

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний авіаційний університет
Освітня програма	7675 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний авіаційний університет
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	7675
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Заячківська Галина Адамівна, Жифарський Данііл Сергійович, Люльов Олексій Валентинович (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	09.11.2022 р. – 11.11.2022 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/protsedura-akreditatsii/
Програма візиту експертної групи	http://feba.nau.edu.ua/novyny-kafedry-marketynhu/prohrama-provedennia-akredytatsiinoi-ekspertyzy-op-marketynh-pershoho-bakalavrskoho-rivnia-vyshchoi-osvity-za-spetsialnistiu-075-marketynh

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

Результати аналізу цілей та програмних результатів навчання ОП, їх відповідності місії та стратегії НАУ, інтересам та пропозиціям груп зацікавлених сторін, тенденціям розвитку спеціальності та ринку праці, досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм, Стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю, повною мірою відповідають нормативним вимогам та загалом даним критеріям. Під час роботи експертної групи підтверджено факти відомостей про самооцінювання за вказаною ОП. Освітній процес за ОП забезпечує підготовку висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, здатних ефективно працювати на різних галузевих ринках (перш за все, авіаційної галузі) та в різних регіонах, в тому числі поза межами України. Викладання на ОП забезпечується висококваліфікованими НПП, які постійно підвищують свою професійну майстерність. ОП успішно реалізується та має перспективи для подальшого розвитку. Освітнє середовище та матеріальні ресурси дозволяють досягти цілей ОП та ПРН. При загальному дуже позитивному враженні ЕГ було відмічено відсутність публічності діяльності НАУ щодо широкого інформування зацікавлених сторін різних аспектів освітнього процесу. Зокрема, оновлення офіційній сторінці ЗВО «Рішення Ради з якості НАУ» (<https://cutt.ly/СМНОМҮn>), оскільки остання Рішення датується 26 серпня 2020 р., офіційної сторінки кафедри маркетингу у частині успішних випускників. Разом з високою оцінкою якості освітнього процесу, рівня викладання та професійних якостей викладачів, високої практичної складової освітнього процесу, ЕГ наголошено на необхідності посилення якості освітнього процесу для здобувачів англomовного проекту, зокрема в частині розробки англomовних силабусів, англomовної навчально-методичної літератури, англomовної анкети оцінювання якості навчання тощо.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

Сильними сторонами та позитивними практиками на ОП є: ОП «Маркетинг» забезпечує досягнення програмних результатів навчання, набуття здобувачами загальних та фахових компетентностей, визначених чинним стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти; під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП враховані інтереси та пропозиції усіх груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів), активно вивчався досвід вітчизняних та закордонних ЗВО; розроблена ЗВО нормативна база щодо форм контрольних заходів, критеріїв оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє визначати чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та послідовно їх дотримуватися всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації освітньої програми; ЗВО створює всі можливості для забезпечення індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ОП «Маркетинг», зокрема, через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі 60 кредитів ЄКТС, що відповідає чинному законодавству; високий рівень залученості роботодавців до освітнього процесу у форматі тренінгів, майстер-класів, лекцій та надання баз для проходження практичної підготовки; безкоштовний доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів для викладачів та студентів; позитивною практикою є використання ліцензійного програмного забезпечення Unichек при перевірці робіт на запозичення, наявність рекомендованої шкали оцінювання робіт на запозичення залежно від кількісного показника рівня оригінальності твору; гарною практикою є розроблена та розміщена на офіційному веб-сайті кафедри анкета «Стейкхолдери та роботодавці» ОП «Маркетинг», яка дозволяє надавати пропозицій та зауважень щодо структури ОП роботодавцям.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Слабкі сторони: Аналіз відомостей про самооцінювання, опрацювання ЕГ наданих матеріалів гарантом ОП, відповіді під час зустрічей ЕГ зі стейкхолдерами ОП засвідчили відсутність у робочих програмах освітніх компонентів розділів «Політика доброчесності», силабусів – «Методи та критерії оцінювання»; відсутність англomовних силабусів на офіційному веб-сайті кафедри, що обмежує можливість здобувачів вищої освіти англomовного проекту ознайомлення із критеріями оцінювання ОК заздалегідь; відсутність розроблених Методичних рекомендацій щодо виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» англійською мовою для наявного англomовного контингенту здобувачів вищої освіти; відсутність практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми на загальноуніверситетському рівні; відсутність системної роботи щодо висвітлення інформації стосовно Рішень Ради з якості НАУ на офіційній сторінці ЗВО. Рекомендовано: розміщення силабусів на офіційному веб-сайті кафедри англійською мовою; розроблення Методичних рекомендацій щодо виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» англійською мовою; додати блоки «Політика доброчесності» та «Методи та критерії оцінювання» до робочих програм та силабусів освітніх компонентів; ознайомлювати здобувачів з можливостями перезарахування результатів отриманих у неформальній освіті (зокрема, на платформах Prometheus і Coursera та ін.); ознайомлювати детальніше здобувачів з рішеннями щодо покращення освітнього процесу за результатами їх анкетування; посилити практику збирання та висвітлення на офіційній сторінці кафедри інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми.

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.

Цілі освітньої програми 075 «Маркетинг» є чіткими та зрозумілими. Мета ОП, що полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців з маркетингу для підприємств усіх форм власності і напрямів діяльності, здатних на розв'язання комплексних задач з планування, розробки, виробництва, просування продукції на існуючих ринках з використанням сучасного економічного мислення та відповідних компетентностей, необхідних для ефективного провадження маркетингової діяльності суб'єктів підприємницької діяльності в різних галузях економіки, включаючи авіаційний сектор, відповідає місії ЗВО, визначеній у Стратегії розвитку НАУ на період до 2030 року, яка полягає у "генерації нових знань та інноваційних ідей на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти, досліджень і практики, так і надання високоякісних освітніх та науково-дослідних послуг громадянам України та іноземцям при підготовці фахівців авіаційно-космічної галузі" <https://cutt.ly/pMSGV5J>

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

Спілкування експертів у фокус-групах зі здобувачами вищої освіти, роботодавцями дозволяє стверджувати, що під час формування цілей і результатів навчання враховані інтереси всіх стейкхолдерів. В НАУ постійно проводяться опитування здобувачів вищої освіти на двох рівнях: загальноуніверситетське та кафедральне, результати яких обговорюються на засіданнях кафедри маркетингу та управління бізнесом. Проте ЕГ не вдалося встановити, які саме конкретні пропозиції від здобувачів вищої освіти були надані, та як саме вони були враховані, адже в описі протоколів засідання кафедри маркетингу дані пропозиції відсутні. Водночас у процесі відеоконференцій із різними фокусами групами з'ясовано, що і НПП, і роботодавці, і студенти брали активну участь в обговоренні ОП та змін до неї (витяги з протоколів засідання кафедри маркетингу №2/1 від 08.02.2021, протокол №5 засідання кафедри маркетингу від 24.03.2022). ЕГ засвідчує, що роботодавці активно залучаються до перегляду ОП, що документально підтверджено рецензіями провідного фахівця ДП «Антонов» Бельдюгової Т.В., головного фахівця департаменту обслуговування клієнтів ПрАТ «ДТЕК Київські електромережі» Зайченко М.А. Підтвердження факту залучення роботодавців до формування контенту ОПП отримане на зустрічі з фокус-групою роботодавців (Голова ради роботодавців ФЕБА, начальник відділу маркетингу ДП «Національного спортивного комплексу «Олімпійський» - Станіслав Заводовський; Радник генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» - Кирил Астахов та інші), які засвідчили тісну співпрацю з НАУ та кафедрою маркетингу, що втілюється у розробку та реалізацію спільних проектів (курси, проходження практики, участь у Ярмарках вакансій, гостьових лекцій і тренінгів тощо). Кафедрою маркетингу розроблена та розміщена на офіційному веб-сайті анкета «Стейкхолдери та роботодавці» ОПП «Маркетинг» в якій є можливість подати пропозиції щодо покращення ОП. ЕГ відзначено наявність дорадчо-консультаційного органу НАУ – Експертної ради роботодавців. Надані гарантом протоколи засідань Експертної ради роботодавців не дозволили ЕГ з'ясувати, які конкретні пропозиції щодо удосконалення даної ОП надавалися. Врахування інтересів академічної спільноти відбувається як на етапі проектування, так і на етапі реалізації та вдосконалення ОП, що дозволяє враховувати пропозиції НПП випускової кафедри на якій реалізується ОПП та інших внутрішніх стейкхолдерів. Інформація, отримана під час зустрічей з гарантом, академічним персоналом, здобувачами та роботодавцями, а також представлені гарантом документи засвідчили, що цілі ОП та ПРН враховують позиції та потреби різних груп зацікавлених стейкхолдерів (студентів, викладачів та роботодавців).

