та розв'язувати комплексні проблеми та створювати нові знання в сфері розвитку міжнародного маркетингу, його інструментів і технологій. При формуванні мети ОПП враховано стратегічні завдання та цілі Стратегії розвитку Національного авіаційного університету до 2030 року, викладені в Стратегії розвитку Національного авіаційного університету до 2030 року. (<https://nau.edu.ua/ua/menu/un%D1%96versitet/strategy-2030.html>), затвердженій рішенням Вченої ради НАУ протокол № 9 від 19 грудня 2018 року, щодо підготовки фахівців з міжнародного маркетингу в аспектах реалізації студентоцентрованого навчання, забезпечення якості надання освітніх послуг на рівні європейських і світових стандартів, інтенсифікації міжнародної освітньої, наукової діяльності, орієнтації на інноваційність і відповідність вимогам сьогодення, формування атмосфери прозорості та академічної доброчесності. Експертна група зазначила, що можливості подальшого вдосконалення ОП та спеціальності 075 Маркетинг враховані у Стратегії розвитку університету, зокрема подальший розвиток індивідуалізації освіти для здобувачів через індивідуальні навчальні плани з персональними траєкторіями та можливість обирати програми відомих міжнародних університетів для отримання сертифікатів з дисциплін вільного вибору, розвиток англomовних форм навчання, запровадження варіативних форм навчання (он-лайн, дистанційного, дуального, змішаного, інклюзивного), а також сертифікатів «soft-skills» в освітній процес, формування і розвиток простору неформальної освіти, особистісного розвитку і професійного становлення здобувачів.

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

Під час зустрічей з стейкголдерами ЕГ встановлено, що під час розробки і перегляду ОП, зокрема при визначенні цілей та результатів навчання, достатнім чином враховувались інтереси здобувачів, випускників та роботодавців. Це підтверджено в ході проведених зустрічей здобувачами 2 курсу П. Скрипніковою, М. Бичулею, Д. Меленівською, Г. Дерев'янкіною; випускниками Т. Бабак, А. Петренко, М. Ткачук, Ю. Андрейченко; роботодавцями - представниками бізнесу: С. Заводовський - начальник відділу маркетингу ДП «Національний спортивний комплекс «Олімпійський», К. Астахов - радник генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», Д. Падалко - менеджер з маркетингу та логістики ТОВ «Східна кліматична компанія», О. Крапко - заступник директора ТОВ «Трансальянс Груп», А. Слободяник - головний спеціаліст департаменту досліджень і розслідувань ринків невиробничої сфери Антимонопольного комітету України. Стейкголдери запрошувались на засідання кафедри для обговорення ОП і висловили пропозиції стосовно включення нових ОК. Так, у витягу з протоколу засідання кафедри маркетингу №3/1 від 12.03.21 р. (наданий гарантом ОП 3.10.22 в 12:00:38 через систему НА) відображено пропозиції представників стейкхолдерів: менеджера з маркетингу та логістики ТОВ «Східна кліматична компанія», офіційного представника ТОВ «Samsung Electronics Ukraine Company, LLC» Д. Падалко та генерального представника авіакомпанії Iraqii Airways Аль-Майяхі Алі Абед Хамза стосовно включення до ОП дисциплін, здобувачки К. Ковтун щодо оновлення ОП. Прийнято пропозицію Д. Падалко про включення до ОП дисциплін: Маркетинг кроскультурного середовища, Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг, та Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках, що дозволить забезпечити здобувачам знання про крос-культурний підхід до ведення бізнесу в сучасних умовах глобалізації, здатність до розуміння глобального конкурентного середовища та ринкових інновацій, та розробки проектів маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг, з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Прийнято пропозицію Аль-Майяхі Алі Абед Хамза про включення до ОП дисципліни Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі, що посилить компетентності фахівця з використання маркетингу в господарській діяльності авіатранспортних компаній.

Відповідні ПРН 16-20 були включені до ОП. Прийнято пропозицію К. Ковтун замінити ОК Науково-дослідна практика на ОК Професійно-маркетингова практика, що дозволить ознайомити здобувачів з законодавчою базою з питань міжнародної маркетингової діяльності підприємств, організації і проведення маркетингової діяльності на національному і міжнародному ринках. Під час зустрічі з ЕГ випускниці Т. Бабак та А. Петренко засвідчили, що їх пропозиції щодо посилення практичної складової ОП, висловлені під час неформальних зустрічей з гарантом А. Шевченко, знайшли відображення у включенні ОК Професійно-маркетингова практика до ОП.

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.

Тенденції розвитку спеціальності, ринку праці та галузі відображені у рецензіях, наданих на ОП роботодавцями <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/opp-mizhnarodnyi-marketynh-mahistr>. Так, менеджер з маркетингу та логістики ТОВ «Східна кліматична компанія», офіційний представник ТОВ «Samsung Electronics Ukraine Company, LLC» Д. Падалко зазначив що ОП здатна забезпечити підготовку фахівців, які володіють компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності підприємств на міжнародному ринку. Генеральний представник авіакомпанії Iraqi Airways Аль-Майяхі Алі Абед Хамза наголосив на відповідності ОП вимогам сучасного ринку праці, глобальних тенденцій, потреб українських та міжнародних компаній, представників різних галузей, зокрема авіаційної. На зустрічі з ЕГ випускники А. Саакян, Т. Бабак, А. Петренко підтвердили, що отримані під час навчання за ОП знання і навички відповідають вимогам сучасного ринку праці. Випускниці М. Ткачук і Ю. Андрейченко засвідчили, що ОП охоплює всі навички та компетентності, необхідні сучасному маркетологу. Регіональний та галузевий контексти враховано при формулюванні цілей та ПРН ОП, через включення обов'язкових ОК «Маркетинг кроскультурного середовища», «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг», «Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі» а також при обранні дисциплін вибіркового блоку: «Антикризовий маркетинг в авіації», «Міжнародний брендинг», «Креативні технології міжнародних маркетингових комунікацій» тощо. Регіональний та галузевий контексти враховуються при виборі студентами тем курсових робіт та баз практик. У відомостях про самооцінювання сказано, що під час розроблення ОП вивчався досвід інших аналогічних програм вітчизняних та іноземних ЗВО, зокрема КНЕУ імені Вадима Гетьмана, ХНУ імені В.Н. Каразіна, ХНЕУ імені Семена Кузнеця, Одеського національного економічного університету, Західноукраїнського національного університету. Вивчення схожих магістерських програм у зарубіжних закладах освіти (Паризька школа бізнесу, Франція; Бізнес-школа Шеллхаммера, Іспанія; Сассекський університет, Великобританія) дало змогу використати їх досвід щодо методів навчання, вміння працювати в групах, формування критичного розуміння передового досвіду задля побудови ефективної маркетингової стратегії в глобальному середовищі, занурення здобувачів у практичне бізнес-середовище, та інноваційні форми ведення підприємницької діяльності. Викладене свідчить, що при складанні та оновленні ОП були достатнім чином враховані сучасні тренди розвитку сфери маркетингу, галузевий контекст та вимоги ринку праці.

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.

До ОПП включено всі програмні компетентності і всі програмні результати навчання відповідно до Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженому Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року. Також до ОПП включено додаткові компетентності ЗК 9, ФК 12, 13 та ПРН 16-20, окрім тих, які сформульовані у відповідному стандарті. ЕГ встановила, що ОП дозволяє досягти всіх результатів навчання, визначених у названому стандарті, а також включених додатково, за рахунок обов'язкових ОК, про що свідчить Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми (розділ 5 даної ОП), а також результати ознайомлення з робочими програмами обов'язкових ОК.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

Сильними сторонами та позитивними практиками слід вважати: 1. Відповідність мети ОП місії і Стратегії розвитку Національного авіаційного університету до 2030 р. 2. Врахування інтересів стейкхолдерів при визначенні цілей і програмних результатів навчання. 3. ОП дозволяє досягти всіх результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

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

До слабких сторін слід віднести таке: Недостатньо залучено випускників для обговорення і перегляду ОП. Рекомендовано: 1. Проводити опитування випускників щодо навчання за ОП, достатності отриманих компетентностей для ефективної роботи, та можливостей вдосконалення ОП. 2. У контексті Стратегії розвитку НАУ до 2030 року започаткувати викладання окремих професійно орієнтованих дисциплін англійською мовою.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Зважаючи на встановлені сильні сторони та позитивні практики, зокрема відповідність мети ОП місії і стратегії ЗВО; врахування можливостей подальшого вдосконалення ОП та спеціальності 075 Маркетинг у Стратегії університету; врахування інтересів стейкхолдерів під час розробки і перегляду ОП; можливість досягти всіх результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», а також рекомендації щодо удосконалення ОП у контексті Критерію 1, ЕГ вважає, що ОПП «Міжнародний маркетинг» має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками. Відтак, можна вважати відповідність ОП Критерію 1 достатньою (з незначними недоліками).

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Освітньо-професійна програма «Міжнародний маркетинг» для магістерського рівня вищої освіти розроблена в 2021 році на основі попередніх ОПП 2018-2019 рр., з урахуванням всіх вимог стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» затвердженому Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року. Структура і зміст ОПП визначаються Положенням про освітні програми НАУ (https://nau.edu.ua/download/Quality%20Assurance_ukr/Systema_QA/Documentacija_QA/14_05_2020/2020_05_12_Pologenja_pro_osvitni_programi_NAU_end2.pdf), затвердженим і введеним в дію наказом ректора 07.05. 2020 р., № 148/од. ОПП «Міжнародний маркетинг» затверджена Вченою радою Університету, протокол 3 від 24.03.2021 р. До ОПП додані навчальні плани денної і заочної форм навчання, затверджені Вченою радою Університету, протокол 3 від 24.03.2021 р. Обсяг ОПП «Міжнародний маркетинг» складає 90 кредитів ЄКТС, що відповідає ст.5 Закону України «Про вищу освіту» та Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня. Обсяг обов'язкових ОК, спрямованих на досягнення ПРН, становить 66 кредитів ЄКТС, а загальний обсяг ОК за вибором здобувачів 24 кредити ЄКТС, тобто 26,7%. Таке співвідношення відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту», відповідно до яких обсяг дисциплін за вільним вибором здобувачів має становити не менше 25%. ОПП оприлюднено на сайті факультету економіки та бізнес-адміністрування в розділі Освітні програми кафедри маркетингу за посиланням <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/opp-mizhnarodnyi-marketynh-mahistr>. За тим самим посиланням розміщені навчальні плани денної і заочної форм навчання. Експертами проаналізовано ОПП «Міжнародний маркетинг» і встановлено відповідність Стандарту вищої освіти за обсягом, структурою, програмними компетентностями, програмними результатами навчання і формою атестації здобувачів.

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.

Зміст ОПП «Міжнародний маркетинг» відповідає предметній області спеціальності. ОПП чітко структурована, загальний час навчання в цілому пропорційно розподілений за семестрами і роками навчання. Обов'язкові ОК складають 66 кредитів, з них ОК циклу гуманітарної та соціально-економічної підготовки 7 кредитів, ОК циклу професійної та практичної підготовки 59 кредитів. ОК практичної підготовки включає виробничі практики: професійно-маркетингова практика 4,5 кредити, переддипломна практика 6 кредитів. Атестація: кваліфікаційний екзамен 1,5 кредити, кваліфікаційна робота 19,5 кредити, всього 21 кредит. Вибіркові ОК складають 24 кредити. Наведена в ОП структурно-логічна схема відображає взаємозв'язок ОК. Навчальний план сформований відповідно до опису ОП та структурно-логічної схеми. ЕГ проаналізувала Матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (Розд. 4 ОП) і Матрицю забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними ОК (Розд. 5 ОП) і встановила, що ОП забезпечує формування всіх програмних компетентностей і

досягнення всіх включених до неї ПРН. Матриця відповідності ПРН, освітніх компонентів, методів навчання, форм та методів оцінювання (Табл. 3 відомостей про СО) також засвідчує повне забезпечення обов'язковими компонентами ОП програмних результатів навчання, як визначених Стандартом ПРН 1-15, так і додатково включених ПРН 16-20. Водночас виявлено, що в ОП відсутня матриця відповідності визначених освітньою програмою ПРН і компетентностей, тобто в ОП недостатньо відображено кореляцію між компетентностями і ПРН. Втім ЕГ визначила, що ОП достатнім чином забезпечує формування загальних компетентностей і досягнення відповідних ПРН, як визначених Стандартом, так і додаткових. Загальні компетентності формуються за рахунок таких обов'язкових ОК, як Ділова іноземна мова, а також професійно орієнтованих та вибіркового ОК. Аналіз РП і силабусів навчальних дисциплін, програм виробничих практик, кваліфікаційного екзамену та методичних рекомендацій до виконання кваліфікаційної роботи в частині як змісту, так і результатів навчання показав, що включення до ОП освітні компоненти дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання. ЕГ виявила, що в навчальному плані на 1 і 2 семестри відведено 30 і 33 кредити ЄКТС, всього 63 кредити, а на 3 семестр 27 кредитів. Що суперечить, зокрема, внутрішнім нормативним документам НАУ (Методичні рекомендації з розробки навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти в НАУ <https://bit.ly/3rPf9aU>) де вказано, що обсяг навантаження протягом навчального року за ОС магістра має складати 60 кредитів ЄКТС, по 30 кредитів у кожному семестрі. На запит ЕГ через систему НА гарант пояснила, що такий розподіл кредитів при проектуванні нових редакцій ОП та НП здійснено з урахуванням вимог наказу МОН України № 406 від 16. 03. 2020 р. «Про організаційні заходи для запобігання поширенню коронавірусу COVID-19», для сприяння зменшенню контактів та поширенню COVID-19.

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

ОП визначена як освітньо-професійна програма, орієнтована на формування знань і навичок, необхідних для вирішення задач в сфері маркетингової діяльності. Аналіз змісту ОП свідчить про загальну відповідність предметній області, визначеній Стандартом спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (Наказ МОН № 960 від 10.07.2019 року). На основі вивчення силабусів і робочих програм обов'язкових ОК «Стратегічний маркетинг», «Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку», «Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках» та ін., експертна група встановила, що названі навчальні дисципліни повністю розкривають поняття, концепції, принципи маркетингу та уможливають їх використання в практичній сфері. Об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання відповідають тим, що визначені Стандартом. Освітні компоненти, передусім обов'язкові, в цілому відповідають спеціальності 075 Маркетинг. За пропозиціями роботодавців до циклу професійної підготовки ОП було включено дисципліни, орієнтовані на удосконалення здобувачами актуальних професійних навичок («Маркетинг кроскультурного середовища», «Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі» та ін.). Включення до переліку обов'язкових ОК дисципліни «Ділова іноземна мова» відповідає цілям ОП і потребам сучасного ринку праці. За пропозицією випускників до циклу практичної підготовки ОП було включено Професійно-маркетингову практику, яка разом з переддипломною практикою забезпечують опанування затребуваних знань і вмінь у контексті освоєння методів і засобів практичної професійної діяльності в сфері маркетингу, сприяють зближенню теоретичної і практичної складових ОП.