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.

Під час зустрічей із Гарантом та НПП було з'ясовано, що ОП спрямована на формування у здобувачів вищої освіти глибоких і системних знань у сфері маркетингу, здатних ефективно працювати на різних галузевих ринках (перш за все, авіаційної галузі) та в різних регіонах, в тому числі поза межами України. З 2018 р. здобувачі освіти мають можливість навчатися за даною ОП англійською мовою, що дозволяє НПП кафедри маркетингу у своїх дисциплінах враховувати не лише маркетингові аспекти на національному рівні, але й враховувати закордонний досвід, національні особливості певних країн, регіонів світу. На зустрічах ЕГ із керівництвом ЗВО, НПП кафедри маркетингу, роботодавцями виокремлено галузевий контекст ОП, який відбивається у змісті, формах, методах теоретичної та практичної підготовки здобувачів освіти, наукових розробках кафедри. Активна співпраця з

представниками регіональних підприємств, установ та організацій під час реалізації освітнього процесу в частині проведення тренінгів, майстер-класів, практик та підтвердження працевлаштування випускників ОП свідчать про присутність регіонального контексту спеціальності та ринку праці. Під час формування ОП активно вивчався досвід провідних вітчизняних (КНУ імені Т. Шевченка, КНТЕУ, КНЕУ імені В. Гетьмана, ХНУ імені В.Н. Каразіна, ХНЕУ імені С. Кузнеця) та закордонних закладів вищої освіти по профілю спеціальності, з якими науково-педагогічні працівники НАУ здійснюють співпрацю (зокрема, вивчений досвід відображено в змісті обов'язкових та вибіркових дисциплін ОП «Маркетинг». Так, у навчальний план було додано дисципліни «Холістичний маркетинг», «Соціально-відповідальний маркетинг» в рамках міжнародної співпраці з колегами відповідних кафедр Каунаського технологічного університету (м. Каунас, Литва) та Європейського університету бізнесу (м. Познань, Польща) представники якого були присутні на відкритій зустрічі з ЕГ).

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

Зміст розробленої ОП «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» дає можливість досягти результатів навчання, які визначені стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України. Результати аналізу матриці відповідності свідчать, що програмні результати формують відповідні компетентності. Однак, пропонуємо оптимізувати кількість результатів навчання для освітніх компонент до їх прийнятного числа 6-8 за рекомендаціями Довідника користувача ЄКТС (зокрема, ОК15.1, ОК22, ОК30). ЕГ підтверджує, що ПРН узгоджуються з її дескрипторами та відповідають 6 рівню Національної рамки кваліфікацій в редакції Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 25.06.2020 № 519.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

Цілі та фокус ОП відповідають місії та стратегії НАУ. ЗВО має відповідні ресурси для їх досягнення. ОП «Маркетинг» забезпечує досягнення програмних результатів навчання, набуття здобувачами загальних та фахових компетентностей, визначених чинним стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП враховані інтереси та пропозиції усіх груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів), активно вивчався досвід вітчизняних та закордонних ЗВО.

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

Аналіз відомостей про самооцінювання, опрацювання ЕГ наданих матеріалів гарантом ОП, відповіді на запитання ЕГ стейкхолдерами ОП засвідчили відсутність чіткої системної роботи по збиранню та наданням пропозицій щодо удосконалення ОП. Відсутній перелік конкретних пропозицій від кожної групи стейкхолдерів.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Є сильні сторони та недоліки. ОП «Маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 1.1, 1.3 та 1.4. За підкритерієм 1.2 є несуттєві недоліки, які можуть бути усунуті оперативним чином, зокрема: необхідно створити дієву комунікаційну систему з усіма стейкхолдерами щодо удосконалення ОП, зокрема створенням можливості надання пропозицій в електронній формі для кожної групи стейкхолдерів.

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).

Загальний обсяг освітньо-професійної програми «Маркетинг» (перший рівень вищої освіти) становить 240 кредитів ЄКТС. Цей факт відповідає нормам, встановленим згідно Закону України «Про вищу освіту» (п.5, ст. 4). Обсяг обов'язкових освітніх компонентів, спрямованих на досягнення програмних результатів навчання (компетентностей), становить 180 кредитів ЄКТС, а загальний обсяг освітніх компонентів за вибором здобувачів – 60 кредитів ЄКТС, тобто – 25%. Таке співвідношення відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту», згідно якого обсяг дисциплін за вибором здобувачів має становити не менше 25%, а також критеріям чинного стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 (для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти не менше 50% обсягу ОП має бути спрямовано на здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, визначених стандартом). Реалізація права вибору здобувачами навчальних дисциплін регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (2020.02.07 Положення про організацію освітнього процесу в НАУ_2019.pdf (nau.edu.ua)), Положенням про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ (Положення про Инд. осв. траект. (друга редакція)_compressed.pdf (nau.edu.ua)), Положенням про індивідуальний навчальний план студента НАУ (МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ (nau.edu.ua)). Дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за ОПП «Маркетинг» містяться у «Каталозі вибіркового дисциплін» (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovy-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>). Програмою передбачено, що термін навчання на очній денній формі здобуття освіти становить 3 роки і 10 місяців, а на заочній – 4 роки і 6 місяців, що підтверджується графіком навчального процесу.

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.

У процесі проведення акредитаційної експертизи з'ясовано, що зміст ОПП «Маркетинг» (перший рівень вищої освіти) має логічну структуру, а її освітні компоненти дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання. Поряд із цим, ЕГ констатує, що кожний заявлений програмний результат здебільшого є охопленим змістом програми, підтвердженням цьому є описи та силабуси навчальних дисциплін, у яких наведені програмні результати навчання (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovy-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>). Структуризація змісту ОПП здійснюється за двома групами складових: обов'язкові дисципліни, перелік яких деталізовано в самій ОПП, та вибіркові дисципліни, перелік яких наведено у «Каталозі вибіркового дисциплін» (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovy-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>). Структурно-логічна схема ОП засвідчує, що освітні компоненти, включені до неї, утворюють логічну систему, хоча доволі складна для аналізу та сприйняття. На думку ЕГ деякі з обов'язкових дисциплін, що викладаються здобувачам вищої освіти потребують уточнення і коригування («Маркетинг. Вступ до спеціальності», «Маркетинг») щодо змістовного наповнення. Поряд із цим ЕГ констатує, що освітні компоненти, включені до освітньої програми, дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

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

Проведений ЕГ аналіз обов'язкових та вибіркового освітніх компонент ОПП, навчального плану, описів і робочих програм навчальних дисциплін, програми фахового тренінгу з маркетингу та маркетингово-дослідницької практики за ОП «Маркетинг» дає підстави зробити висновок, що зміст ОПП відповідає предметній області, визначеної для спеціальності 075 Маркетинг, а також враховує вимоги стосовно знань, умінь/навичок, комунікацій, визначених чинним стандартом для цієї спеціальності.

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 (Положення про Инд. осв. траект. (друга редакція)_compressed.pdf (nau.edu.ua)), у п.2 .2 якого чітко прописані порядок, послідовність та терміни вибору дисциплін здобувачами вищої освіти; Положенням про індивідуальний навчальний план студента НАУ (https://nau.edu.ua/download/Quality%20Assurance_ukr/Systema_QA/Documentacija_QA/05_03_2020/Polozhennya_pro_%D1%96ndiv%D1%96dualnij_navchalnij_plan_students_NAU_05_03_2020.pdf). Основним інструментом формування індивідуальної освітньої траєкторії за ОПП є вибіркові дисципліни, частка яких фактично складає 25%, тобто 60 кредитів від загального обсягу ОПП, що відповідає Закону України «Про вищу освіту». Інформацію про

зміст вибіркового дисциплін здобувачі отримують із силабусів. У процесі інтерв'ювання здобувачів вищої освіти, представників студентського самоврядування НАУ, з'ясовано, що здобувачі не лише ознайомлені з процедурою обрання вибіркового дисциплін, але й реально її проходили, при цьому, вважають її чіткою та зрозумілою. Зіставлення результатів інтерв'ювання респондентів та вивчення індивідуальних навчальних планів здобувачів дозволяє зробити висновок, що ОПП і розроблені процедури в ЗВО дають можливість здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію. При формуванні індивідуальної освітньої траєкторії здобувачі також можуть обирати керівників практики, тематику курсових робіт та керівників кваліфікаційної роботи.

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

Практична підготовка здобувачів вищої освіти регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (https://nau.edu.ua/site/variables/news/2020/2%20%D0%9B%D1%8E%D1%82%D0%B8%D0%B9/2020.02.07%20%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83%20%D0%B2%20%D0%9D%D0%90%D0%A3_2019.pdf) та Положенням про організацію та проведення практик здобувачів вищої освіти Національного авіаційного університету (Міністерство освіти і науки України (nau.edu.ua)). В рамках ОПП передбачена практична підготовка здобувачів вищої освіти у вигляді фахового тренінгу з маркетингу (другий семестр, 3 кредити ЄКТС), маркетингово-дослідницької практики, яка згідно ОПП проходить на другому році навчання – у четвертому семестрі та має обсяг 3 кредити ЄКТС та переддипломної практики (восьмий семестр, 3 кредити ЄКТС). Програми практики було надано за запитом ЕГ. Практика «Фаховий тренінг з маркетингу» проводиться за змішаною формою – офлайн та онлайн, її метою є набуття здобувачами детального уявлення про маркетинг, отримання вичерпного розуміння особливостей та сучасних інструментів маркетингу. Під час маркетингово-дослідницької практики здобувачі вищої освіти закріплюють і поглиблюють теоретичні знання та розвивають практичні навички з економічних навчальних дисциплін, ознайомлюються із законодавчою та нормативною базою з питань економічної діяльності підприємств, організацій та здійснення маркетингової діяльності. Переддипломна практика передбачає закріплення і поглиблення теоретичних знань та умінь, які здобувачі отримали при засвоєнні навчального матеріалу попередніх ОК, а також сприяє оволодінню методами проведення маркетингової діяльності підприємств, формами організації маркетингу тощо. Проходження практичної підготовки передбачає виконання індивідуальних завдань (на вибір). На думку ЕГ, доцільно навести перелік додатків до звіту. Договори, які забезпечують можливість практичної підготовки здобувачів вищої освіти за ОПП Маркетинг є у наявності (були надані за запитом ЕГ). Здобувачі також мають можливість самостійно обирати базу практики. За результатами спілкування зі студентами та ознайомлення із результатами їх анкетування встановлено, що здобувачі задоволені рівнем компетентностей, які формуються у процесі практичної підготовки (<http://feba.nau.edu.ua/images/mark/opp/2022/bak-mark/Zviht-anketuvannja-bakalavri-Marketing.pdf>). Експертна група дійшла висновку, що зміст програм практик відповідає очікуванням стейкхолдерів і дозволяє досягти програмних результатів навчання за цією ОК.

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

У процесі акредитаційної експертизи з'ясовано, що набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills), що відповідають задекларованим цілям ОПП здійснюється шляхом опанування здобувачами вищої освіти загальними компетентностями, включеними до ОПП. Встановлено, що здобувачі вищої освіти за ОПП «Маркетинг» можуть отримати соціальні навички за рахунок використання викладачами таких методів навчання, як: кейсові ситуації, тренінги, мозковий штурм, презентації, проєктна діяльність (кваліфікаційна робота), участь у конкурсах наукових робіт, конференціях тощо. Засвідчено, що ОП «Маркетинг» сприяє набуттю соціальних навичок «soft skills» через такі освітні компоненти, як «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Соціально-ринкові комунікації». Розвитку у здобувачів навичок soft skills активно сприяють і викладачі, які залучають здобувачів вищої освіти до публічних виступів на семінарах тощо. Здобувачами вищої освіти та студентського самоврядування в процесі інтерв'ювання зазначалося, що студенти активно долучаються до участі в наукових гуртках, студентському самоврядуванні, що, своєю чергою, також сприяє розвитку у них соціальних навичок. Здобувачі під час зустрічей з експертами навели та продемонстрували конкретні приклади соціальних навичок, здобутих у процесі вивчення ОК за ОПП.

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

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» в Україні відсутній. Однак, зміст ОП «Маркетинг» дозволяє зробити висновок, що по закінченню навчання випускники можуть розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання. Випускники можуть продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, виконувати професійні обов'язки згідно Класифікатора професій ДК 003:2010, група 2419.2

Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.

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.

Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (https://nau.edu.ua/site/variables/news/2020/2%20%D0%9B%D1%8E%D1%82%D0%B8%D0%B9/2020.02.07%20%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83%20%D0%B2%20%D0%9D%D0%90%D0%A3_2019.pdf) дозволяє констатувати той факт, що у ЗВО визначено порядок розподілу обсягу окремих освітніх компонентів ОПП із фактичним навантаженням здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Проведений аналіз навчального плану 2021 р., відповідно до якого здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, дозволив ЕГ зробити такі висновки: загальний фонд навчального часу згідно ОПП складає 240 кредитів ЄКТС (7200 годин), з яких обсяг аудиторних занять становить 3156 годин (43,8%), обсяг самостійної роботи здобувачів відповідно становить 4044 годин (56,2%). Частка аудиторних годин за освітньою компонентою становить не більше 50% від загальної кількості годин, але не менше 1/3. Обсяг компонентів, визначених в ОПП достатньо повно відображає фактичне навантаження здобувачів вищої освіти і відповідає рекомендаціями МОН України, забезпечує досягнення цілей і програмних результатів навчання. Освітня складова ОПП забезпечується в основному навчальними дисциплінами, які викладаються впродовж 1-4 років підготовки здобувачів вищої освіти. Загалом забезпечується рівномірний розподіл навантаження за навчальними дисциплінами, обсягом 3–4,5 кредитів ЄКТС. Обсяг ОП та окремих освітніх компонентів реалістично відображає навантаження здобувачів вищої освіти, дозволяє досягти визначених цілей та програмних результатів та сприяє поглибленому розвитку компетентностей.

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.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» не передбачає підготовку здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», а також встановленим чинним законодавством вимогам щодо навчального навантаження для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, обсяг ОП та окремих освітніх компонентів реалістично відображає навантаження здобувачів вищої освіти і сприяє поглибленому розвитку компетентностей. Програмні результати навчання, які визначені ОПП, забезпечуються обов'язковими і вибірковими компонентами ОП, що не суперечить чинному законодавству для даного рівня освіти. Освітні компоненти ОПП «Маркетинг» сформовано у відповідності до предметної області спеціальності 075 Маркетинг. ЗВО створює всі можливості для забезпечення індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ОПП «Маркетинг», зокрема, через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі 60 кредитів ЄКТС, що відповідає чинному законодавству. Сучасна інформаційна підтримка освітнього процесу в ЗВО забезпечує здобувачів вищої освіти інформацією про зміст освітніх компонентів ОПП (силабуси та каталог вибіркових дисциплін є доступними на сайті НАУ). В ОПП «Маркетинг» та навчальному плані передбачені обов'язкові компоненти практичної підготовки у вигляді фахового тренінгу з маркетингу, маркетингово-дослідницької практики та переддипломної практики. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям.