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії визначена та регулюється Положенням про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ <https://cutt.ly/FCkSFE2>, Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ <https://cutt.ly/ACkHr4G>. ОП «Міжнародний маркетинг» включає шість ОК вільного вибору обсягом 24 кредити ЄКТС, або 26,7% від загального обсягу ОП, які вивчаються в 2 семестрі. Вивчивши відомості про самооцінювання і під час візиту ЕГ з'ясувала, що перелік вибіркового дисциплін складається щорічно випусковою кафедрою, з урахуванням пропозицій здобувачів, роботодавців та інших кафедр. Сформований перелік вибіркового дисциплін та силабуси розміщуються на сайті для ознайомлення з ними здобувачів, НПП та інших зацікавлених осіб (<https://cutt.ly/sCkJcrf>). Здобувачі здійснюють вибір в режимі он-лайн в автоматизованій системі (АС ФІОТ) <https://directorate.nau.edu.ua/login>. ВК вважається обраною, якщо її обрали більшість здобувачів. Обрані здобувачами ВК включаються до їх індивідуального навчального плану. Також здобувачі можуть обирати бази виробничої практики, теми курсових робіт. Під час зустрічей з гарантом, зав. кафедрою та начальником навчально-методичного відділу ЕГ з'ясувала, що здобувач може обрати ВК з іншої ОП, зокрема, з іншого ОС, написавши письмову заяву на ім'я декана факультету. Крім того, наказом ректора від 28.06.22 №191/од введена додаткова можливість обрання та вивчення ВК «Цивільний захист». На зустрічі з ЕГ здобувачі засвідчили, що ознайомлені з своїм правом вибору, порядком формування індивідуальної освітньої траєкторії та переліком вибіркового дисциплін; що вони самостійно обирали дисципліни за прозорою і зрозумілою процедурою. Водночас здобувачі не показали поінформованість про можливість вибору ВК з іншої ОП, та з іншого ОС. За результатами ознайомлення з документами, що регулюють порядок вибору дисциплін, інформацією, отриманою під час візиту, індивідуальними планами здобувачів, ЕГ дійшла висновку, що в університеті існує прозора процедура і можливість вибору навчальних дисциплін, яку здобувачі використовують ще не в повній мірі.

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

ОПП «Міжнародний маркетинг» передбачено різні види практичної підготовки: професійно-маркетингова практика 4,5 кредити в 2 семестрі; переддипломна практика 6 кредитів в 3 семестрі; на практичних заняттях - розгляд ситуаційних вправ (кейсів), залучення фахівців-практиків для викладання дисциплін за ОП, керівництва кваліфікаційними роботами. Проходження виробничих практик регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (<https://cutt.ly/VCKLqAo>) та Положенням про організацію та проведення практик здобувачів ВО в НАУ (<https://cutt.ly/KCKLpeE>). Програми практик затверджені належним чином в 2022 р., їх зміст відповідає цілям ОП. Згідно з матрицею відповідності програмних компетентностей компонентам ОПП (Розд. 4 ОП) і матрицею забезпечення ПРН відповідними компонентами ОПП (Розд. 5 ОП) виробничі практики мають на меті формування загальних (ІК, ЗК-1-5, ЗК7) та фахових компетентностей (ФК1–8; ФК9, ФК11, ФК13). Ознайомлення ЕГ з наказами про проходження практики і договорами з базами практики показало, що базами виробничої практики є підприємства ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», ТОВ «Авіакомпанія СКАЙАП», ТОВ «Транс Логістик», ТОВ «Київмедікал», ТОВ «Праймконект», ТОВ «Форт-Трейд ЛТД», та ін. Втім, згідно з наказами 581/ст від 30.05.2022 Про організацію та проведення практик факультету економіки та бізнес-адміністрування, 1040/ст від 18.08.2022 Про проведення переддипломної практики, в умовах воєнного стану, здобувачі ВО магістерських програм були направлені для проходження виробничих практик на кафедри Університету, в дистанційному (он-лайн) режимі. Експерти розглянули звіт з професійно-маркетингової практики здобувача В. Доманського (Індивідуальне завдання практики: Організація маркетингової діяльності авіаційного підприємства та шляхи її вдосконалення (на прикладі SKYUP AIRLINES) і звіт з переддипломної практики здобувачки М. Бичулі (Індивідуальне завдання: Формування клієнтоорієнтованого підходу в управлінні діяльністю підприємства на прикладі підприємства «Фільман ГмБХ Україна») і дійшли висновку, що під час практики здобувачі набувають компетентності щодо здійснення маркетингової, управлінської, аналітичної діяльності. ЕГ звертає увагу на те, що у програмах виробничих практик не розкриті умови і вимоги щодо їх дистанційного проходження в умовах обмежень, пов'язаних з пандемією COVID 19 та воєнним станом. Під час зустрічі з ЕГ роботодавці не змогли відповісти, чи брали вони участь в обговоренні і визначенні цілей і змісту програм виробничих практик. Водночас роботодавці С. Заводовський (ДП «Національний спортивний комплекс «Олімпійський»), К. Астахов (ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль»), Д. Падалко (ТОВ «Східна кліматична компанія»), О. Крапко (ТОВ «Трансальянс Груп»), засвідчили, що можливості залучення на практику здобувачів ВО в умовах воєнного стану дуже обмежені. В свою чергу, випускники висловили задоволеність здобутими під час практичної підготовки на ОП компетентностями, необхідними для професійної діяльності.

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

Набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям ОП, здійснюється шляхом опанування загальними компетентностями, включеними до ОП. Як свідчить матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОП (Розділ 4 ОП), загальні компетентності формують переважна більшість обов'язкових ОК, серед яких пріоритетними є такі: «Маркетинг кроскультурного середовища», «Ділова іноземна мова», «Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі», «Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку», виробничі практики, кваліфікаційний екзаме́н, кваліфікаційна робота. Процес формування соціальних навичок через опанування загальними компетентностями відображений у робочих програмах обов'язкових навчальних дисциплін, викладених до системи НА і силабусах, розміщених на сайті (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/opp-mizhnarodnyi-marketynh-mahistr>), а також в Google Classroom. Здобувачі та випускники під час зустрічі з експертами навели конкретні приклади соціальних навичок (лідерство, комунікабельність, здатність брати на себе відповідальність, працювати в команді, шукати і узагальнювати інформацію), здобутих у процесі навчання за ОП «Міжнародний маркетинг» шляхом написання і захисту кваліфікаційних магістерських робіт і звітів з практик, обговорення кейсів і роботи в малих групах на практичних заняттях, участі в наукових конференціях, наукових і творчих конкурсах («Рекламний полігон») та інших заходах, які проводяться в Університеті і поза його межами, та висловили задоволення можливістю застосування цих навичок у практичній діяльності.

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

Професійний стандарт з маркетингу на теперішній час відсутній.

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.

За результатами аналізу ОП і навчального плану встановлено, що обсяг навчальних дисциплін складає від 3 до 5,5 кредитів. Обсяг професійно-маркетингової і переддипломної практик 10,5 кредитів; виконання курсових робіт по 1 кредиту кожна. Атестація (кваліфікаційний екзаме́н, кваліфікаційна робота) 21 кредит. Тижневе аудиторне навчальне навантаження здобувачів за НП в 1 семестрі складає 17 аудиторних годин, в 2 семестрі 15 аудиторних годин. Аналіз змісту компонентів ОП показав достатність обсягу аудиторної та самостійної роботи для досягнення ПРН. Водночас за результатами вивчення відомостей про СО ЕГ з'ясувала, що моніторинг фактичного навчального навантаження здобувачів ОП «Міжнародний маркетинг» належним чином не проводиться, що знайшло підтвердження під час зустрічей з гарантом ОП, НПП і здобувачами. Співвіднесення обсягу окремих ОК із фактичним навантаженням здобувачів проводиться згідно Методичних рекомендацій з розробки навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти в НАУ (<https://cutt.ly/ACsk1Og8>). Розподіл часу між аудиторною і самостійною роботою здійснюється з врахуванням норм Положення про організацію освітнього процесу в НАУ <https://cutt.ly/lCsk1N26>: частка аудиторних годин з навчальних дисциплін становить не менше 33%, на самостійну роботу не більше 67% загального часу, відведеного на вивчення ОК. Самостійна робота регламентується Положенням про організацію самостійної роботи здобувачів ВО (<https://cutt.ly/yCkoOsR>). На зустрічі з ЕГ здобувачі ВО повідомили, що під час навчального процесу і виконання самостійної роботи не відчують перевантаження або недовантаження. Звідси можна припустити, що фактичне навантаження здобувачів, як правило, відповідає обсягу окремих освітніх компонентів. Під час опитування здобувачів ВО, яке було проведене в 2022-2023 н.р. на загальноуніверситетському рівні (<https://cutt.ly/OCLsjXF>), на питання, чи вистачає вам часу на виконання самостійної роботи, курсових проектів, підготовку до занять, 80% респондентів відповіли ствердно, і 20% відповіли, що їм не вистачає часу. Але дане опитування не дозволяє в повній мірі оцінити, наскільки реалістично співвідношення обсягу освітньої програми та окремих освітніх компонентів відбиває фактичне навантаження здобувачів. Експертами рекомендовано 1-2 рази на рік проводити моніторинг фактичного навчального навантаження здобувачів і враховувати результати під час перегляду робочих програм і перегляду ОП.

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 підготовка здобувачів за дуальною формою освіти не здійснюється.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Сильними сторонами та позитивними практиками ОП є: 1. Загальний обсяг ОП відповідає законодавству, відображає компетентності та РН, передбачені Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти. Всі ПРН досягаються через вивчення обов'язкових компонентів ОП. 2. Здобувачам вищої освіти, що навчаються за ОП, надається можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, що регулюється відповідними нормативними документами ЗВО. В університеті існує прозора процедура і можливість реального вибору навчальних дисциплін. 3. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) в достатньому обсязі.

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

До слабких сторін можна віднести таке: 1. В ОП недостатньо відображено кореляцію між компетентностями і програмними результатами навчання. 2. В навчальному плані на 1 і 2 семестри відведено 63 кредити, а на 3 семестр 27 кредитів. Що суперечить, зокрема, внутрішнім нормативним документам НАУ (Методичні рекомендації з розробки навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти в НАУ) де вказано, що обсяг навантаження протягом навчального року за ОС магістра має складати 60 кредитів ЄКТС, по 30 кредитів у кожному семестрі. 3. У програмах виробничих практик (професійно-маркетингової, переддипломної) не викладені умови і вимоги щодо їх дистанційного проходження. 4. Роботодавці недостатньо залучені до визначення цілей і змісту виробничих практик. 5. Не проводиться систематичний моніторинг навчального навантаження здобувачів. Рекомендовано: 1. Включити до ОП матрицю відповідності визначених освітньою програмою ПРН і компетентностей. 2. В навчальному плані кількість кредитів на 1 і 2 курсах навчання привести у відповідність до вимог внутрішніх нормативних документів НАУ, а саме Методичних рекомендацій з розробки навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти в НАУ (відповідно 60 і 30 кредитів). 3. Переглянути і оновити програми виробничих (професійно-маркетингової, переддипломної) практик з урахуванням обмежень, пов'язаних з захворюваністю COVID 19 та воєнним станом, розробити і включити до програм практик умови і вимоги щодо їх дистанційного проходження. 4. Більш активно залучати роботодавців до обговорення і визначення цілей і змісту виробничих практик. 5. Започаткувати проведення моніторингу фактичного навчального навантаження здобувачів і в подальшому враховувати результати моніторингу при перегляді робочих програм і перегляді ОП.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Загалом відповідає визначеному критерію. Такий висновок ґрунтується на тому, що обсяг ОП та окремих ОК відповідає вимогам законодавства та Стандарту вищої освіти і в цілому реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів; зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг» і дозволяє досягти заявлених цілей та ПРН; існує прозора процедура і можливість реального вибору навчальних дисциплін для формування індивідуальної освітньої траєкторії; ОП передбачає набуття здобувачами вищої освіти необхідних соціальних навичок. Існують несуттєві недоліки, які можуть бути усунені під час здійснення освітнього процесу.

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.

У ході акредитаційної експертизи ЕГ з'ясувала, що вступ до магістратури регулюється Правилами прийому до НАУ (<https://cutt.ly/gCUV9HR>), Положенням про Приймальну комісію (<https://cutt.ly/GCTyTLm>), Положенням про фахову атестаційну комісію НАУ (<https://cutt.ly/PCTyDqr>), які опубліковано у вільному доступі. Необхідна інформація про правила прийому на навчання та вимоги до вступників, щодо вступу на магістратуру висвітлено на веб-сторінці ФЕБА (<https://cutt.ly/YBgMo9m>). Прийом вступників на навчання проводиться на конкурсній пропозиції, які НАУ самостійно формує та вносить до ЄДЕБО у визначені Правилами строки. Особа може вступити до НАУ для здобуття ступеня магістра на основі ступеня бакалавра, магістра та ОКР спеціаліста, здобутого за іншою спеціальністю за умови успішного проходження вступних випробувань. Під час зустрічі з ЕГ, здобувачі ВО за ОПП підтвердили, що правила вступу є простими та інтуїтивно зрозумілими. На веб-сторінці приймальної комісії НАУ у розділі «Магістратура» (<https://cutt.ly/ZBg9z5F>) та на веб-сайті ФЕБА (<https://cutt.ly/YBgMo9m>) є посилання на особистий електронний кабінет вступника. У розділі «Правила прийому» на веб-сторінці Приймальної комісії НАУ міститься посилання на перелік акредитованих та неакредитованих спеціальностей (освітніх програм), за якими було оголошено прийом на навчання у 2022 році до НАУ за ОС «Магістр». На думку ЕГ, це сприяє усвідомленому вибору ОП вступниками. Інтерв'ювання відповідального секретаря приймальної комісії (Сергій Зозуля) продемонструвало обізнаність і відповідність проведення вступної кампанії чинному законодавству. За результатами проведених зустрічей та вивчення відповідних документів ЕГ дійшла висновку, що Правила прийому на навчання за ОПП відповідають чинному законодавству, є чіткими і зрозумілими і не містять дискримінаційних положень.