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

Структурно-логічна схема важка для аналізу та сприйняття. ОК «Маркетинг. Вступ до спеціальності» та «Маркетинг» потребують уточнення і коригування щодо змістовного наповнення. Рекомендації: 1.Розглянути можливість спростити для сприйняття структурно-логічну схему. 2.Відкоригувати зміст ОК «Маркетинг. Вступ до спеціальності» та «Маркетинг». 3.У програмі практики бажано навести перелік додатків до звіту.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти має достатній рівень відповідності та узгодженості з якісними характеристиками за підкритеріями 2.1 – 2.9. Виявлено певні розбіжності стосовно підкритерію 2.2, проте вони можуть бути усунені шляхом перегляду змісту обов'язкових дисциплін; формування структурно-логічної схеми відповідно до логічної взаємопов'язаної системи освітніх компонент дозволить покращити програмні РН за ОПП «Маркетинг». Визначені слабкі сторони є незначними, не впливають на підсумковий рівень критерію, пропозиції по їх посиленню носять рекомендаційний характер.

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

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

Правила прийому до НАУ у 2022 р. і, зокрема, за ОП «Маркетинг» оприлюднені на офіційному сайті ЗВО (<https://pk.nau.edu.ua/pravyly-pryiotu-2022/>), де також наявні окремі пункти з переліком спеціальностей та конкурсних предметів, спеціальними умовами вступу та вартістю навчання. Прийом здійснюється на конкурсній основі за рахунок державного та регіонального фінансування. Прозорість вступу забезпечується завдяки інформуванню через веб-сайт (<https://pk.nau.edu.ua/vstup/vstup-na-1-kurs/>) та телеграм-канал про оголошення прийому на навчання, терміни здобуття освіти, форми та вартість здобуття освіти та ін. Правила прийому є чіткими та зрозумілими, веб-сайт має зручний інтерфейс, який забезпечує швидкий пошук потрібної інформації. Правила прийому не мають дискримінаційних положень. Прийом іноземців до НАУ на навчання за рахунок коштів державного бюджету та за кошти фізичних/юридичних осіб вказані у правилах прийому (Додаток 7) (<https://pk.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/Dodatok-7-1.pdf>) та не мають дискримінаційних положень.

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

Конкурсний відбір для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра на основі повної загальної середньої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», ОП Маркетинг проводиться за результатами національного мультипредметного тесту або зовнішнього незалежного оцінювання, творчих конкурсів, індивідуальної усної співбесіди, вступного іспиту для іноземців або розгляду мотиваційних листів в передбачених цими Правилами випадках. У Переліку конкурсних предметів (<https://pk.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/Dodatok-1.pdf>) зазначені необхідні предмети для вступу, зокрема, Українська мова та література, Математика, та третій предмет на вибір: Історія України або іноземна мова, або біологія, або географія, або фізика, або хімія, що відповідає нормативним вимогам МОН. Мінімальна кількість балів для участі в конкурсній програмі становить 100 балів з кожного предмету. У Переліку спеціальностей (<https://pk.nau.edu.ua/spetsialnosti/>), зокрема, у спеціальності 075 «Маркетинг» (https://nau.edu.ua/download/Quality%20Assurance_ukr/EKTS/OPP_2019/FEBA/17_075_bak.pdf) вказані профіль програми, ключові результати навчання та вимоги до випуску, які відповідають особливостям 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.

Порядок визнання та врахування результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності, регулюється Положенням «про порядок реалізації права на академічну мобільність у Національному авіаційному університеті» (Наказ №336 від 09.07.2019, (http://cnt.nau.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_18_07_19.pdf), аспекти ліквідації академічної різниці регулюються «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/gVJh6KM>); «Положення про порядок переведення (поновлення) студентів, які навчалися у вищих навчальних закладах Донецької та Луганської областей, на навчання до Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/7VJhgEI>); «Тимчасове положення про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів» (<https://nau.edu.ua/site/variables/docs/docsmenu/uchebniy%20process/Наказ.pdf>). Усі документи є у вільному доступі на офіційному вебсайті університету (<https://cutt.ly/rVJhAcc>) та на сторінці соцмереж відділу міжнародного співробітництва (<https://cutt.ly/xBl7z3A>). Здобувачі освіти ознайомлені з можливостями академічної мобільності та самі беруть участь у закордонних стажуваннях, наприклад, Мариніна Олена їздила по програмі академічної мобільності до ЗВО Хорватії.

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.

Правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті визначені Положенням «про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти та/або інформальної освіти Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/hB13mG3>), «Положенням про організацію та проведення поточного та семестрового контролю» у розділі 3 (<https://cutt.ly/cB13z7D>). Згідно з цим, здобувачеві на освітніх програмах рівня «бакалавр» можуть визнати до 6 кредитів. Визнання результатів навчання відбувається за рішенням предметної комісії, до складу якої входить не менше трьох осіб, якими, зазвичай, є заступник декана, гарант ОП, завідувач кафедри та науково-педагогічні працівники, які викладають дисципліни.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Правила прийому на навчання є чіткими, зрозумілими, не містять дискримінаційних положень. Сайт з інформацією для вступу зручний у користуванні та у пошуку інформації, також є телеграм-канали. Усі правила прийому та визнання результатів реально використовуються на практиці, окрім визнання результатів, отриманих у неформальній освіті.

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

Недоліки відсутні. Рекомендовано більше ознайомлювати здобувачів з можливостями отримання неформальної освіти, включати рекомендовані курси, в т.ч. на платформах Prometheus і Coursera та ін., започаткувати практичне визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, на основі сертифікатів про участь у майстер-класах або вивчення додаткових курсів поза університетом.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Критерій відповідає усім необхідним вимогам, правила прийому є прозорими та чіткими, вони оприлюднені на сайті ЗВО та враховують особливості ОП, але не виявлено інноваційних взірцевих практик.

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.

Форми та методи навчання і викладання, визначені у Положенні про організацію освітнього процесу в НАУ, розділ 5. **Форми навчання та види навчальних занять** (https://nau.edu.ua/site/variables/news/2020/2%20%D0%9B%D1%8E%D1%82%D0%B8%D0%B9/2020.02.07%20%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83%20%D0%B2%20%D0%9D%D0%90%D0%A3_2019.pdf). Встановлено, що навчання на ОП «Маркетинг» здійснюється за денною та заочною формою навчання. Освітній процес на ОП реалізується у формах: навчальних занять, самостійної роботи, практичної підготовки, контрольних заходів. ОК представлені у силабусах навчальних дисциплін (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>), програмах практичної підготовки (були надані за запитом ЕГ), методичних рекомендаціях до виконання курсової роботи (були надані за запитом ЕГ). Під час навчання у дистанційному форматі здобувачі вищої освіти мають доступ до внутрішньої інформаційної системи

НАУ, де взаємодіють з НПП, відслідковують результати навчання, формують індивідуальний навчальний план. ЕГ зазначає, що там розміщені навчальні матеріали за ОП (лекції, презентації, методичні рекомендації тощо), включаючи робочі програми. Вивчення робочих програм дисциплін ОП (були надані за запитом ЕГ) засвідчують відповідність форм і методів навчання (табл. 3) тим, що використовуються в освітньому процесі, а їх використання за освітніми компонентами дозволяє досягати ПРН. Згідно Положення про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ (Положення про Інд. осв. траєкт. (друга редакція)_compressed.pdf (nau.edu.ua)) реалізується право вільного вибору дисциплін. На сайті університету розміщено каталог вибіркових дисциплін за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovyi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>). Рівень задоволеності здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг» формами та методами навчання, рівнем викладання вивчається через анкетування та висвітлюється на сайті ЗВО (<http://feba.nau.edu.ua/images/mark/opp/2022/bak-mark/Zvit-anketuvannja-bakalavri-Marketing.pdf>). Результати опитування здобувачів показали, що переважна більшість респондентів задоволені методами викладання і навчання. Студентоцентризм забезпечується за допомогою індивідуальної освітньої траєкторії в процесі вибору дисциплін, тем курсових робіт та кваліфікаційної роботи. Форми навчання і викладання в межах ОП загалом відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та 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).

Під час зустрічі зі здобувачами було встановлено те, що вони своєчасно, у повному обсязі інформуються щодо освітнього процесу. На сайті НАУ можна отримати інформацію за ОПП (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovyi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr#>). Інформація щодо змісту, стислого опису ОК та критеріїв оцінювання у межах кожної ОК міститься як у силабусах на сайті університету (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovyi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr#1>), так і в робочих програмах, які знаходяться в інформаційній системі НАУ. ЕГ вважає, що перелік вибіркових дисциплін доцільно структурувати, оскільки на сайті він поданий у вигляді загального списку вибіркових дисциплін, що утруднює розуміння переліку вибіркових дисциплін за семестрами. Інформацію щодо цілей та очікуваних результатів навчання, а також критерії оцінювання, повідомляється здобувачам на першому занятті з кожної дисципліни, або перед початком практичної підготовки. Інформація щодо організації освітнього процесу за освітньою програмою (розклади занять, графік складання іспитів (<http://rozklad.nau.edu.ua/>), розклад дзвінків (<https://nau.edu.ua/ua/menu/navchannya/rozklad-dzvinkiv.html>)) висвітлюється на сайті університету.

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

Поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП забезпечується шляхом залучення студентів до участі у науково-практичних конференціях, зокрема у науково-практичній конференції «Глобальний маркетинг: аналіз та виклики сучасності», яку щорічно проводить кафедра маркетингу (<http://feba.nau.edu.ua/novyny-kafedry-marketynhu/vidbulas-iii-mizhnarodna-naukovopraktychna-konferentsiia-hlobalnyi-marketynh-analiz-i-vyklyky-suchasnosti>). ЕГ встановлено, що на кафедрі функціонує студентський науковий гурток «Управління розвитком інструментів маркетингу в сучасних умовах», план роботи якого надано на запит ЕГ. Також, на запит ЕГ надано інформацію про публікації учасників гуртка: статті (Стельмашенко О., Соболева А.), тез доповідей (Живага В., Стельмашенко О., Корх Н., Дуксенко О., Камінська Л., Супрун А., Пашковець М., Шахова В.), участь здобувачів вищої освіти у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з маркетингу, здобувач Олександр Малукало став одним з переможців VI Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт з маркетингу (<https://mr.khmn.edu.ua/vl-vseukrayinskyj-konkurs-dyplomnyh-robot-z-marketyngu/>). Здобувачі приймають участь в процесі інформаційного забезпечення в рамках кафедральних науково-дослідних робіт «Розвиток теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі» (№0121U113150, науковий керівник д.е.н., доцент Князева Т.В.); «Теоретико-методологічне забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу» (№0122U200385, науковий керівник к.е.н., доцент Ярмолюк О.Я.); «Інструментарій маркетингового забезпечення розвитку концепції зеленої економіки» (№0120U100123, науковий керівник: д.е.н., професор Смерічевський С.Ф.). Написання курсових та кваліфікаційних робіт пов'язано з проведенням наукових досліджень, які стосуються маркетингової складової діяльності підприємства.

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

Оновлення НПП змісту освітніх компонент, силабусів проводиться регулярно у результаті щорічного моніторингу академічної та професійної активності викладачів. Процес оновлення освітніх компонент регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (<https://nau.edu.ua/site/variables/news/2020/2%20%D0%9B%D1%8E%D1%82%D0%B8%D0%B9/2020.02.07%20%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0>

%BE%D1%80%Do%B3%Do%Bo%Do%BD%D1%96%Do%B7%Do%Bo%D1%86%D1%96%D1%8E%20%Do%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%Do%BD%D1%8C%Do%BE%Do%B3%Do%BE%20%Do%BF%D1%80%Do%BE%D1%86%Do%B5%D1%81%D1%83%20%Do%B2%20%Do%9D%Do%90%Do%A3_2019.pdf), а також з урахуванням самопідготовки викладачів та знань, отриманих в наслідок підвищення кваліфікації, проходження стажування, тренінгів. НПП кафедри маркетингу використовують власні наукові розробки в навчальному процесі: Сібрук В.Л., Князева Т.В., Ороховська Л.А., Полоус О.В. Оновленню змісту освітніх компонент сприяє впровадження результатів підвищення кваліфікації та стажування: Смерічевський С.Ф. - викладач ОК «Маркетинг: вступ до спеціальності» (стажування в 2021 р. у Познанській вищій школі педагогіки та адміністрації ім. Мешка І (Польща), Князева Т.В. - викладач ОК «Міжнародний маркетинг» (стажування в 2019 р. у Варненському вільному університеті ім. Чорноризця Храбра (Болгарія). На зустрічі зі здобувачами було зазначено, що пропозиції здобувачів розглядаються та беруться до уваги під час перегляду ОП. ЕГ встановила, що оновлення змісту навчальних дисциплін відбувається періодично, за потребою викладачів перед початком навчального року, з урахуванням вимог сучасного суспільства, нових досягнень і практик у сфері маркетингу. Це підтверджується протоколами кафедри та в ході інтерв'ювання роботодавців

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

В університеті розроблено Стратегію інтернаціоналізації співробітництва в галузі освіти НАУ (<https://cutt.ly/IRlkXkN>), де визначено мету інтернаціоналізації, її напрямки, стратегічні орієнтири в міжнародній діяльності, стратегічні цілі інтернаціоналізації тощо. НАУ співпрацює з European University of Business (Польща), Batumi Shota Rustaveli State University (Грузія), Вища школа бізнесу – Національний університет Лоїс (Польща), Mieszko I School of Education and Administration (Польща), що підтверджується відповідними угодами. До складу редакційної колегії журналу «Проблеми системного підходу в економіці» (категорія Б) входять вчені з Республіки Польща та Великобританії (<http://surl.li/didfe>). Проф. Смерічевський С.Ф. є рецензентом журналу Куявсько-Поморської школи вищої освіти в Бидгощі (республіка Польща) (<http://surl.li/didff>). НПП кафедри регулярно проходять міжнародні стажування та співпрацюють із іноземними колегами при написанні наукових статей, колективних монографій, приймають участь у міжнародних конференціях, круглих столах.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

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; учасникам освітнього процесу своєчасно надається інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання; в освітньому процесі використовуються результати досліджень викладачів та здобувачів вищої освіти; оновлення змісту навчальних дисциплін відбувається періодично, за потребою викладачів перед початком навчального року, з урахуванням нових досягнень і практик у сфері маркетингу.

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

Слабкі сторони: НПП та здобувачами вищої освіти рідко використовуються міжнародні грантові можливості та участь у програмах міжнародної мобільності. Рекомендації: Активізувати співпрацю з іноземними вишами, з якими укладені договори про співпрацю.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів першого рівня вищої освіти та освітня діяльність ЗВО відповідають Критерію 4 та мають недоліки, що не є суттєвими. Такий висновок ґрунтується на достатньо високому ступені відповідності ОП якісним характеристикам підкритеріїв 4.1,4.2,4.3,4.4,4.5. Визначені слабкі сторони є незначними, не впливають на підсумковий рівень критерію, пропозиції по їх посиленню носять рекомендаційний характер та повинні адаптуватись до зміни зовнішніх умов і викликів

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 вищої освіти в НАУ визначені в ОП «Маркетинг» та Положеннями «Про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті», (Наказ №040/од від 07.02.2020р., <https://cutt.ly/VMDZp2D>); «Про організацію та проведення поточного і семестрового контролю (від 08.03.2020р., <https://cutt.ly/9MDZJfX>), «Про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра» (Наказ №06/од від 05.02.2015р., <https://cutt.ly/mMDZ4cC>).. Відповідно до Положеннями «Про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті» (п. 5.11) у ЗВО використовується вхідний, поточний, модульний, семестровий контроль та підсумкова атестація. Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів прописані в робочих програмах навчальних дисциплін, що розробляється кафедрою відповідно до «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення робочої програми навчальної дисципліни для очної та заочної форм навчання» (<https://cutt.ly/kMGXOx8>). Водночас силабуси навчальних дисциплін містять лише інформацію про форми контрольних заходів, інформація щодо критеріїв оцінювання здобувачів вищої освіти відсутня. На сайті кафедри (<https://cutt.ly/uMGC5ZO>) розміщені лише силабуси навчальних дисциплін українською мовою, а у системі Google Classroom здобувачам доступні робочі програми навчальних дисциплін. З урахуванням англомовного контингенту за даною ОП, ЕГ відмічає відсутність можливості ознайомлення даній категорії здобувачів з критеріями оцінювання ОК заздалегідь. Проте, при спілкуванні зі здобувачами було виявлено розуміння принципів та критеріїв проведення різних видів контролю. Викладачі та здобувачі вищої освіти надали повну інформацію щодо процедури проведення поточного та підсумкового контролю, яка відповідає наведеним в робочих програмах інформації. Критерії оцінювання є зрозумілими. Надається опис об'єктів оцінювання, форми поточного та підсумкового контролю. Інформація щодо критеріїв оцінювання знань доводиться до відома здобувачів на перших заняттях з кожної навчальної дисципліни. Під час інтерв'ювання здобувачі зазначили, що випадків непорозуміння та непогодження з оцінкою своєї роботи не мали.