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

Алгоритм вступу до магістратури НАУ на основі ОС «Бакалавр», ОС «Магістр» (ОКР «Спеціаліст») за спеціальністю 075 «Маркетинг» ОПП «Міжнародний маркетинг» опубліковано у відкритому доступі на веб-сторінці приймальної комісії НАУ (<https://cutt.ly/RBht3LX>) та ФЕБА (<https://cutt.ly/GCTt6xI>). Перелік акредитованих та неакредитованих спеціальностей для здобуття ОС «Магістр» для осіб, що здобули ОС «Бакалавр», ОС «Магістр» (ОКР «Спеціаліст») зазначено у Додатку 3 Правил прийому до НАУ у 2022 році (<https://cutt.ly/gCUV9HR>). Конкурсний відбір для вступу на навчання для здобуття ОС «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» ОПП «Міжнародний маркетинг» здійснюється за результатами вступних випробувань, складених у рік вступу: для вступників, які вступають на основі здобутого ОС Бакалавр – магістерський тест з навчальної компетентності (МТНК) та фахове вступне випробування (<https://cutt.ly/HCTyVT8>); для вступників на базі ОС «Магістр» (ОКР «Спеціаліст») – усний іспит (індивідуальна співбесіда) з іноземної мови (англійська, німецька, іспанська та французька мови) (<https://cutt.ly/JCTuqt4>) та фахове вступне випробування. Програма фахового вступного випробування за ОП підготовки фахівців з вищою освітою ОС «Магістр» (<https://cutt.ly/HCTyVT8>) оновлюються та переглядаються щороку, з урахуванням особливостей ОП, пропозицій стейкхолдерів, тенденцій розвитку науки та практики та складаються з двох частин: теоретичного та практичного завдання. Фахове вступне випробування проводиться упродовж 2-х академічних годин (90 хв.) та проходить у письмовій формі у вигляді теоретичних питань та практичного завдання на основі теоретичних питань. Мінімальне значення кількості балів на фаховому вступному випробуванні, з якими вступник допускається до участі в конкурсі для вступу на навчання для здобуття ОС «Магістр» на основі здобутого освітнього ступеня (освітньо-кваліфікаційного рівня) становить 100 балів. Визначення конкурсного балу вступника визначається за формулою $KB = 0,5 P_1 + 0,5 P_2$, де P_1 – оцінка магістерського тесту навчальної компетентності (за шкалою від 100 до 200 балів), P_2 – оцінка фахового вступного іспиту (за шкалою від 100 до 200 балів). За результатами вивчення відомостей про СО, документів, розміщених на сайті університету, та зустрічей під час візиту, ЕГ встановила, що Правила прийому на навчання за ОП «Міжнародний маркетинг» магістерського рівня у цілому враховують особливості самої ОП.

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.

Визнання отриманих результатів навчання в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності, регулюється наступними правовими актами: Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у НАУ (<https://cutt.ly/JCTupNb>), Положення про організацію та проведення поточного та семестрового контролю (<https://cutt.ly/bCTuk9N>), Положення про порядок переведення (поновлення) студентів, які навчалися у вищих навчальних закладах Донецької та Луганської областей, на навчання до НАУ (<https://cutt.ly/xCTuQgm>), Тимчасове положення про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів (<https://cutt.ly/OCTuSYn>). ЕГ прийшла до висновку, що вони забезпечують чітке, зрозуміле та доступне для всіх учасників ОП регламентування порядку дій щодо визнання РН, отриманих в інших ЗВО (вітчизняних та іноземних). Визнання РН здійснюється з використанням європейської системи трансферу та накопичення кредитів ЄКТС або з використанням системи оцінювання навчальних досягнень здобувача ВО, прийнятої у країні ЗВО-партнера. Порівняння обсягу навчального навантаження під час реалізації програм академічної мобільності ґрунтується на зіставленні результатів навчання, яких було досягнуто здобувачем у ЗВО-партнері та результатів навчання, запланованих ОП в Університеті. Результати підсумкової атестації здобувача ВО за період навчання у ЗВО-партнері представляються за шкалою, прийнятою у ЗВО-партнері та переводяться у шкалу, прийнятну в НАУ. Перезарахування навчальних дисциплін здійснюється на підставі наданого здобувачем документа з переліком та результатами вивчення навчальних дисциплін, кількістю кредитів та інформацією про систему оцінювання навчальних здобутків здобувача, завіреного в установленому порядку у ЗВО-партнері, оригінал якого здобувач ВО повинен надати до деканату. Поінформованість про можливості визнання РН для здобувачів ВО забезпечується шляхом доступу до сайту та на кураторських годинах. Під час спілкування зі здобувачами ВО ЕГ прийшла до висновку щодо низького рівня поінформованості здобувачів ВО за ОПП щодо визнання РН, отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності. Під час зустрічі із адміністративним персоналом заступник директора ННІ міжнародного співробітництва та освіти Д. Бугайко відмітив, що НПП кафедри маркетингу активно залучаються до участі у міжнародних проектах як за рахунок міжнародних грантів, так і наукової діяльності. Згідно відомостей про самооцінювання серед здобувачів ВО за ОПП «Міжнародний маркетинг», здобувач Марк Паркер зарахований до Цюрихського університету (Швейцарія) в рамках програми «Global Student Experience» (06.06.2022). Водночас у зв'язку з карантинними обмеженнями та воєнним станом участь здобувачів ОП у програмах міжнародної мобільності суттєво загальмувалась. Що відкриває можливості більш широкого запровадження внутрішньої мобільності, а також віртуальної 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.

Визнання РН, отриманих у неформальній освіті, в НАУ регулюється Положенням про організацію та проведення поточного та семестрового контролю (<https://cutt.ly/XCTif8W>). Результати навчання осіб, які отримані у неформальному середовищі можуть бути визнані за умови порівняльного аналізу освітньої програми та отриманими документами з результатами навчання, виконанням усіх обов'язкових видів індивідуальних завдань та проходження підсумкового контролю з навчальної дисципліни для підтвердження рівня здобутих знань, умінь та інших компетентностей. За результатами проведених зустрічей з гарантом ОП, НПП, здобувачами, представниками органів самоврядування та структурними підрозділами ЕГ дізналася, що неформальній освіті на ФЕБА та, зокрема, на кафедрі маркетингу приділяється певна увага. Інформація про можливість скористатись таким правом надається студентам під час кураторських годин та НПП. За ініціативи студентів проводяться зустрічі з практиками та низка культурних заходів. Національний авіаційний університет зареєстровано на платформі онлайн-освіти Coursera, що надає безкоштовний доступ до багатьох курсів (<https://cutt.ly/eCTiEf>). Втім у процесі інтерв'ю ЕГ з'ясувала, що обізнаність здобувачів про можливості і переваги неформальної освіти є недостатньою. В опитуванні здобувачів ВО за ОПП «Міжнародний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» щодо якості реалізації ОП відсутні питання про поінформованість, участь та задоволення здобувачів заходами неформальної освіти. З відомостей про СО і під час зустрічей з адміністративним складом ЗВО ЕГ дізналася, що за час реалізації ОПП «Міжнародний маркетинг» не було прикладів визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

До сильних сторін ОПП ЕГ відносить: 1. Чіткість, зрозумілість та відсутність дискримінаційних положень у правилах прийому на навчання за ОПП, які враховують особливості ОП. 2. Наявність переліку акредитованих та неакредитованих спеціальностей (освітніх програм), за якими було оголошено прийом на навчання за ОС «Магістр» - у розділі «Правила прийому» на веб-сторінці Приймальної комісії НАУ міститься посилання, що сприяє усвідомленому вибору ОПП вступниками. 3. Наявність чіткого механізму визнання результатів навчання здобувачів,

отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності та у неформальній освіті, що регламентовано відповідними положеннями, які знаходяться у відкритому доступі на сайті НАУ.

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

До слабких сторін ЕГ відносить: 1. На практиці не застосовувались розроблені в НАУ механізми визнання РН здобувачів ВО за ОПП, отримані у неформальній освіті. 2. Низька активність здобувачів ВО у програмах міжнародної академічної мобільності. 3. В процесі інтерв'ювання здобувачів виявлено їх недостатню обізнаність щодо визнання РН, отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності та неформальної освіти, а також можливостей отримання і переваг неформальної освіти. Рекомендації: 1. Розглянути можливості більш широкого запровадження внутрішньої мобільності, а також залучення здобувачів ВО до програм віртуальної мобільності. (внутрішньої та міжнародної). 2. Започаткувати на практиці визнання результатів навчання, отриманих під час участі в програмах міжнародної мобільності та у неформальній освіті; 3. Більш детально ознайомлювати здобувачів ВО з можливостями і перевагами отримання неформальної освіти, включати рекомендовані курси, в т.ч. на платформах Prometheus і Coursera та ін., до робочих програм і силабусів навчальних дисциплін.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Правила прийому на навчання за ОПП «Міжнародний маркетинг» є чіткими, зрозумілими та не містять дискримінаційних положень. Вони оприлюднені у вільному доступі на веб-сайті НАУ та враховують особливості ОПП. Доступ до них є простим та інтуїтивно зрозумілим. В НАУ визначено чіткий та зрозумілий порядок дій щодо визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО та у неформальній освіті. Загалом відповідає визначеному критерію з недоліками, що не є суттєвими.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

У відповідності до Положення про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/gqvm>), освітній процес на ОП здійснюється за такими формами: навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка та контрольні заходи. Навчання здобувачів на ОП реалізується відповідно до НП та РНП. У РНП (запит ЕГ) зазначені дві форми аудиторних занять: лекції та практичні (семінарські) заняття. Силабуси навчальних дисциплін (<http://surl.li/dhbhw>; <http://surl.li/dhbin>) та робочі програми навчальних дисциплін містять інформацію про РН, форми та методи навчання і викладання. ЕГ проаналізувала методи навчання та оцінювання, й прийшла до висновку, що застосовувані форми та методи навчання і викладання за ОП, сприяють досягненню РН за окремими ОК та РН ОП в цілому, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. Вони спрямовані на розширення можливостей отримання здобувачами вищої освіти теоретичних знань (на навчальних заняттях та під час самостійної роботи) та практичних навичок (під час вирішення задач, ділових ігор, кейсів). Серед здобувачів ОП періодично (вересень 2022 року) проводиться анкетування, результати якого підтверджують їх задоволеність освітньому процесу (<http://surl.li/dhbmh>). Під час спілкування з фокус-групами викладачів та здобувачів вищої освіти з'ясовано, що для організації навчання та викладання на ОП використовуються система Google Classroom. Здобувачі освіти відмітили, що мають доступ до системи, відслідковують результати навчання. Лекції читаються за допомогою Google Meet. Створені канали у Viber та Telegram, що забезпечують оперативний зв'язок НПП та здобувачів, що було підтверджено також на зустрічі зі здобувачами ОП. Навчання та викладання здійснюється на основі студентоцентрованого підходу з урахуванням інтересів і потреб здобувачів як автономних та відповідальних учасників освітнього процесу. Для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в Національному авіаційному університеті впроваджено автоматизовану систему (АС ФІОТ) відповідно до Положення про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в Національному авіаційному університеті (<http://surl.li/dhbog>). Також неодноразово було відмічено під час зустрічей, що вибіркові компоненти обираються здобувачами вищої освіти із каталогів рекомендованих та альтернативних вибіркових дисциплін та складають 24 ECTS (з 90 ECTS). На сайті кафедри маркетингу є посилання на перелік ДВВ, які пропонуються на 2021-2022 н.р., 2022-2023 н.р. (<http://surl.li/dhbhw>). Студентоцентрованість даної ОП підтверджується залученістю здобувачів освіти як рівноправних учасників освітнього процесу у питаннях обговорення, перегляду та удосконалення ОП. Здобувачі освіти мають можливість самостійно обирати та формувати

тему кваліфікаційних робіт, про що вони повідомили під час зустрічі. Між НПП і здобувачами існує взаємоповага і взаємодія, що відповідає принципам академічної свободи.

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

Учасники освітнього процесу за ОП отримують інформацію щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК із різних джерел: викладачі за ОП, гарант, завідувач кафедр, куратори, старости груп, представники студентського самоврядування, офіційний сайт ЗВО, сайт кафедри (<http://surl.li/dhbbqm>), зміст ОП (<http://surl.li/dhbbqk>), робочі навчальні програми обов'язкових ОК (Google Classroom), силабуси (<http://surl.li/dhbbhw>; <http://surl.li/dhbbin>) засоби дистанційного навчання тощо. Доступ до інформації на офіційних Інтернет-ресурсах ЗВО постійний та необмежений. Загальноуніверситетську інформацію визначено в основних положеннях задіяних в освітній діяльності НАУ (<http://surl.li/aguxo>). У цілому, під час зустрічі, здобувачі вищої освіти підтвердили обізнаність у механізмах, що забезпечують інформацією щодо цілей, наповнення, форм контролю та критеріїв за освітніми компонентами. Під час онлайн інтерв'ювання гаранта, завідувача кафедри, НПП встановлено, що викладачі повідомляють здобувачам інформацію щодо цілей, змісту, ПРН, порядку та критеріїв оцінювання ОК, на першому занятті. ЕГ з'ясовано, що усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих ОК. Наразі не всі силабуси з обов'язкових навчальних дисциплін ОП наявні на сторінці ОП кафедри (ОК Ділова іноземна мова) (<http://surl.li/dhbbhw>), що дещо обмежує здобувачів освіти в отриманні повної інформації про ОК, що вивчаються.