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

До 2021 року атестація здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем за ОП 075 “Маркетинг” здійснювалася у формі у формі державного іспиту та публічного захисту кваліфікаційної роботи. За запитом ЕГ гарантом ОП було завантажено у спільну папку (<https://cutt.ly/wMDUSRw>) програму «Державного іспиту за фахом», що містить матеріали для підготовки здобувачів освіти до кваліфікаційного іспиту з фахових дисциплін. Слід зазначити, що перелік рекомендованої літератури включає джерела російською мовою. З 2021-2022 н.р. атестація здобувачів освіти відбувається у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Для організації підготовки, написання і захисту кваліфікаційної роботи кафедрою маркетингу підготовлено «Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» та «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / Т. В. Князева, О. В. Полоус, А. В. Шевченко, Г. А. Радченко, І. Г. Михальченко. – К. : НАУ, 2022. – 80 с. (<https://cutt.ly/wMDHDnC>). Методичні рекомендації розроблені на підставі: Положення «Про організацію освітнього процесу в НАУ» від 07.02.2020 р. №040/од; Положення «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти НАУ» від 29.11.2018 р. протокол №8; Положення «Про огляд-конкурс на кращий дипломний проект (роботу)», затвердженого наказом в. о. ректора від 14.02.2012 р. № 44/од.; Положення «Про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра», затвердженого ректором 05.02.2015 р. № 06/од.; Методичних рекомендацій щодо рейтингової системи оцінювання результатів атестації здобувачами вищої освіти освітніх ступенів бакалавра, магістра та освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста у формі виконання та захисту дипломних робіт (проектів), затверджених наказом ректора від 07.07.2016 р. № 274/од.; Положення «Про дипломні роботи (проекти) випускників Національного авіаційного університету», затвердженого т.в.о. ректора НАУ від 14.12.2017 р. № 594/од.; Положення «Про виявлення та запобігання академічному плагіату» затвердженого наказом ректора НАУ від 16.07.2018 р. № 359/од; «Порядку перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» затвердженого наказом т.в.о. ректора від 13.12.2018 р. № 605/од.). Водночас ЕГ відмічає необхідність розроблення Методичних рекомендацій щодо виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» англійською мовою, з урахуванням наявного англомовного контингенту здобувачів вищої освіти за даною ОП. Атестація здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем за ОП “Маркетинг” відповідає вимогам Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 “Маркетинг”.

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

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

Правила проведення контрольних заходів регламентуються Положеннями: «Про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті», (с. 23, Наказ №040/од від 07.02.2020р., <https://cutt.ly/VMDZp2D>); «Про організацію та проведення поточного і семестрового контролю (від 08.03.2020р., <https://cutt.ly/9MDZJfX>), «Про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра» (Наказ №06/од від 05.02.2015р., <https://cutt.ly/mMDZ4cC>). Наказом №249/од від 29.04.2021 «Про затвердження методичних рекомендацій до розроблення робочої програми» (<https://cutt.ly/qMDNRup>), а також під час зустрічі з НПП, за кожною ОК викладачем розробляється силабус та робочий тематичний план навчальної дисципліни, методичні рекомендації тощо. ЕГ відмічає відсутність для здобувачів вищої освіти англomовного проекту силабусів за усіма ОК англійською мовою. Надані гарантом робочі програми навчальних дисциплін включають форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання і дублюються обома мовами (українською та англійською). НПП кафедри маркетингу, здобувачі вищої освіти на зустрічі з ЕГ наголосили на доступність інформації про контрольні заходи за всіма ОК через доступ до системи дистанційного навчання Google Classroom. Відповідно до Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю (с. 12) для забезпечення об'єктивності оцінок і прозорості контролю знань та вмінь здобувачів вищої освіти, модульний та семестровий контроль здійснюються, як правило, у письмовій формі. З метою оцінювання об'єктивності екзаменаторів до кафедрального опитування здобувачів вищої освіти щодо визначення якості реалізації ОП, включено відповідні питання. Так, 75% здобувачів вищої освіти рівень об'єктивності оцінювання навчальних досягнень вважають «достатнім» та «високим», 15% – «низьким» (анкетування проводилось в період з 28 травня 2022 року по 10 червня 2022 року <https://cutt.ly/hMD4u0o>). Згідно з п. 2.40 Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю (с. 12, від 08.03.2020р., <https://cutt.ly/9MDZJfX>) повторне перескладання підсумкових позитивних оцінок з навчальних дисциплін, практик, атестації з метою покращення оцінки не допускається. Здобувач вищої освіти, який не погоджується з виставленою позитивною оцінкою, має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри не пізніше наступного робочого дня після оголошення результатів екзамену (п. 2.32 Положення) За результатами семестрового контролю складаються рейтинги успішності студентів. Здобувачі вищої освіти, які за результатами СК отримали незадовільні оцінки із трьох і більше навчальних дисциплін чи інших компонентів навчального плану, вважаються такими, що мають академічну заборгованість. Згідно з п. 3.2 Положення дозволяється ліквідувати академічну заборгованість у терміни встановлені наказом ректора, як правило, протягом 1-2 тижнів після завершення екзаменаційної сесії.

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.

Для дотримання принципу академічної доброчесності у ЗВО створено ряд нормативних документів, а саме: «Положення про виявлення та запобігання академічному плагіату в Національному авіаційному університеті» (наказ №359/од від 16.07.2018, <https://cutt.ly/vMGMZRa>), «Порядок перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» (наказ №359/од від 16.07.2018, <https://cutt.ly/pMGMMZs>), Положенням про порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти (№025/од від 20.01.2022р., <https://cutt.ly/1MGM7lS>). Здобувачі вищої освіти, науково-педагогічні, наукові, педагогічні працівники НАУ є підписантами Декларація про дотримання академічної доброчесності. На зустрічах з НПП кафедри маркетингу, здобувачами вищої освіти було підтверджено обов'язкове підписання ними Декларації про академічну доброчесність. Рада з якості НАУ, до складу якої входять як працівники, так і здобувачі вищої освіти, відповідно до п. 4.3 «Положення про виявлення та запобігання академічному плагіату в Національному авіаційному університеті» (<https://cutt.ly/vMGMZRa>) розглядає питання щодо застосування конкретного виду академічної відповідальності за порушення академічної доброчесності та розгляд обставин такого порушення. Порядком перевірки академічних та наукових текстів на плагіат (<https://cutt.ly/pMGMMZs>) регламентовано види робіт, які підлягають обов'язковій перевірці, зокрема: кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти освітніх ступенів бакалавр та магістр (дипломні роботи та проекти). Перевірка курсових робіт, розрахунково-графічних робіт та домашніх завдань не є обов'язковою і може здійснюватися вибірково або за поданням провідного викладача дисциплін творчих спеціальностей. Перевірка на плагіат здійснюється засобами спеціалізованого програмного забезпечення Unicheck. Пунктом 3.2 Порядку перевірки академічних та наукових текстів на плагіат (Порядку, <https://cutt.ly/pMGMMZs>) визначено рекомендована шкала оцінки залежно від кількісного показника рівня оригінальності твору. ЕГ встановлено, що до силабусів та робочих програм освітніх компонентів не включено інформацію, щодо політики доброчесності. систематично проводяться заходи, присвячені важливості питання дотримання академічної доброчесності: консультування щодо вимог з написання письмових робіт.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Розроблена ЗВО нормативна база щодо форм контрольних заходів, критеріїв оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє визначати чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, порядок оскарження результатів

контрольних заходів і їх повторного проходження, та послідовно їх дотримуватися всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. У НАУ визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти й процедури дотримання академічної доброчесності. Позитивною практикою ЕГ вважає використання ліцензійного програмного забезпечення Unicheck при перевірці робіт на запозичення, наявність рекомендованої шкали оцінювання робіт на запозичення залежно від кількісного показника рівня оригінальності твору. Вивчення інформаційних джерел та поданих матеріалів переконує у системній роботі університету щодо дотримання академічної доброчесності.