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

Складовою науково-технічного потенціалу кафедри маркетингу є науковий доробок здобувачів освіти. В освітній складовій ОП, у частині обов'язкових ОК, відведено місце ОК, що забезпечують набуття універсальних навичок дослідника ПРН з «Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності», чому сприяє ОК 7 «Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку», ОК 9 «Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках», а також написання кваліфікаційної роботи магістра (за Матрицею забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними ОК ОП, табл. 5 ОП (<http://surl.li/dhbbqk>)). Поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП відбувається також шляхом виконання кваліфікаційної роботи, рівнем залученості до науково-дослідної роботи кафедри. Під час зустрічі із студентами, представниками студентського самоврядування, викладачами було з'ясовано про публікації статей або тез доповідей здобувачами освіти. ЗВО на запит ЕГ надані матеріали на підтвердження участі здобувачів освіти у науково-практичних конференціях різного тематичного спрямування: матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення» (2021-2022 р.) – публікації Скрипнікової П., Меленівської Д., Паркера М.; XII Міжнародної науково-практичної конференції Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність» Форвард- 2021» - публікація Паркера М. Здобувачі заохочуються преміюванням до публікації статей, що індексуються науково-метричними базами даних Scopus або Web of Science, що було підтверджено під час онлайн зустрічі Головою наукового товариства Р. С. Одарченко. У відповідності до Положення про організацію наукової роботи факультету економіки та бізнес-адміністрування на кафедрі функціонують наукові гуртки в яких приймають участь здобувачі ОП: Інновації Digital-маркетингу – керівник Божок А. Р.; Управління розвитком інструментів маркетингу в сучасних умовах - керівник Стельмашенко О. О. (витяг з протоколу каф. маркетингу №13 від 30.08.2021 р.). Під час знайомства з матеріально-технічною базою, аудиторним фондом та інфраструктурою університету було продемонстровано широкі можливості НАУ для забезпечення поєднання навчання і досліджень здобувачів освіти. Так, функціонує науково-технічна бібліотека НАУ, на кафедрі маркетингу функціонує навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу. Отже, на основі зустрічей зі здобувачами, НПП, гарантом, представниками студентського самоврядування та адміністративним персоналом, а також наданих на запит ЕГ документів ЗВО, ЕГ констатує, що ОП передбачає здобуття необхідних навичок та забезпечує можливості для здобувачів поєднувати навчання і дослідження під час реалізації ОП та досягнення її цілей.

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

Порядок розроблення, затвердження, оцінювання якості та періодичного перегляду ОП у НАУ регламентований «Положенням про освітні програми Національного авіаційного університету» (<http://surl.li/aczsi>) та реалізується на практиці (підтверджено під час зустрічі з Гарантом та викладачами ОП, а також даними, які наведено в ОП – (<http://surl.li/dhbbqk>)). Зміни до ОП та її ОК вносяться на підставі результатів моніторингу, а також щорічно переглядається зміст освітніх компонентів щодо їх актуальності та відповідності зовнішнім умовам ринку праці,

стандартам тощо (зазначено Положенні, підтверджено під час зустрічі ЕГ з Гарантом). Також під час зустрічі ЕГ з викладачами вони запевнили, що підставами для внесення змін до змісту та оновлення ОК виступають: підвищення кваліфікації, стажування (у т.ч. закордонні), участь у НДР, співпраця з стейхолдерами, власна науково-дослідна діяльність тощо. Аспекти оновлення змісту ОК частково відображені у Положенні про організацію освітнього процесу (<http://surl.li/gqvm>), наприклад, у відповідності до п. 4.7.2. та п. 4.7.5. РНП ОК переглядається та затверджується щорічно. За результатами дослідної та експертної діяльності, співпраці зі стейхолдерами оновлюється зміст ОП та окремих ОК на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі, що покладено в основу рішень засідань проектної групи. Наприклад, за пропозиціями зовнішніх стейхолдерів, зокрема за пропозицією радника генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» К. Астахова щодо доцільності врахування інтеграційних процесів та європейського курсу розвитку країни та виокремлення їх глобального впливу на авіаційну галузь взагалі, та діяльності авіакомпаній зокрема, оновлено зміст освітньої компоненти «Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках». Водночас ЕГ відмічає, що під час ознайомлення з робочими програмами навчальних дисциплін «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг», «Стратегічний маркетинг», було виявлено, що до списків рекомендованої літератури включено недостатню кількість сучасних джерел (виданих не пізніше ніж 5 останніх років) і публікацій у періодичних виданнях. Робочі програми названих навчальних дисциплін, а також Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках, Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку, Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу, Стандарти забезпечення маркетингової діяльності, Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі, оновлені і затверджені в 2021 році, що суперечить вимогам системи якості ЗВО щодо щорічного оновлення робочих програм. Зокрема, суперечить п. 1.11 Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни, а також п. 4.7.5 Положення про організацію освітнього процесу, де вказано на необхідність щорічного обговорення та затвердження робочої програми.

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

Навчання, викладання і наукові дослідження на даній ОП пов'язані із прагненням ЗВО до інтернаціоналізації вищої освіти, а сам зміст освітніх компонентів враховує сучасні досягнення світової науки даної галузі. Інтернаціоналізація ЗВО відбувається відповідно до цілей та завдань Стратегією розвитку НАУ до 2030 року (<http://surl.li/sdjl>), Стратегією інтернаціоналізації співробітництва в галузі освіти НАУ 2018-2028 роки (<http://surl.li/sdjj>), співпрацею НАУ із зарубіжними ЗВО <http://fmv.nau.edu.ua/міжнародні-партнери> (Звіт СО). У Стратегії інтернаціоналізації співробітництва в галузі освіти НАУ зазначається, що одним із пріоритетних напрямів стратегії є участь у реалізації міжнародних проектів та програм таких як: Tempus, Erasmus+, Horizon 2020 та інші». На виконання цього завдання ЗВО провадить активну діяльність щодо участі в міжнародних проектах. В університеті наявна широка географія програм академічної мобільності для студентів та викладачів (більше 40 програм), за останні три роки укладено понад 220 міжнародних договорів, що було підтверджено на зустрічі 6 із адміністративним персоналом Д. О. Бугайченко. Також ним відмічено, що викладачі ОП підвищують кваліфікацію за кордоном (зокрема, в Польщі, Болгарії та Німеччині), за останні 5 років кафедра маркетингу має 36 публікацій в журналах, що індексуються науково-метричними базами даних Scopus або Web of Science Згідно Статуту НАУ забезпечується створення умов для мобільності здобувачів у межах європейського освітнянського простору та міжнародних програмах академічної мобільності. У Національному авіаційному університеті встановлено двосторонні відносини з університетами та інституціями для освітньої, наукової та культурної співпраці, підписано Меморандуми про співробітництво з Батумським державним університетом імені Шота Руставелі (м. Батумі, Грузія), Угода про співпрацю з Європейською вищою школою бізнесу (м. Познань, Польща), з Вищою школою бізнесу – Національний університет Лоїс (м. Новий Сонч, Польща), та волонтерською організацією в Німеччині SES, яка організовує проведення лекцій провідними професорами Німеччини для здобувачів вищої освіти. Під час зустрічей з НПП і здобувачами ЕГ визнано, що навчання, викладання та наукова діяльність пов'язані з стратегічними орієнтирами інтернаціоналізації діяльності ЗВО та кафедри маркетингу. Також ЕГ зазначає, що результати стажувань позитивно вплинули на публікаційну активність

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

До сильних сторін та позитивних практик належать: 1. Застосовані форми та методи навчання сприяють досягненню результатів за окремими ОК та ПРН ОП в цілому, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. 2. Здобувачам вищої освіти створено сприятливі умови для поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП «Міжнародний маркетинг», зокрема прийняття участі у конференціях, наукових гуртках та матеріально заохочуються до публікації статей, що індексуються науково-метричними базами даних Scopus або Web of Science. 3. Учасникам освітнього процесу своєчасно надається інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання.

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

Слабкі сторони: 1. В робочих програмах ОК «Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг», «Стратегічний маркетинг» до списків рекомендованої літератури включено недостатню кількість сучасних джерел (виданих не пізніше ніж 5 останніх років) і публікацій у періодичних виданнях. Названі робочі програми, а також Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках, Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку, Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу, Стандарти забезпечення маркетингової діяльності, Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі, оновлені і затверджені в 2021 році, що суперечить вимогам системи якості ЗВО щодо щорічного оновлення робочих програм. Зокрема, суперечить п. 1.11 Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни, а також п. 4.7.5 Положення про організацію освітнього процесу, де зазначено про необхідність щорічного обговорення та затвердження робочої програми. 2. Фактів міжнародної академічної мобільності викладачів за ОП не було. Рекомендації: 1. У рамках внутрішньої системи якості освіти нормативно врегулювати оновлення рекомендованої літератури в робочих програмах ОК та посилити контроль за виконанням. Щорічно оновлювати і затверджувати робочі програми згідно вимог внутрішньої нормативної документації. 2. Розглянути можливості віртуальної мобільності викладачів (внутрішньої та зарубіжної).

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

У цілому, ОП «Міжнародний маркетинг» відповідає вимогам Критерію 4. Під час експертизи ЕГ встановлено факти загальної відповідності та прагнення ЗВО до удосконалення. Форми та методи навчання сприяють досягненню результатів за окремими ОК та ПРН ОП в цілому. Учасники освітнього процесу за ОП мають доступ до декількох джерел інформації щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання за ОП в цілому. Здобувачі ОП заохочуються та мають можливість поєднувати навчання та дослідження відповідно до освітнього рівня ОП. Фактів міжнародної академічної мобільності викладачів за ОП не було, але організаційне підґрунтя створено.

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.

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів регламентуються «Положенням про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті» «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<http://surl.li/aguxo>). Відповідні форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів щодо окремої навчальної дисципліни зазначаються у робочих програмах дисциплін, які складаються згідно з «Методичними рекомендаціями до розроблення та оформлення робочої навчальної програми дисципліни» (<http://surl.li/gryu>), але відсутні в силабусах, які знаходяться на сайті університету в вільному доступі. Під час онлайн зустрічі із студентами було повідомлено М. Мелевською, П. Скипніковою, В. Бойко, що викладачі на першому занятті з дисципліни інформують щодо форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання, а також здобувачі відмічають зручність користування Google Classroom, який дозволяє критерії оцінювання здобувачів освіти зробити чіткими та зрозумілими. Перед кожним екзаменом обов'язково проводиться консультація, на якій ще раз наголошується про критерії оцінювання екзамену. Графік семестрового контролю доводить до відома куратор та староста групи в електронних чатах, повідомили здобувачі освіти під час онлайн спілкування. ЕГ було проведено аналіз робочих програм навчальних дисциплін ОП «Маркетинг кроскультурного середовища», «Дослідження зарубіжних ринків товарів і послуг» та інших, зокрема розділ рейтингової системи оцінювання набутих студентом знань та вмінь, що дозволило переконатися у чіткості критеріїв оцінювання та розподілом балів за змістовними модулями і темами. Під час презентування викладачами Г. Радченко та І. Сальковою своїх сторінок із ОК у Google Classroom ЕГ переконалася, що там розміщена робоча програма дисципліни. Програма кваліфікаційного екзамену доводиться до відома здобувачів не пізніше ніж за чотири місяці до дати його проведення. Вимоги щодо кваліфікаційної роботи (в тому числі і критерії оцінювання) визначені у Методичних рекомендаціях до виконання кваліфікаційних робіт для здобувачів за ОС «Бакалавр», «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

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

Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг за другим (магістерським) рівнем введено в дію з 2019/2020 навчального року. Відповідно до стандарту атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. ОП Міжнародний маркетинг в НАУ передбачено атестацію проводити у формі

кваліфікаційного екзамену та публічного захисту кваліфікаційної роботи. НАУ було додатково введено форму атестації – кваліфікаційний екзамен. Під час онлайн інтерв'ювання з гарантом А. Шевченко було з'ясовано, що в межах автономії ЗВО було додано кваліфікаційний екзамен, оскільки він сприяє встановленню досягнень всіх ПРН та підсилює розкриття знань теоретичної частини, а лише кваліфікаційна робота дозволяє сконцентрувати увагу на розкритті лише в межах тематики. ЕГ відзначає, що форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти.

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

Аналізуючи інформацію, яка знаходиться в публічному доступі, ЕГ було з'ясовано, що ЗВО визначив чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, процедура проведення контрольних заходів регулюється «Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ» «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю». Усі чинні положення розміщені на сайті НАУ та є доступними для всіх учасників освітнього процесу (<http://surl.li/aguxo>). Як зазначила гарант А. В. Шевченко, об'єктивність екзаменаторів забезпечується наявністю чітких правил, процедур та критеріїв оцінювання, оприлюднених для всіх учасників освітнього процесу на початку вивчення ОК. Екзамен із навчальної дисципліни проводить лектор, із залученням викладача, який проводить практичні заняття, наголосила завідувач кафедри Т. Князева. На ОП передбачено порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження. Він урегульований Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю, зокрема пунктами 2.32-2.34. Випадків оскарження результатів контрольних заходів, не об'єктивності оцінювання на ОП «Міжнародний маркетинг» не було. В умовах навчання з використанням дистанційних технологій під час карантину екзамени та заліки проводяться у дистанційній формі через Google Classroom, що було підтверджено на зустрічах з НПП та здобувачами. Проте, під час онлайн зустрічі зі студентами виявилось, що здобувачі освіти недостатньо повно обізнані щодо процедур запобігання та врегулювання конфлікту інтересів та процедур оскарження результатів контрольних заходів. ЕГ вважає за необхідне покращити роз'яснювальну роботу серед здобувачів освіти даної ОП щодо вказаних процедур.

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.

ЕГ встановила, що політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності в ЗВО регламентуються: «Положенням про порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти», «Положенням про виявлення та запобігання академічному плагіату в Національному авіаційному університеті», «Порядком перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» (<http://surl.li/agvdh>). З метою розбудови дієвої системи забезпечення якості освіти і впровадження принципів академічної доброчесності підписаний договір з компанією «Антиплагіат», який передбачає вільний доступ до сервісу Unicheck (<http://surl.li/agvdh>). Механізм забезпечення академічної доброчесності передбачає процеси популяризації академічної доброчесності, анонімне звернення щодо обізнаності про прояви академічної недоброчесності, моніторинг дотримання академічної доброчесності, процедуру реагування на порушення. У ЗВО провадиться популяризація академічної доброчесності як серед НПП, так і серед студентів. На офіційному сайті університету є окремий розділ, присвячений академічній доброчесності - <http://surl.li/agvdh>. З метою популяризації дотримання принципів доброчесності на початку навчання здобувачі та при прийнятті на роботу викладачі підписують Декларацію про дотримання академічної доброчесності, проводяться інформаційно-роз'яснювальні заходи куратором, викладачами та в ОК «Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу» розглядається тема «Академічна доброчесність в наукових та прикладних дослідженнях». На кафедрі проводилося опитування здобувачів ОП Міжнародний маркетинг, щодо їх обізнаності у питаннях академічної доброчесності (<http://surl.li/dicvd>). Під час зустрічей 2, 3, 4 встановлено, що система виявлення текстових запозичень Unicheck використовується для перевірки кваліфікаційних робіт, наукових робіт здобувачів і НПП, статей та тез доповідей на конференціях. Здобувачі вищої освіти відмітили, що кваліфікаційні роботи в НАУ перевіряються на відсутність академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації, а також розміщуються в репозитарії ЗВО. Перевірка кваліфікаційних робіт здійснюється в два етапи: перевірка за допомогою технічної системи виявлення текстових збігів Unicheck і розгляд кожної роботи Експертною комісією на кафедрі. За результатами перевірки кваліфікаційної роботи приймається рішення про допуск здобувача до захисту, що оформляється у вигляді Рішення кафедри, що було підтверджено отриманим Рішенням Експертної ради у відповідь на запит ЕГ. Випадків недопуску до захисту кваліфікаційної роботи на даній ОП внаслідок порушення правил академічної доброчесності не було. Встановлено ЕГ, що політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності є визначеними, чіткими, зрозумілими, доступними і послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації ОП, що підтверджено документально (положення, силабуси ОК, РП, декларації викладачів та студентів) та проведеними онлайн зустрічами.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

До сильних сторін та позитивних практик належать: 1. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими, дають можливість досягти результатів навчання за певною ОК. 2. ЗВО популяризує поняття і принципи академічної доброчесності через активну участь студентського самоврядування, академічний персонал, кураторів, розроблена відповідна нормативна база. 3. Правила проведення контрольних заходів чіткі та зрозумілі, доступні для усіх учасників освітнього процесу, включають процедури оскарження результатів контрольних заходів та їх повторного проходження, послідовне їх дотримання під час реалізації ОП. 4. Форма атестації здобувачів вищої освіти ОП відповідають вимогам Стандарту вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти та містить додатково введenu форму, кваліфікаційний екзамен, який сприяє досягненню всіх ПРН ОП.

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

Слабкі сторони: 1. У силабусах освітніх компонентів доцільно наводити систему критеріїв оцінювання та шкалу оцінювання здобувачів освіти. 2. Здобувачі освіти недостатньо повно обізнані щодо процедур запобігання та врегулювання конфлікту інтересів та процедур оскарження результатів контрольних заходів. Рекомендації: 1. Включити до складових силабусу систему критеріїв оцінювання та шкалу оцінювання здобувачів освіти. 2. Покращити роз'яснювальну роботу серед здобувачів освіти даної ОП щодо процедур запобігання та врегулювання конфлікту інтересів та процедур оскарження результатів контрольних заходів.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ОП «Міжнародний маркетинг» відповідає вимогам Критерію 5. Контрольні заходи та критерії оцінювання чіткі, зрозумілі, валідні, заздалегідь оприлюднені. У ЗВО присутні належні процедурні аспекти проведення контрольних заходів, забезпечується академічна доброчесність під час реалізації ОП. Виявлені недоліки не є суттєвими та не перешкоджають досягненню цілей та програмних результатів навчання, що відображені в ОП.

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.

ЕГ проаналізувала інформацію про викладачів, яка знаходиться в публічному доступі. Для реалізації ОП залучено сім викладачів, які мають відповідну освіту, рівень наукової кваліфікації, що здатні забезпечити досягнення цілей і програмних результатів навчання, зазначених у ОП, зокрема двоє мають науковий ступінь доктора наук (Князева Т.В., Смерічевський С.Ф.), всі інші – кандидата наук (Шевченко А.В., Салькова І.Ю., Дишлева С.М., Хороших В.В., Михальченко І.Г.). Серед них: двоє викладають по дві навчальні дисципліни на ОП (Шевченко А.В. навчальні дисципліни «Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках», «Стандарти забезпечення маркетингової діяльності»; Князева Т.В. – «Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу», «Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку»), а інші – по одній навчальній дисципліні. Під час онлайн інтерв'ювання завідувачка кафедри Т. Князева зазначила, що в рамках системи менеджменту якості освіти здійснюється щорічний перегляд здобутків і фахової відповідності викладачів кафедри та розподіл згідно них, навчального навантаження із дисциплін. А також про проведення І. Ю. Сальковою методичних семінарів, де вона акцентує увагу на особливостях щодо відповідності викладачів кафедри дисциплінам, що викладають, аналізує їх здобутки та рекомендує напрями для підвищення рівня, що дозволяє постійно відстежувати та покращувати стан відповідності навчальним дисциплінам. ЕГ на основі аналізу відомостей про самооцінювання, результатів проведеної зустрічі з академічним персоналом та інформації поданої на сайті кафедри (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu>) відзначає про академічну та професійну кваліфікацію викладачів, задіяних до реалізації ОП, відповідність навчальним дисциплінам, які вони викладають, що забезпечує досягнення визначених цілей та програмних результатів навчання.

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

Процедури конкурсного добору викладачів та обрання за конкурсом при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників Університету та укладання з ними трудових договорів (контрактів) визначаються відповідно до ЗУ «Про вищу освіту», Кодексу законів про працю України, Статуту НАУ та регламентуються затвердженим у 2020 році Вченою радою НАУ і розміщеним на офіційному сайті ЗВО Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (контрактів) у Національному авіаційному університеті (<http://surl.li/dhbsp>). Зазначеним документом обумовлюються наступні засади процедури конкурсного відбору: відкритість, гласність, законність, рівність прав членів конкурсної комісії, колегіальність ухвалення рішень комісією, незалежність, об'єктивність та обґрунтованість таких рішень, неупереджене ставлення до кандидатів на посади науково-педагогічних працівників. У відповідності до Порядку, при конкурсному доборі викладачів, крім основних кваліфікаційних вимог, використовується перелік додаткових вимог, які враховуються під час проведення конкурсу, зокрема: зареєстрований профіль науковця, ORCID ID, Research Gate, Google Scholar; видані монографії за профілем кафедри; опубліковані статті у виданнях, включених до наукометричних баз Web of Science та/або Scopus; участь у роботі наукових конференцій тощо. Такий підхід, на думку ЕГ дозволяє враховувати необхідний рівень професіоналізму викладачів Як було встановлено під час зустрічі ЕГ із працівниками допоміжних структурних підрозділів університету у мирний час дотримується етапів конкурсу визначених Порядком. Конкурс на заміщення посад НПП оголошується наказом ректора університету. Оголошення щодо вакансії розміщуються у відкритому доступі на сайті ЗВО. Кандидатури претендентів на заміщення посад НПП попередньо обговорюються на засіданні кафедри, вченої ради факультету, конкурсної комісії ЗВО за їх присутності. Зараз, у зв'язку воєнним станом, під час онлайн інтерв'ювання, заступник начальника відділу кадрів А. Кушнірук наголосила, що конкурсний відбір при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників у НАУ не відбувається. Усі НПП, які були до конкурсу в 2021-2022 роках звільнялися, потім з 1 вересня 2022 року приймалися наказом ректора на роботу до обрання за конкурсом до 30 червня 2023 року. Після проведеного аналізу Відомостей про самооцінювання та іншої інформації щодо якісного складу НПП за ОП кафедри маркетингу, ЕГ зазначає, що склад та академічна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації ОП, достатні для досягнення цілей та результатів навчання, а процедури конкурсного добору викладачів у НАУ є регламентованими, достатньо прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми.

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

Кафедра маркетингу НАУ активно співпрацює з роботодавцями в контексті організації та реалізації освітнього процесу за ОП. Їхня співпраця є систематичною та документально підтвердженою: приймають участь у рецензуванні, розробці та оновленні освітньої програми (<http://surl.li/dhbhw>, витяг з протоколу №3/1 засідання кафедри маркетингу від 12.03.2021р.; витяг з протоколу №4 засідання кафедри маркетингу від 16.03.2021р.; витяг з протоколу №5 засідання кафедри маркетингу від 24.03.2022р.;); приймають участь у формуванні переліку вибіркового навчальних дисциплін (витяг з протоколу №8 засідання кафедри маркетингу від 24.05.2022р.); проводять аудиторні заняття та гостьові зустрічі, тренінги, наукові конференції, круглі столи тощо; являються базами для проходження практики: Державне підприємство «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» (договір про партнерство та співробітництво №02.4-14.24-4 від 31.08.2017 р.), ТОВ «Авіакомпанія СКАЙАП» (угода про співробітництво та організацію взаємовідносин від 24.08.2021 р.), ТОВ «ТРАЙС ЛОГІСТИК» (угода про співробітництво та організацію взаємовідносин від 05.11.2021 р.), ТОВ «КИЇВМЕДІКАЛ» (угода про співробітництво та організацію взаємовідносин від 15.09.2021 р.), ТОВ «ПРАЙМ КОНЕКТ» (угода про співробітництво та організацію взаємовідносин від 20.09.2021 р.), ТОВ «Форд-Трейд ЛТД» (угода про співробітництво та організацію взаємовідносин від 01.10.2021 р.); забезпечення діяльності ради роботодавців (<http://surl.li/bdqcj>; <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/mark-zv>). Зустріч із роботодавцями підтвердила інформацію ЗВО щодо їх активного залучення до організації та реалізації освітнього процесу на ОП.

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

У відповідності до отриманої інформації за запитом ЕГ, публічної інформації на офіційному сайті університету та під час онлайн інтерв'ювання з роботодавцями та академічним персоналом було з'ясовано, що до аудиторних занять залучаються професіонали-практики, експерти галузі та представники роботодавців. Під час онлайн інтерв'ювання завідувачка кафедри Т. Князева повідомила, що окрім гостьових лекцій (<http://surl.li/ddrul>), на кафедрі ведеться системна практика залучення фахівців в штат кафедри як сумісників, і це підтвердили на онлайн зустрічі роботодавці, а саме: до практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Міжнародний маркетинг» із навчальної дисципліни «Методологія прикладних досліджень в сфері маркетингу» було залучено А. Слободяник, к.е.н., доцента., головного спеціаліста департаменту досліджень і розслідувань ринків невиробничої сфери Антимонопольного комітету України (2021-2022 н.р.), а до викладання навчальної дисципліни «Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі» - К. Астахова, радника Генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» (2022-2023 н.р.). Серед вибіркового дисциплін у 2021-2022 н. р. було

запропоновано здобувачам до опанування навчальну дисципліну «Креативні технології міжнародних маркетингових комунікацій», яку викладатиме М. Лазебник, к.е.н., Генеральний директор Всеукраїнської рекламної коаліції. Під час онлайн спілкування із випускниками даної ОП (Т. Бабак, А. Петренко) було з'ясовано, їхнє бажання також долучатися до занять для здобувачів вищої освіти з метою успішного поділу знаннями та навичками, яких вони набули уже під час свого практичного досвіду, який відповідає ОП. ЕГ вважає за доцільне розширювати коло залучених до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців з метою розширення когорти роботодавців та можливих нових сфер працевлаштування випускників ОП.

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

Професійний розвиток викладачів потребує безперервного процесу. З метою його забезпечення в НАУ розроблено Положенням про підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників НАУ (<http://surl.li/gsjr>). У відповідності до нього організацією підвищення кваліфікації (стажування) НПП займається навчально-методичний відділ НАУ. За результатами проведення експертизи, базуючись на відеоматеріалах та аналізі публічної інформації було встановлено, що підвищення кваліфікації відбувається як у зовнішніх закладах і установах, так і в НАУ. Належна співпраця НАУ ведеться з Державним вищим навчальним закладом «Університетом менеджменту освіти» НАПН України, зокрема гарант А.В. Шевченко підвищення кваліфікації свідоцтво СП 35830447/2489 - 2018 р. До заходів з професійного розвитку викладачів залучається університет через власні університетські програми підвищення кваліфікації та тренінги, які реалізуються структурними підрозділами університету: Інститут новітніх технологій та лідерства, де функціонує Центр організаційного розвитку та лідерства; Навчально-науковий інститут неперервної освіти, де функціонує навчально-консультативний центр підвищення кваліфікації (<http://surl.li/dgvvv>) Вони проводять викладачам низку тренінгових програм. Викладачі, що забезпечують освітній процес на даній ОП, проходять також різні підвищення кваліфікації, у вигляді міжнародного стажування в закордонних інституціях, інформація про які наявна на сайті кафедри, зокрема А. В. Шевченко та Т. В. Князева (Болгарія, 2019 р) (<http://surl.li/dgvvr>, <http://surl.li/dgvvt>). У цілому, ЕГ відзначає достатній рівень сприяння з боку ЗВО професійному розвитку викладачів як через власні програми, так і у співпраці з іншими ЗВО, установами та організаціями.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП НАУ передбачає матеріальні та моральні заохочення й регламентується Положенням про порядок заохочення осіб, які працюють, навчаються в Національному авіаційному університеті та колективів структурних підрозділів університету (<http://surl.li/dgtep>), Колективним договором НАУ (<http://surl.li/bfnpb>), Положенням про преміювання працівників (<http://surl.li/bdqir>). Під час акредитаційної експертизи було з'ясовано, що університет дійсно стимулює розвиток викладацької майстерності, зокрема, матеріально. Про це було наголошено під час онлайн зустрічей. Так, викладачі, які впроваджують в освітній процес власні наукові дослідження, результати яких опубліковані в журналах, що індексуються науково-метричними базами даних Scopus або Web of Science, отримують премію в розмірі 5000 грн. Викладач І. Салькова підтвердила, що вона неодноразово її отримувала. А також наголосила, що в університеті діє система матеріального стимулювання і заохочення для гарантів ОП. Крім того, Михальченко І. Г відмітила, що викладачам надається можливість у НАУ скласти іспит й отримати сертифікат на знання англійської мови рівня B2 за дещо нижчою вартістю. Викладач І. Ю. Салькова повідомила про дієву систему заохочення НПП нематеріального характеру, яка реалізується через нагородження нагрудними знаками, грамотами, подяками тощо. Гарант А.В. Шевченко відмітила наявність в НАУ практики заохочення до розвитку викладацької майстерності за допомогою проведення різноманітних майстер класів учасницею яких вона була під час відвідування школи викладача, що діє в Інституті новітніх технологій та лідерства. ЕГ зазначає, що в НАУ існує система стимулювання НПП як матеріального, так і нематеріального характеру, але для посилення стимулювання розвитку викладацької майстерності не лише окремих його складових, а системно, рекомендуємо запровадити індивідуальний рейтинг викладачів у даному напрямку та запропонувати заохочення за його результатами.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

До сильних сторін та позитивних практик належать: 1. Академічна та професійна кваліфікація НПП, задіяних у реалізації ОП відповідає вимогам щодо фаху спеціальності та дозволяє досягти визначені програмою цілі та ПРН. 2. За ОП реалізовано декілька підходів до залучення професіоналів-практиків та експертів галузі маркетингу: на основі сумісництва, з оформленням наказу про прийняття на роботу викладача на певний термін; залучення для проведення аудиторних занять без оформлення трудових відносин, на умовах гостьових занять. 3. ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями. 4. ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності, зокрема здійснюється преміювання науково-педагогічних працівників.