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

Слабкими сторонами ОП є: Відсутність у робочих програмах освітніх компонентів розділів «Політика доброчесності», силабусів – «Методи та критерії оцінювання»; відсутність англomовних силабусів на офіційному веб-сайті кафедри, що обмежує можливість здобувачів вищої освіти англomовного проекту ознайомлення із критеріями оцінювання ОК заздалегідь; відсутність розроблених Методичних рекомендацій щодо виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» англійською мовою, з урахуванням наявного англomовного контингенту здобувачів вищої освіти за даною ОП. Рекомендується додати блоки «Політика доброчесності» та «Методи та критерії оцінювання» до робочих програм та силабусів освітніх компонентів; розміщення силабусів на офіційному веб-сайті кафедри англійською мовою; розроблення Методичних рекомендацій щодо виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» англійською мовою

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ОП має достатній рівень узгодженості з якісними характеристиками даного критерію, а саме форми атестації здобувачів вищої освіти дозволяють перевірити досягнення програмних результатів навчання, відповідають вимогам стандарту вищої освіти; визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності. Таким чином, всі підкритерії Критерію 5 характеризуються загальною відповідністю Стандарту, сприяють досягненню заявлених цілей та програмних результатів навчання, встановлені недоліки не є суттєвими для реалізації 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.

Реалізацію ОП забезпечують 16 викладачів кафедри, а також 15 викладачів інших кафедр, з них 25% - доктори наук, 75% - кандидати наук; за статтю серед НПП 80% становлять жінки. Викладачі, які залучаються до наукового керівництва кваліфікаційних робіт, мають науковий ступінь. Аналіз фахових наукових публікацій НПП, розробленої викладачами навчально-методичної літератури підтверджує достатній рівень кваліфікації викладачів, що забезпечують освітній процес за ОП. Спілкування зі здобувачами вищої освіти, в основному, підтверджує задоволеність ними рівнем викладання дисциплін в рамках ОП. Поряд із цим виявлено недостатню публікаційну активність щодо розміщення статей у виданнях, проіндексованих у наукометричних базах даних. Експертна група вважає, що має місце невідповідність деяких публікацій представлених у таблиці 2 відомостей самооцінювання до дисциплін, які викладаються НПП на ОП (доцент Суворова І. М., професор Жамойда О. А.), а також невідповідність представлених у таблиці 2 дисциплін, які викладаються НПП на ОП (доцент Кузьміна О. В.).

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

Процедура конкурсного відбору регламентована Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (контрактів) у Національному авіаційному університеті (<https://nau.edu.ua/site/variables/news/2021/4/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA%202020%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%92%D0%A0.pdf>). Оголошення про проведення конкурсу, терміни й умови його проведення публікуються на офіційному сайті університету. Під час конкурсного відбору залежно від посади

беруться до уваги наступні показники: наявність освіти за профілем кафедри; наукового ступеня; вченого звання; стаж науково-педагогічної роботи; навчально-методичних та наукових праць, опублікованих у фахових наукових виданнях України та періодичних наукових виданнях інших держав, у т.ч. у виданнях, включених до науково-метричних баз Web of Science та/або Scopus; сертифікату В-2 зі знанням однієї з мов країн Європейського Союзу; стажування або підвищення кваліфікації в країні, яка входить до ОЕСР та/або ЄС, або є (чи були) керівниками/виконавцями проєктів, які фінансуються зазначеними країнами; участь у роботі наукових конференцій (конгресів, симпозиумів, семінарів), проведених у країні, що входить до (ОЕСР) та/або Європейського союзу та ін. Вимоги до НПП, які залучені до освітнього процесу за ОПП «Маркетинг» регламентовано Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. Відбір кандидатур на заміщення посад професорів, доцентів, старших викладачів, викладачів, асистентів проводиться на засіданнях відповідних кафедр. Під час зустрічі з адміністративним персоналом та керівниками допоміжних (сервісних) структурних підрозділів ЗВО було відзначено чіткість, зрозумілість та прозорість процедури конкурсного відбору НПП.

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

ЗВО залучає роботодавців, які мають належний досвід у сфері маркетингу, до організації та реалізації освітнього процесу за ОП. Побудовано партнерські відносини та налагоджено співпрацю відповідно до угод з такими організаціями: Європейська Бізнес Асоціація, Львівський торговельно-економічний університет, ДНУ імені Василя Стуса, Farmasi, ТОВ «Медична компанія КМ», Київський обласний комунальний позашкільний навчальний заклад «Мала академія наук учнівської молоді», ТОВ «КІЇВМЕДІКАЛ», ТОВ «ПРАЙМ КОНЕКТ», ТОВ «ТРАНС ЛОГІСТИК», ТОВ «Авіакомпанія СКАЙАП», ДП «Український державний інститут з проектування об'єктів дорожнього господарства», ТОВ «Ценар-Т», ТОВ «Форт – Трейд ЛТД», Saint Marketing Agency PR/SMM/Branding, ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль». Під час онлайн зустрічі із роботодавцями підтверджено, що ЗВО активно їх залучає до організації та реалізації освітнього процесу, як: рецензентів ОП (представники ДП «Антонов», ПрАТ «ДТЕК Київські електромережі»); учасників засідань робочих груп з розробки і удосконалення ОП (представники ДП «Національний спортивний комплекс «Олімпійський», ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», ПрАТ «ДТЕК Київські електромережі»).

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

Активне залучення роботодавців до освітнього процесу є позитивною практикою. Серед НПП, що викладають на ОП (сумісники) до представників роботодавців належать: Астахов К.В. (радник генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», викладає ОКЗ8 «Маркетинг в авіації», ВК13 «Комерційна діяльність на авіаційному транспорті»); Крапко О.М. (заступник директора ТОВ «Трансальянс Груп», викладає ОКЗ1 «Commodity Science», ВК2 «Event-marketing»); Слободяник А.М. (головний спеціаліст департаменту Антимонопольного комітету України, викладає ОК20 «Маркетингове ціноутворення»), що підтверджено під час зустрічі із роботодавцями. Професіоналі-практики залучаються до проведення лекцій на волонтерських засадах, наприклад, у лютому 2022 р. Юрченко І., brand manager «П'яна Вишня» провела онлайн-лекцію на тему «Ситуативний маркетинг: як ловити хвили?» (https://t.me/SR_feba/1431), Коваленко А., міжнародний таргетолог у 43 нішах – «Тренди візуалу 2022», Швець В., Founder @studpoint – «Як стати лідером у молодому колективі?» та ін. (https://t.me/SR_feba/1430). Протягом 2021-2022 н.р. було проведено серію гостьових лекцій та зустрічей з практиками: С. Заводовським, начальник відділу маркетингу НСК «Олімпійський» на тему «Спортивний маркетинг – професія майбутнього?» (<http://feba.nau.edu.ua/novyny-kafedry-marketynhu/a-vy-otrymaly-vidpovid-na-pytannia-sportyvnyi-marketoloh-profesiia-maibutnoho>); М. Лазебником, Генеральний директор Всеукраїнської рекламної коаліції на тему «Тренди розвитку рекламного ринку» (<http://feba.nau.edu.ua/novyny-kafedry-marketynhu/heneralnyi-dyректор-vseukrainskoi-reklamnoi-koalitsii-maksym-lazebnyk-zustrivsia-zi-zdobuvachamy-vyshchoi-osvity-spetsialnosti-075-marketynh>), Н. Черковською, представницею компанії Google (<http://feba.nau.edu.ua/novyny-kafedry-marketynhu/protiahom-lystopada-vidbulasia-seriia-onlainzustrichei-studentiv-zho-kursu-denni-formy-navchannia-hrupy-ma224-ba-osvitnoprofesiinoi-prohramy-marketynh-z-predstavnytseiu-kompanii-google-senior-digital-account-executive-at-google-ads-products-departme>) та інші.