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

Суттєвих слабких сторін ЕГ не виявлено. До несуттєвих недоліків можна віднести: 1. Відсутність у вільному доступі на сайті кафедри відомостей про викладацький склад кафедри маркетингу. 2. Відсутність внутрішніх процедур, що регулюють процес індивідуального рейтингування викладачів щодо розвитку викладацької майстерності та пов'язане з цим матеріальне та моральне заохочення. 3. Недостатньо залучені до навчальних занять професіонали-практики із числа випускників ОП «Міжнародний маркетинг» НАУ. Рекомендації: 1. Для інформування заінтересованих сторін щодо академічної та професійної діяльності викладачів розміщувати на сайті інформацію про викладацький склад кафедри маркетингу. 2. Розробити та запровадити рейтингову систему оцінювання ефективності діяльності викладачів щодо розвитку викладацької майстерності. 3. Долучити до організації та реалізації освітнього процесу за ОП «Міжнародний маркетинг» випускників цієї ОП.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Зважаючи на встановлені сильні сторони та позитивні практики, а також рекомендації щодо удосконалення ОП у контексті Критерію 6, ЕГ вважає, що ОП «Міжнародний маркетинг» має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками. Відтак, можна вважати відповідність ОП Критерію 6 достатньою з несуттєвими недоліками, які не впливають на загальний рівень.

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.

В НАУ надходження і використання фінансових ресурсів регламентовано Статутом НАУ (<https://cutt.ly/QRvMmKb>). Інформація опублікована на веб-сайті НАУ (<https://cutt.ly/nBfgTbo>). Під час онлайн-ознайомлення з МТБ та перегляду відео-матеріалів, ЕГ переконалась у якісному забезпеченні матеріально-технічними ресурсами, що допомагають досягати цілей та РН за ОПП. Здобувачам ВО доступні навчальна, наукова, виробнича, спортивна, культурно-освітня, побутова та оздоровча бази НАУ (їдальня, буфет, науково-технічна бібліотека, Авіаційний медичний центр НАУ, центр культури та мистецтв, спорткомплекс, гуртожиток №6 та ін.) (<https://cutt.ly/PCZxYP5>). Базою для підготовки фахівців за ОП є спеціалізовані аудиторії, оснащені мультимедійним обладнанням (спеціальні екрани та проектори), навчальна лабораторія «Інформаційних систем маркетингу», забезпечена комп'ютерним обладнанням зі встановленим спеціалізованим ПЗ та можливістю виходу в Інтернет через локальну мережу університету. Кафедра маркетингу забезпечена в достатній кількості оргтехнікою (принтерами, МФУ, сканерами). При огляді МТБ з доповіді О. Ярмолюка ЕГ пересвідчилась, що у викладанні за даною ОПП застосовуються сучасні програмні продукти для комунікації та маркетингової діяльності (SublimeText, Figma, Canva та ін.); для роботи з серверними технологіями (ХАМРР, Но.ua, Wordpress, Joomla, Weblium та ін.); для отримання статистичних та маркетингових даних, маркетингового аудиту та інтернет-маркетингу (Google Search Console, Google Analytics, Google Trends, Collaborator.pro, SPSS, Facebook manager, Google Ads, Instagram, Binotel та ін.); маркетингових проєктів (Jira, Confluence, Trello, X-mind); розсилки (Senpulse та MailChimp). ЕГ переконалась, що матеріально-технічні ресурси та програмне забезпечення дозволяють у повній мірі набувати та поглиблювати компетенції, передбачені ОПП. Навчально-методичне забезпечення (<https://cutt.ly/QCU86da>) розроблено для всіх дисциплін ОПП «Міжнародний маркетинг» та опубліковано у репозитарії бібліотеки. Здобувачі мають можливість користуватися ресурсами бібліотеки (<https://cutt.ly/BCU8xgN>), яка забезпечує вільний доступ до фондів з понад 2 млн примірників друкованих та електронних видань та електронних каталогів. Під час онлайн-огляду бібліотеки НАУ, ЕГ переконалась, що в бібліотеці створені належні умови (зал обслуговування, читальний зал, зона відпочинку, простір неформальної освіти Clever Space тощо) та наявні необхідні навчальні матеріали для досягнення ПРН. Здобувачі ВО мають безоплатний доступ до електронних ресурсів бібліотеки, а також безоплатний віддалений доступ до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science та Springer Link (<http://biblio.umsf.dp.ua/>). Формування фондів для ОП відбувається за замовленням кафедр. ЕГ вважає, що наявна інфраструктура, бібліотека, навчально-методичне забезпечення, сучасне обладнання та програмне забезпечення, фінансові ресурси та ін. є достатніми для реалізації освітнього процесу за ОП «Міжнародний маркетинг».

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

Під час спілкування з гарантом ОПП, академічним персоналом, з здобувачами ВО за ОПП, представниками студентського самоврядування та адміністративним персоналом, ЕГ переконала, що всі учасники ОП забезпечені безоплатним та вільним доступом до інфраструктури, зокрема бібліотеки, музеїв, навчальної, наукової та спортивної баз НАУ, а також інформаційних ресурсів НАУ, які є необхідними для навчальної, викладацької та/або наукової діяльності в межах ОПП. Для реалізації освітньо-наукового процесу, всі учасники освітнього процесу забезпечені доступом до електронних ресурсів через підключення до локальної комп'ютерної мережі НАУ та доступом до мережі Інтернет через Wi-Fi в усіх приміщеннях НАУ, у т.ч. гуртожитках (забезпечується локальним оператором студентського містечка «Локальні студентські мережі»). Під час огляду матеріально-технічної бази НАУ, яка використовується під час реалізації ОПП, ЕГ встановила, що здобувачі ВО та НПП мають можливість за попередньої реєстрації в науково-технічній бібліотеці через корпоративну пошту отримати безоплатний локальний та віддалений доступи до електронних ресурсів науково-технічної бібліотеки (<https://cutt.ly/5BsoLM8>), наукометричних баз даних Scopus, Web of Science, повнотекстових бібліотек Science Direct та Центру учбової літератури, всесвітніх повнотекстових бібліотек наукової періодики з відкритим доступом DOAJ та наукових книжок з відкритим доступом DOAB (<https://cutt.ly/zBs2M2f>). Під час зустрічі з академічним персоналом та зустрічі зі здобувачами за ОПП, ЕГ переконала, що учасники ОП є проінформованими про можливості користування послугами електронної бібліотеки при написанні курсових робіт, підготовці наукових робіт та статей, доповідей конференцій, підготовці до занять, тощо. Для користувачів, бібліотека НАУ надає послуги з визначення індексу УДК, а також послугу Міжбібліотечного абонементу та доставку електронних копій статей із друкованих журналів, що передплачуються бібліотекою чи електронних журналів, недоступних у науково-технічній бібліотеці НАУ, проводить наукометричні консультації, семінари, тренінги, тощо.

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

Під час огляду МТБ з'ясовано, що освітнє середовище є безпечним для життя і здоров'я студентів та дозволяє задовольнити їхні потреби та інтереси. При проведенні зустрічей з НПП та здобувачами ЕГ переконала, що в університеті забезпечені умови для ефективного навчання. Безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів регулюється Статутом НАУ (<https://cutt.ly/QRvMmKb>). Під час огляду МТБ, що використовується під час реалізації ОПП, ЕГ переконала, що в навчальному корпусі НАУ передбачені плани евакуації. Для підвищення безпеки передбачено пропускну систему, встановлені турнікети та є чергові на вході в корпуси. В НАУ діє Авіаційний медичний центр, який проводить медичний нагляд за здоров'ям здобувачів (<https://cutt.ly/OVdoor7>). На період пандемії наказами ректора було впроваджено заходи щодо запобігання захворювань на COVID-19. На вході до Університету розташовані засоби для дезінфекції рук. В умовах воєнного стану НАУ продовжує роботу в дистанційному режимі на платформі Google Classroom. Облаштовані захисні споруди для укриття учасників ОП (<https://cutt.ly/jCU5IpK>). Проводяться інструктажі здобувачів з питань БЖД. В Університеті функціонує сектор психолого-педагогічної роботи, який забезпечує психологічний супровід та допомогу в адаптації здобувачів (<https://cutt.ly/FRQVcyx>). Під час спілкування з проректором з гуманітарної політики та інновацій встановлено, що в штаті НАУ відсутній психолог. З метою підтримки психічного здоров'я здобувачів ВО, сектор психолого-педагогічної роботи звертається до кафедри психології факультету лінгвістики та соціальних комунікацій для проведення заходів з просвітницької та профілактичної роботи. На веб-сторінці сектору психолого-педагогічної роботи не надано контактні дані, за якими здобувачі можуть звернутись за психологічною допомогою. У ході Зустрічей з представниками студентського самоврядування і допоміжними (сервісними) структурними підрозділами встановлено, що головними труднощами, з якими найчастіше стикаються здобувачі ВО, є адаптація до нового освітнього середовища та дистанційне навчання. Ефективність вирішення таких проблем зі сторони ЗВО підтверджується задоволеністю здобувачів якістю освітнього процесу (результати опитування здобувачів ВО за ОПП (<https://cutt.ly/VBdgi5x>). Під час онлайн-огляду встановлено, що здобувачі ВО забезпечені комфортними умовами проживання в гуртожитку, який розташований в кампусі університету. Гуртожиток має секційний тип з санвузлом та кухнею в кожній секції. Здобувачі ВО мають можливість проживати у дво- три- та чотиримісних кімнатах. Здобувачі за ОПП та представники студентського самоврядування підтвердили, що вони беруть участь в опитуваннях щодо визначення задоволеності якістю ОП. Відділом безпекової діяльності обладнано «Скриньку довіри» та створено «Електронну скриньку довіри» (<https://cutt.ly/GRbCBFM>) для покращення діяльності НАУ. ЕГ підтверджує, що освітнє середовище дозволяє повністю задовольнити потреби та інтереси здобувачів ВО за ОП.

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

За результатами акредитаційної експертизи з'ясовано, що здобувачі ВО за ОПП належним чином забезпечені освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримками, які надаються через систему «кафедра – факультет – університет». У відповідності до змісту звернення, здобувачі ВО за ОПП можуть отримати підтримку від гаранту ОПП, завідувача кафедри, куратора, викладачів, органів студентського самоврядування, деканату та структурних підрозділів університету. З метою забезпечення соціальної підтримки, здобувачі ВО залучаються до участі у професійній спільноті студентів НАУ, забезпечуються гуртожитком, стипендіями, можливістю оформлення індивідуального графіку для поєднання навчання з роботою (<https://cutt.ly/eChFqyf>). Надання інформаційної підтримки здобувачам ВО, головним чином, забезпечується через офіційні канали розповсюдження інформації, зокрема веб-сайт Університету (<https://cutt.ly/eBdFge2>), корпоративну пошту, онлайн бібліотеку (<https://cutt.ly/UBdLiIm>), платформу Google Classroom та месенджери. На веб-сторінці приймальної комісії НАУ та веб-сторінці ФЕБА (<https://cutt.ly/BVdXXIo>) розміщено у відкритому доступі інформацію щодо

підготовки магістрів, зокрема, правила та перелік необхідних документів для вступу в магістратуру, перелік спеціальностей, програми вступних випробувань, графіки проведення фахових іспитів тощо. На веб-сторінці кафедри маркетингу опубліковано інформацію з ОПП «Міжнародний маркетинг» та силабуси навчальних дисциплін. За результатами анонімного анкетування здобувачів ВО (<https://cutt.ly/mCLObUo>, <https://cutt.ly/XCZyDIY>), а також під час спілкування зі здобувачами ВО за ОПП та представниками студентського самоврядування, ЕГ переконала, що здобувачі ВО за ОПП забезпечені якісною освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою. До того, під час спілкування з представниками студентського самоврядування та заступницею декана з інформатизації, наукової та виховної роботи, встановлено, що на факультеті ФЕБА налагоджена ефективна взаємодія з органами студентського самоврядування з організації науково-методичних, культурно-просвітницьких, інформаційних, консультаційних, патріотичних та благодійних заходів (зокрема, Українські вечорниці «Сучасність у творчості», зустрічі з практиками, квартирники тощо). Під час зустрічі зі здобувачами ВО ЕГ переконала, що здобувачі ОПП «Міжнародний маркетинг» задоволені освітньою, організаційною, інформаційною, консультаційною та соціальною підтримкою.

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

Попри відсутність осіб з особливими освітніми потребами серед здобувачів ВО за ОПП «Міжнародний маркетинг», в Університеті створюються достатні умови для реалізації їх права на освіту, що забезпечується «Концепцією організації інклюзивного навчання в НАУ» (<https://cutt.ly/kCZlv9L>), наказом ректора «Про затвердження Положення про порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення» (<https://cutt.ly/WCZlAf9>). В НАУ забезпечуються рівні умови для реалізації права на освіту всім здобувачам ВО, зокрема, особам з особливими освітніми потребами шляхом створення належного освітнього та матеріально-технічного забезпечення. Здобувачі з особливими освітніми потребами мають право на спеціальний навчально-реабілітаційний супровід, безоплатне забезпечення інформацією для навчання у доступних форматах з використанням технологій, що враховують обмеження життєдіяльності, зумовлені станом здоров'я. Забезпечення безперешкодного доступу до НАУ для осіб з особливими освітніми потребами здійснюється відповідно до вимог ДБН В 2.2-40:2018 «Інклюзивність будівель і споруд» для безбар'єрного простору маломобільних груп населення (МГН) (довідка від 26.11.2019 № 10- 38/01/1829). Під час онлайн-огляду матеріально-технічної бази, що використовується під час реалізації ОПП ЕГ мала можливість пересвідчитися, що НАУ забезпечує інклюзивну інфраструктуру для осіб з особливими освітніми потребами (пандуси, широкі двері, спеціальні аудиторії із широкими проходами між столами та відсутніми порогами тощо), однак, відсутні туалети, адаптовані для маломобільних груп населення. Згідно з Розпорядженням «Про закріплення аудиторій для осіб з особливими освітніми потребами під час освітнього процесу» (<https://cutt.ly/vCZl52L>) за факультетом ФЕБА закріплено дві аудиторії (113 аудиторія у 2 корпусі на 30 місць та 106 аудиторія у 2 корпусі на 44 місць) для здійснення ОП, в якому залучені особи з особливими освітніми потребами.

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

Під час зустрічей з академічним персоналом, здобувачами ВО за ОПП, представниками студентського самоврядування та адміністративним персоналом, а також на основі аналізу результатів проведеного анонімного онлайн-анкетування здобувачів ВО за ОПП (<https://cutt.ly/mCLObUo>) ЕГ переконала, що в відсутності конфліктних ситуацій (зокрема таких, що пов'язані з корупцією, хабарництвом, некоректним оцінюванням знань зі сторони викладачів, булінгу, сексуальних домагань, насилля зі сторони викладачів чи одногрупників та дискримінацією) під час реалізації ОПП «Міжнародний маркетинг». При цьому, у разі необхідності, в НАУ існують чіткі та зрозумілі політика та процедури вирішення конфліктних ситуацій (у тому числі, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) які регулюються: Правилами внутрішнього розпорядку <https://cutt.ly/qRmmNjd>, Антикорупційною програмою НАУ <https://cutt.ly/mCIqFp1>, Положенням про відділ з питань запобігання та виявлення корупції <https://cutt.ly/yCIq9ZT>, Положенням про комісію з профілактики правопорушень НАУ <https://cutt.ly/NCIwq6l>, Положенням про запобігання та протидію булінгу, мобінгу, кібербулінгу, харасменту в НАУ <https://cutt.ly/aCIqZdM>. Під час зустрічі з представниками студентського самоврядування з було з'ясовано, що в разі виникнення конфліктних ситуацій між здобувачами чи здобувачами та НПП, здобувач ВО може звернутися до представників студентського самоврядування, які, в залежності від характеру конфліктної ситуації, допоможуть врегулювати конфлікт в комунікативний, інформаційний, соціально-психологічний чи організаційний спосіб. Для запобігання виникненню конфліктних ситуацій в Університеті запроваджено Кодекс честі науково-педагогічного працівника і студента НАУ <https://cutt.ly/5RmQDJX>, в якому сформовані стандарти поведінки НПП та здобувача ВО в академічному середовищі. До того, здобувачі ВО можуть звернутись за консультативно-правовою допомогою до відділу по роботі із студентами, сектору психолого-педагогічної роботи НАУ, комісії з профілактики правопорушень серед здобувачів ВО, профспілкової організації студентів і аспірантів. Кожен учасник освітнього процесу, може подати заяву/скаргу про конфліктну ситуацію (в паперовому чи електронному вигляді) до «Скриньки довіри» (<https://cutt.ly/GRbCBFM>). У разі виникнення корупційного правопорушення, учасники ОП можуть звернутися до відділу з питань запобігання та виявлення корупції НАУ, а також та Національного агентства з питань запобігання корупції через спеціальну телефонну лінію НАЗК або захищену електронну поштову скриньку.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

До сильних сторін та позитивних практик належать: 1. Високий рівень забезпеченості матеріально-технічною базою для безперешкодного досягнення визначених ОПП цілей та ПРН. 2. Безоплатний доступ для учасників ОП до інфраструктури та інформаційних ресурсів Університету. 3. Освітнє середовище повністю безпечне для життя і здоров'я здобувачів ВО, вони отримують освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку; 4. Створені умови для реалізації права на освіту здобувачами з особливими освітніми потребами. 5. Облаштовані захисні споруди на випадок необхідності укриття учасників ОП. 6. Наявні чіткі і зрозумілі політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій. 7. Безоплатний доступ (локальний та віддалений) до електронних ресурсів науково-технічної бібліотеки (<https://cutt.ly/5BsoLM8>), наукометричних баз даних Scopus, Web of Science, повнотекстових бібліотек Science Direct та Центру учбової літератури, всесвітніх повнотекстових бібліотек наукової періодики з відкритим доступом DOAJ та наукових книжок з відкритим доступом DOAB (<https://cutt.ly/zBs2M2f>). 8. широкий спектр програмного інструментарію, який використовується для досягнення ПРН.

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

До слабких сторін відносяться: 1. Відсутність психолога у штаті НАУ. 2. Відсутність на веб-сторінці сектору психолого-педагогічної роботи контактних даних, за якими здобувачі ВО можуть звернутись за психологічною допомогою. Рекомендовано: Заповнити вакантну посаду психолога та опублікувати на веб-сторінці сектору психолого-педагогічної роботи контактні дані, за якими учасники ОП можуть звернутись у разі необхідності психологічної допомоги.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Матеріально технічні ресурси та навчально-методичне забезпечення в НАУ є достатнім для досягнення ПРН за ОПП «Міжнародний маркетинг». В межах ОПП «Міжнародний маркетинг» учасники освітнього процесу мають безоплатний доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів необхідних для забезпечення освітньо-наукового процесу. Загалом, освітнє середовище в НАУ є безпечним для учасників ОП, а також враховує потреби здобувачів з особливими освітніми потребами. Виявлені недоліки не є суттєвими і не впливають на загальну оцінку.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

ЕГ встановлено, що ЗВО послідовно дотримується процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм, які визначені і регулюються: Положенням про освітні програми (<https://cutt.ly/zRQ1UIp> введено у дію наказом ректора № 148/од від 07.05. 2020), у відповідності до Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення освітньо-професійних програм (<https://cutt.ly/jRQ1SsA>, затверджено наказом в.о. ректора університету від 06.12.2017 року № 582/од). Забезпечення якості ОП також регулюється Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності (<https://cutt.ly/ERQ19ST> затверджено Вченою радою, протокол № 8 від 28.11. 2018 року), Положенням про Раду з якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (<https://cutt.ly/BC2ktn6> затверджено Вченою радою, протокол № 4 від 21.04. 2021 року). Згідно з визначеними процедурами відбувається регулярний перегляд ОП «Міжнародний маркетинг», започаткованої в 2018 році затверджена Вченою радою НАУ протокол № 2 від 22.02. 2018 р. У 2019 р. ОП була переглянута і оновлена відповідно до Стандарту ВО та затверджена Вченою радою, протокол №8 від 23. 10. 2019 р. У 2021 р. ОП була переглянута і затверджена Вченою радою 24.03.2021 р., протокол №3. Всі затверджені редакції ОП розміщені на сайті факультету економіки та бізнес-адміністрування <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/opp-mizhnarodnyi-marketynh-mahistr>. Проект ОП 2021 р. був розміщений на сайті НАУ для публічного обговорення (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/proekti/proekti-osvitno-profesiynih-program/proekti-osvitno-profesiynih-program-2021.html>), на сайті надано контактні дані гаранта ОП для подачі зауважень та пропозицій. Також вказано кінцевий термін подання зауважень і пропозицій 5.03.2021 р. Процес обговорення і перегляду ОПП відбувається на розширеному засіданні кафедри маркетингу за участі

стейкхолдерів. На запит ЕГ гарантом ОП через систему Нацагентства було надано витяг з протоколу засідання кафедри маркетингу № 3/1від 12.03. 2021 р., де зафіксовані пропозиції і рішення щодо удосконалення ОП. При оновленні з ОП було вилучено 8 ОК. Замість них за пропозиціями стейкхолдерів і викладачів було додано такі ОК: Ділова Іноземна мова, Стандарти забезпечення маркетингової діяльності, Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу, Маркетинг кроскультурного середовища, Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг, Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках, Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі, Управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на міжнародному ринку. Замінено ОК Науково-дослідна практика на ОК Професійно-маркетингова практика. Додано кваліфікаційний екзамен. Відповідні ПРН 16-20 також були включені до ОП. ЕГ засвідчено дотримання визначених ЗВО процедур щодо врахування пропозицій стейкхолдерів, при перегляді і удосконаленні ОП.

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

Під час зустрічей ЕГ зі здобувачами ВО, випускниками, представниками студентського самоврядування було з'ясовано, що здобувачі залучаються до перегляду ОП, зокрема через опитування, які проводить відділ моніторингу якості вищої освіти. Порядок надання здобувачами ВО і студентським самоврядуванням (Студентською радою) пропозицій щодо перегляду ОП визначений Положенням про освітні програми (<https://cutt.ly/zRQ1UIp>). Підставою для надання пропозицій здобувачами ВО може бути: незадоволеність реалізацією ОП (матеріально-технічне, навчально-методичне забезпечення, якість викладання, зміст та актуальність ОК, методи навчання тощо); прагнення до вдосконалення ОП. Пропозиції у формі звернення можуть подаватися гаранту, завідувачу кафедри, до Комісії з якості факультету, а у формі анкети – до відділу моніторингу якості вищої освіти. Підставою для надання пропозицій студентським самоврядуванням (Студентською радою) може бути: прагнення до вдосконалення освітньої програми, відповідність ринку праці тощо. Пропозиції у формі звернення, або ін. можуть подаватися до Комісії з якості факультету. На сайті НАУ розміщені результати опитувань здобувачів Університету <https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/otsinyuvannya-rezultativ-yakosti-navchannya/>, в т.ч. ОП «Міжнародний маркетинг». На сайті факультету економіки та бізнес-адміністрування розміщені результати опитувань здобувачів ОП «Міжнародний маркетинг» <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/opp-mizhnarodnyi-marketynh-mahistr>. На засіданнях кафедри обговорюються питання внутрішнього забезпечення якості ОП та пропозиції здобувачів. Здобувачка К. Ковтун була включена до складу робочої групи для перегляду ОП «Міжнародний маркетинг». На засіданні кафедри маркетингу 12.03. 2021 р. вона запропонувала замінити науково-дослідну практику на професійно-маркетингову практику. Пропозиція була прийнята і врахована в ОП (витяг з протоколу засідання кафедри № 3/1від 12.03. 2021 р.). Під час зустрічі з ЕГ здобувачі 2 курсу П. Скрипнікова, М. Бичуля, Д. Меленівська, Г. Дерев'янкін, а також представниці студентського самоврядування, здобувачки ОП «Міжнародний маркетинг», в.о. голови студради факультету М. Ткачук і голова спонсорського відділу студради В. Марчук засвідчили участь в обговоренні ОП та надання пропозицій, які враховуються при щорічному перегляді ОП. Здобувачі ВО є представниками у Вченій раді факультету та Університету, яка розглядає та затверджує ОП. Зустріч ЕГ із представниками студентського самоврядування засвідчила практику залучення органів студентського самоврядування до розробки системи та процедур внутрішнього забезпечення якості, періодичного перегляду ОП; затвердження ОП та навчальних планів через представництво у Вченій раді факультету і Університету. Таким чином, ЕГ отримала підтвердження того, що при перегляді ОП «Міжнародний маркетинг» враховується думка здобувачів, а позиція органів студентського самоврядування береться до уваги при ухваленні рішень.

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

Під час зустрічей експертною групою було з'ясовано, що взаємодія кафедри маркетингу, гаранта ОП з роботодавцями має реальний та постійний характер. Роботодавці безпосередньо залучаються до перегляду ОП та забезпечення якості ОП через опитування; через надання рецензій на ОП. Позитивні рецензії на ОП, які надали менеджер з маркетингу та логістики ТОВ «Східна кліматична компанія», офіційний представник ТОВ «Samsung Electronics Ukraine Company, LLC» Д. Падалко і генеральний представник авіакомпанії Iraqi Airways Аль-Майяхі Алі Абед Хамза розміщені на сайті <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/opp-mizhnarodnyi-marketynh-mahistr> та в системі НА. Роботодавці були присутні на засіданнях кафедри, де висловили свої пропозиції щодо удосконалення ОП. Було прийнято пропозицію Д. Падалко стосовно включення до ОП дисциплін: Маркетинг кроскультурного середовища, Дослідження зарубіжних ринків товарів та послуг, та Управління інноваційними маркетинговими проектами на зовнішніх ринках і пропозицію Аль-Майяхі Алі Абед Хамза стосовно включення до ОП дисципліни Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі (витяг з протоколу засідання кафедри № 3/1від 12.03. 2021 р.). Участь в обговоренні ОП, зокрема компетентностей і результатів навчання, а також дисциплін вибіркового блоку, підтвердили під час зустрічі з ЕГ роботодавці - представники бізнесу: С. Заводовський - начальник відділу маркетингу ДП «Національний спортивний комплекс «Олімпійський», К. Астахов - радник генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», О. Крапко - заступник директора ТОВ «Трансальянс Груп». За результатами опитування роботодавців http://feba.nau.edu.ua/images/mark/opp/2022/mizh-mark/Zvit_anketuvannya_robotodavci.pdf з'ясовано, що вони вважають ОП актуальною та своєчасною у системі підготовки фахівців з маркетингу. Найбільш ефективними для підвищення рівня компетенцій майбутніх фахівців з маркетингу роботодавці вважають спеціалізовані тренінги,

вебінари, воркшопи, стажування на підприємствах і за кордоном, проходження практики на майбутньому місці роботи. За результатами зустрічі з ЕГ було підтверджено систематичність взаємодії гаранта ОП та викладачів кафедри з роботодавцями. Присутні на зустрічі роботодавці С. Заводовський - начальник відділу маркетингу ДП «Національний спортивний комплекс «Олімпійський», К. Астахов - радник генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», О. Крапко - заступник директора ТОВ «Трансальянс Груп», Д. Падалко - менеджер з маркетингу та логістики ТОВ «Східна кліматична компанія», підтвердили свою участь у обговоренні і перегляді ОП і таким чином продемонстрували реальне залучення роботодавців до здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості ОП. ЕГ визначила, що реальне і систематичне залучення до перегляду ОП роботодавців покращує готовність здобувачів до професійної діяльності після завершення ОП.

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

Експертною групою встановлено, що моніторинг працевлаштування випускників ОП здійснюють деканат, гарант ОП та випускова кафедра. Кафедра маркетингу відстежує інформацію про працевлаштування випускників ОП, забезпечує формування бази випускників та комунікацію з ними, повідомляє випускників про можливості щодо працевлаштування. На сайті факультету, в розділі кафедри маркетингу створений підрозділ Історії успіху <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/mark-vup>, в якому надана інформація про успішних випускників: Лариса Полянська - Заступник директора Travelport, Аль-Майяхі Алі Абед Хамза - Генеральний представник авіакомпанії «Iraqi Airways» в Україні, Анастасія Путінцева -Product Manager VMware Група компаній МУК, Юлія Геращенко - Маркетолог готеля «Нивки» та ресторану «Букет Côtelette». ЕГ з'ясувала, що в НАУ немає Асоціації випускників, але під час зустрічі з ЕГ випускники, зокрема Т. Бабак, М. Ткачук, Ю. Андрейченко висловили бажання організувати зустрічі випускників для кращого спілкування, обміну інформацією стосовно професійних питань.

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

Під час візиту ЕГ з'ясувала, що забезпечення якості ОП регулюється «Положенням про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти НАУ» (<https://cutt.ly/mC2EPDi>), Положенням про Раду з якості освітньої діяльності та якості вищої освіти. Система забезпечення якості освіти в НАУ функціонує на трьох рівнях: загальноуніверситетському (профільні проректори, відділ моніторингу якості вищої освіти, навчально-методичний відділ, Рада з якості освітньої діяльності та вищої освіти НАУ); на рівні факультету (комісія з якості факультету, студентське самоврядування, ради роботодавців); на рівні кафедри / освітньої програми. ЕГ встановлено, що система забезпечення якості ЗВО забезпечує контроль якості освітньої діяльності університету. Під час зустрічі керівник відділу моніторингу якості вищої освіти розповів, що відділом постійно здійснюється моніторинг освітніх програм; моніторинг задоволеності здобувачів вищої освіти; внутрішній аудит діяльності кафедр; моніторинг забезпечення дотримання академічної доброчесності.. Звіти за результатами моніторингу якості освіти розміщені на сайті НАУ <https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/otsinyuvannya-rezultativ-yakosti-navchannya/>. Начальник навчально-методичного відділу доповів, що перевіряється структура і зміст ОП на предмет відповідності нормативним документам і Стандартам вищої освіти, наявність та відповідність вимогам робочих програм навчальних дисциплін, завдань для контролю знань тощо. Декан, зав. кафедри маркетингу і гарант ОП проінформували ЕГ, що такий контроль здійснюється на рівні факультету і кафедри. Виявлені недоліки вчасно усуваються. Зауваження і побажання з удосконалення освітнього процесу за ОП також виявляються за допомогою опитувань здобувачів (результати розміщені на сайті НАУ <https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/otsinyuvannya-rezultativ-yakosti-navchannya/>, звіт за результатами опитування щодо якості ОП «Міжнародний маркетинг», розміщений на сайті <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/opp-mizhnarodnyi-marketynh-mahistr>. Декан факультету проінформував ЕГ, що за результатами моніторингу і опитувань суттєвих недоліків стосовно ОП «Міжнародний маркетинг» не виявлено. ЕГ під час зустрічей зі здобувачами з'ясувала, що незадоволених освітнім процесом за ОП не було. Здобувачі висловлювали зауваження до практичної підготовки; академічної мобільності. Це пов'язане з обмеженнями під час карантину. Результати моніторингу та опитувань враховуються для удосконалення навчального процесу за ОП. Утім ЕГ зазначила, що в протоколах засідань кафедри маркетингу не задокументовано обговорення результатів опитувань здобувачів та прийняття конкретних заходів стосовно усунення зауважень. Під час зустрічей ЕГ отримала підтвердження того, що на факультеті економіки і бізнесу і на кафедрі маркетингу здійснюються необхідні заходи з забезпечення якості освіти, а система забезпечення якості ЗВО вчасно реагує на виявлені недоліки в ОП та/або освітній діяльності.

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

Акредитація ОП спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться вперше. Під час зустрічей ЕГ з адміністративним складом, зокрема з гарантом ОП, завідувачем кафедри маркетингу, деканом факультету економіки і бізнесу адміністрування було з'ясовано, що зауваження та пропозиції, сформульовані під час акредитації ОП «Маркетинг» третього рівня освіти спеціальності 075 Маркетинг, обговорювалися на засіданні кафедри (витяг з протоколу № 15

засідання кафедри маркетингу від 22.08.2022 р. наданий на запит ЕГ через систему Національного агентства 5.10.2022 о 16:34:18 і враховуються під час перегляду та вдосконалення ОП «Міжнародний маркетинг». Водночас ЕГ встановила, що обговорення зауважень, сформульованих під час акредитацій ОП інших спеціальностей, на кафедрі маркетингу не проводилось.

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

Під час візиту ЕГ встановлено, що в ЗВО на теперішній час сформована культура якості, яка сприяє постійному розвитку ОП «Міжнародний маркетинг» та освітньої діяльності за цією програмою. Формування системи внутрішнього забезпечення якості здійснюється у відповідності з «Положенням про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти НАУ» (<https://cutt.ly/mC2EPDi>), де зазначено політику і процедури забезпечення якості освіти та розподіл відповідальності між структурними підрозділами, а також Положенням про Раду з якості освітньої діяльності та якості вищої освіти <https://cutt.ly/BC2ktn6>; <https://bit.ly/3rJif05>; Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (<https://bit.ly/3SVGN1B>), Стратегією розвитку Національного авіаційного університету до 2030 року. (<https://nau.edu.ua/ua/menu/un%D1%96versitet/strategy-2030.html>). Зустрічі експертної групи з керівництвом університету, адміністративним складом, НПП, здобувачами ВО, представниками студентського самоврядування, випускниками і роботодавцями показали, що визначена цими документами спрямованість на постійне удосконалення культури якості добре усвідомлюється всіма учасниками освітнього процесу і реалізується через їх залучення і активну участь у здійсненні процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

До сильних сторін віднесено: 1. Відбувається регулярний перегляд ОП «Маркетинг» у відповідності з встановленими процедурами. 2. До обговорення і оновлення ОП долучаються здобувачі освіти, випускники, органи студентського самоврядування, роботодавці. 3. Стейкхолдери (роботодавці, здобувачі) запрошуються засідання кафедри для обговорення ОП, результати обговорення фіксуються документально, після обговорення пропозиції впроваджуються в освітній процес. 3. На рівні ЗВО, на факультеті економіки і бізнес адміністрування і на кафедрі маркетингу здійснюються необхідні заходи з забезпечення якості освіти. 4. Сформована в ЗВО культура якості сприяє постійному розвитку ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності за цією програмою.

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

До слабких сторін можна віднести такі: 1. В протоколах засідань кафедри маркетингу не задокументовано обговорення результатів опитувань здобувачів та прийняття конкретних заходів стосовно усунення зауважень. 2. Обговорення зауважень, сформульованих під час акредитацій ОП інших спеціальностей, на рівні кафедри не проводилось. В НАУ відсутня Асоціація випускників. Рекомендовано: 1. Обговорювати на засіданнях кафедри маркетингу результати опитувань здобувачів, а також зауважень, сформульованих під час акредитацій ОП інших спеціальностей, та відображати у відповідних протоколах, для врахування під час перегляду ОП. 2. Розглянути можливість віртуальної мобільності здобувачів для часткового подолання обмежень під час воєнного стану. 3. Створити в НАУ Асоціацію випускників.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Враховуючи сильні сторони і позитивні практики ОП, зокрема: регулярний перегляд ОП «Міжнародний маркетинг» у відповідності з встановленими процедурами; залучення до обговорення і оновлення ОП здобувачів освіти, випускників, представників органів студентського самоврядування, роботодавців; обговорення пропозицій стейкхолдерів на засіданнях кафедри, та впровадження пропозицій в освітній процес; здійснення необхідних заходів з забезпечення якості освіти на рівні ЗВО, факультету і випускової кафедри; наявність сформованої в ЗВО культури якості, можна зробити висновок, що ОП «Міжнародний маркетинг» та освітня діяльність за цією ОП відповідають Критерію 8 та мають недоліки, що не є суттєвими. Виявлені недоліки не впливають на оцінку за критерієм.

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.

У ході акредитаційної експертизи встановлено, що НАУ регулює права та обов'язки всіх учасників ОП правилами та процедурами, відображеними у відповідних документах: Положення про організацію освітнього процесу в НАУ (<https://cutt.ly/2ChFqxjJ>); Статут НАУ (<https://cutt.ly/KBsaIZI>); Положення про організацію та проведення практик здобувачів вищої освіти НАУ (<https://cutt.ly/fChDgij>); Положення про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ (<https://cutt.ly/wChDnvX>); Положення про атестацію випускників НАУ освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра (<https://cutt.ly/hChDPIc>); Положення про організацію самостійної роботи здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/oChDZpv>); Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю (<https://cutt.ly/qChD9oN>); Положення про індивідуальний навчальний план студента НАУ (<https://cutt.ly/eChFqyf>); Положення про порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти (<https://cutt.ly/PChFahg>). Статут НАУ та зазначені вище Положення є оприлюдненими у вільному доступі на офіційному веб-сайті НАУ (<https://cutt.ly/iChFTHR>) та доступні для всіх учасників ОП. Варто зазначити, що оприлюднене Положення про атестацію випускників НАУ освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра (<https://cutt.ly/hChDPIc>) є застарілим (розглянуто та схвалено вченою радою університету 17.12.2014 р., протокол №4) та потребує оновлення. За результатами зустрічей з академічним персоналом, здобувачами ВО та представниками студентського самоврядування ЕГ встановила, що НПП та здобувачі ВО є обізнаними у своїх правах та обов'язках, що дозволяє зробити висновок про чіткість, зрозумілість та доступність для всіх учасників ОП визначених правил і процедур, які регулюють права та обов'язки всіх учасників ОП.

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

У ході акредитаційної експертизи, ЕГ пересвідчилася, що на офіційному веб-сайті НАУ створено веб-вкладку «Проекти освітніх програм» (<https://cutt.ly/JChF2p7>), на якій оприлюднено проект ОПП «Міжнародний маркетинг» 2021 р. та пропозиції стейкхолдерів (<https://cutt.ly/xBh5KaL>). Стейкхолдери-роботодавці Д. Падалко і Аль-Майяхі Алі Абед Хамза, здобувачка ВО К. Ковтун запрошувались на засідання кафедри для обговорення ОП і висловили пропозиції стосовно включення нових ОК (витяг з протоколу засідання кафедри маркетингу №3/1 від 12.03.21 р. наданий гарантом ОП через систему НА у відповідь на запит ЕГ). На веб-сторінці опубліковано посилання на проект наказу про внесення змін в ОПП «Міжнародний маркетинг» ОПП «Міжнародний маркетинг» (другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», затверджену Вченою радою університету 24 березня 2021 року, протокол № 3) (<https://cutt.ly/lBh6hNG>). Пропозиції та зауваження щодо проекту ОПП можна надіслати на електронну скриньку гаранта ОПП Міжнародний маркетинг». ЕГ пересвідчилася у врахуванні побажань здобувачів та інших стейкхолдерів при перегляді ОПП. Під час спілкування з роботодавцями та завідувачкою кафедри маркетингу (Резервна зустріч) ЕГ встановила, що пропозиції заінтересованих сторін (стейкхолдерів) та здобувачів щодо оновлення ОПП в 2022 р. надавались під час засідання кафедри 24 травня 2022 року (<https://cutt.ly/oSTo19z>) за участі начальника відділу маркетингу ДП «НСК «Олімпійський», голови ради роботодавців ФЕБА С. Заводовського, радника генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» К. Астахова та здобувачки П. Скрипнікової. Пропозиції щодо реалізації індивідуальної освітньої траєкторії в НАУ та вільного вибору здобувачами ВО навчальних дисциплін фахового вибору було враховано та сформовано перелік цих дисциплін на 2022-2023 н.р. (витяг з протоколу засідання кафедри маркетингу №8 від 24 травня 2022 року). Водночас ЕГ констатує, що процес збирання, узагальнення і оприлюднення пропозицій до ОП за результатами громадського обговорення недостатньо відпрацьований. На сайті присутні рецензії стейкхолдерів на ОП, але не розміщені конкретні пропозиції після закінчення громадського обговорення ОП.

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

На офіційній веб-сторінці кафедри маркетингу у вкладці «Освітні програми за якими кафедра веде підготовку» (<https://cutt.ly/tBsT5rH>) оприлюднено у вільному доступі ОПП «Міжнародний маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 галузі знань 07 «Управління та адміністрування», яка затверджена Вченою радою університету (Протокол № 3 від 29 березня 2021 року) (<https://cutt.ly/FBsZlzi>) та введена в дію з 1 вересня 2021 року наказом ректора № 196/од від 29 березня 2021 року. У рамках даного документу надано повний опис ОПП, зокрема відображено ціль ОПП, програмні результати навчання та компоненти ОПП, які є достатніми для ознайомлення заінтересованих сторін (стейкхолдерів) та суспільства. До того, на офіційній веб-сторінці кафедри

маркетингу НАУ (<https://cutt.ly/RBsXcRE>) надано посилання на оприлюднені навчальні плани (2019-2021 рр.), силабуси обов'язкових та вибіркових дисциплін ОПП «Міжнародний маркетинг» на 2022-2023 та 2021-2022 н.р. ЕГ прийшла до висновку, що обсяг оприлюдненої у відкритому доступі інформації є достатнім для ознайомлення всіма учасниками ОП. При цьому забезпечено можливість потенційних вступників зробити виважене рішення щодо вступу на ОПП, а роботодавців – надати зауваження та пропозицій щодо покращення підготовки здобувачів ВО за ОПП «Міжнародний маркетинг».

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

До сильних сторін відносяться: 1. Чіткість та зрозумілість правил і процедур, які регулюють права та обов'язки здобувачів ВО. 2. Оприлюднення на веб-сторінці кафедри маркетингу точної та достовірної інформації про ОПП, а також навчальних планів та силабусів обов'язкових та вибіркових дисциплін. 3. Наявність контактів гаранта для внесення пропозицій заінтересованих сторін.

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

Суттєвих недоліків за критерієм 9 не виявлено. Однак, до слабких сторін належать: 1. Застаріле Положення про атестацію випускників НАУ освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра (<https://cutt.ly/hChDPIc>) (розглянуто та схвалено вченою радою університету 17 грудня 2014 року, протокол №4). 2. Процес збирання, узагальнення і оприлюднення пропозицій до освітньої програми за результатами громадського обговорення недостатньо відпрацьований. На сайті не розміщені пропозиції після закінчення громадського обговорення ОП. Рекомендовано: 1. Оновити Положення про атестацію випускників НАУ освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра (<https://cutt.ly/hChDPIc>). 2. Налагодити прозорість процесу отримання пропозицій до ОП від усіх груп стейкхолдерів з наданням зворотнього зв'язку від ЗВО. Узагальнювати і документально оприлюднювати пропозиції до ОП на офіційному сайті НАУ (сайті факультету економіки та бізнес-адміністрування, або кафедри маркетингу) після закінчення громадського обговорення.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

За результатами акредитаційної експертизи встановлено, що діяльність НАУ відповідає вимогам прозорості та публічності. ОПП має високий рівень узгодженості з якісними характеристиками Критерію 9. Виявлені недоліки не є суттєвими і не впливають на загальну оцінку.

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, колоквіумів, доступ до використання лабораторій, обладнання тощо).

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

Під час акредитаційної експертизи ЕГ всі документи та матеріали, що підтверджують, доповнюють або уточнюють задекларовані у відомостях про самооцінювання ОП положення надавалися вчасно. За повного сприяння гаранта

ОП, керівництва ЗВО, адміністративного та сервісного персоналу, стейхолдерів експертами проведено всі заплановані зустрічі у відповідності до програми дистанційного візиту експертної групи.

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Відсутні

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Тараненко Ірина Всеволодівна

Члени експертної групи

Шульга Людмила Володимирівна

Ус Яна Олександрівна