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

Професійний розвиток викладачів регулюється Положенням «Про підвищення кваліфікації (стажування) НПП НАУ» (https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/5/2_%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%B2%20%D0%BA%D0%B2%D0%Bo%D0%BB%D1%96%D1%84_%D0%Bo%D0%BA%D1%82.pdf). У листопаді 2021 р. на кафедрі було проведено методичний семінар «Академічна та професійна кваліфікація викладачів в контексті забезпечення якості вищої освіти» (<http://feba.nau.edu.ua/component/k2/metodychnyi-seminar-akademichna-ta-profesiina-kvalifikatsiia-vykladachiv-v-konteksti-zabezpechennia-iaкости-vyshchoi-osvity-na-kafedri-marketynhu>). Було з'ясовано, що НПП проходить стажування в Україні та за кордоном: Князева Т. (Балтійський науково-дослідний інститут проблем

трансформації економічного простору, м. Рига, Латвія, 2018 р.); Варненський вільний університет імені Чорноризця Храбра, м. Варна, Болгарія, 2019 р.), Смерічевський С. (WSBiP, м. Познань, Польща, 2020 р.; Branch of WSPiA, м. Варшава, Польща, 2021 р.); Ороховська Л. (Університет менеджменту безпеки, м. Кошице, Словаччина, 2022 р.); Божок А. (Київський національний університет ім. Т. Шевченка, м. Київ, 2019 р.); Борисенко О. (Mieszko I School of Education and Administration, м. Познань, Польща, 2018 р.; Національна академія педагогічних наук України ДЗВО «Університет менеджменту освіти», м. Київ, 2020 р.; Національний авіаційний університет, Курс підвищення кваліфікації викладачів ЗВО за програмою «Менеджмент освітньої діяльності (професійна складова «Електронний маркетинг»», м. Київ, 2019 р.); Шевченко А. (Варненський вільний університет імені Чорноризця Храбра, м. Варна, Болгарія, 2019 р.); Сібрук В. (Коледж прикладних наук “Lavoslav Ružička“, Хорватія, 2021 р.; Національний авіаційний університет, Курс підвищення кваліфікації викладачів ЗВО за програмою «Менеджмент освітньої діяльності (професійна складова «Електронний маркетинг»», м. Київ, 2019 р.); Михальченко І. (Університет фінансів, бізнесу та підприємництва, м. Софія, Болгарія, 2021 р.); Слободяник А. (Науково-освітній консорціум, м. Кельце, Польща, 2021 р.; Regional Centre for Competition, 2022 р.; AkademiaWSB (Вища школа бізнесу), м. Дамброва-Гурнічей, Польща, 2022 р.). Відбулось підвищення кваліфікації НПП у рамках: спільного проекту НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» ERASMUS+ Jean Monnet Fund та виконавчого агентства з питань освіти, аудіо візуальних засобів і культури, 2019 р. (Смерічевський С.,); угоди №39-2019/UA-BP від 07.10.2019 р. між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та НАУ (Смерічевський С., Сібрук В., Петропавловська С.); проекту Erasmus+ «Інжиніринг криз та ризиків у сфері транспортних послуг», 2021 р. (Салькова І.). ЕГ зазначає, що пройдені стажування та курси підвищення кваліфікації НПП відповідають потребам та інтересам викладачів ОП та дозволяють підвищувати якість викладання.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Розвиток викладацької майстерності НПП регулюються Колективним договором (https://nau.edu.ua/download/news/2020_12/%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%96%D1%80%20%D0%9D%D0%90%D0%A3%202020-2022.pdf), Положеннями «Про преміювання працівників НАУ» (<https://nau.edu.ua/download/buhgalteriya/2021/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8E%D0%B2%D0%Vo%D0%BD%D0%BD%D1%8F.pdf>) та «Про рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічного працівника та навчально-наукового структурного підрозділу національного авіаційного університету» (https://nau.edu.ua/download/Quality%20Assurance_ukr/qadobrochesnist/28_05_2020/P_pro_rejting_NPP_zi_zmina_mil.pdf), Правилами внутрішнього розпорядку (правила-внутрішнього-розпорядку-2018.pdf (nau.edu.ua)). Розроблена система мотивації включає комплекс матеріальних (преміювання) і моральних стимулів (нагородження нагрудними знаками, відзнаками), спрямованих на забезпечення професійного зростання співробітників. Порядок видачі заохочувальних відзнак регулюється Положенням про Комісію з представлення до заохочення осіб, які працюють, навчаються в Національному авіаційному університеті, та колективів структурних підрозділів університету (Проект Положення про Комісію із заохочення.PDF (nau.edu.ua)). НПП кафедри отримали матеріальну винагороду за опублікування статей у виданнях, що цитуються у наукометричних базах Scopus, WoS (Князева Т., Ороховська Л., Сібрук В., Смерічевський С., Салькова І., Шевченко А.).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Процедури конкурсного добору викладачів є чіткими, зрозумілими та прозорими, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми. До організації та реалізації освітнього процесу за ОП залучаються роботодавці, як сумісники; професіонали-практики залучаються до проведення лекцій на волонтерських засадах. ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності як матеріальними, так і нематеріальними формами.

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

Слабкі сторони: 1.Невідповідність деяких публікацій представлених у таблиці 2 відомостей самооцінювання до дисциплін, які викладаються НПП на ОП, а також невідповідність представлених у таблиці 2 дисциплін, які викладаються НПП на ОП. 2.Відсутність інформації стосовно графіку та власне проведення стажувань на сайті ЗВО. 3.Відсутність опублікованого рейтингу викладачів очима студентів на сайті ЗВО. Рекомендації: 1.Забезпечити оприлюднення інформації стосовно графіку та власне проведення стажувань на сайті ЗВО. 2.Забезпечити публікацію рейтингу викладачів очима студентів на сайті ЗВО

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

ОП «Маркетинг» має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 6.2,6.3,6.4,6.5,6.6. До того ж, враховуючи певну узгодженість за підкритерієм 6.1, голістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 6 з недовліками, що не є суттєвими.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Оцінювання матеріально-технічної бази університету здійснювався за допомогою відеозв'язку з Гарантом та переглядом відео. Навчання на даній ОП здійснюється у корпусі, який обладнаний спеціалізованими аудиторіями та комп'ютерними класами. (<https://cutt.ly/PCZxYP5>) Здобувачі освіти можуть користуватися Науковою бібліотекою у корпусі та інтернетом — усі послуги є безкоштовними для студентів НАУ. Здобувачі отримують корпоративну пошту та доступ до онлайн-бібліотеки університету, що підтвердили здобувачі освіти під час онлайн-зустрічі. Студенти дуже задоволені гуртожитками, які забезпечують необхідні умови для проживання, та називають їх «найкращими». Кімнати у гуртожитках є 2-місцеві та 4-місцеві. Також є окремі сімейні гуртожитки, де можуть жити сімейні подружжя з дітьми. Університет має «трапезні» та спортивні зали. У корпусі та гуртожитках наявні плани евакуації на кожному поверсі. Для забезпечення безпеки життєдіяльності здобувачів кураторами груп проводяться інструктажі з питань БЖД: охорони здоров'я, пожежної, радіаційної безпеки, безпеки дорожнього руху, реагування на надзвичайні ситуації, безпеки побуту. На цей час навчання проводиться онлайн з використанням електронної пошти, google-meet та Zoom-середовища, що підтверджено на онлайн-зустрічах. Наявне добре облаштоване укриття на випадок повітряних тривог.

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

Користування науково-педагогічними працівниками та здобувачами інфраструктурою НАУ здійснюється на безоплатній основі. Доступ викладачів та здобувачів освіти до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, є безкоштовним. В навчальних корпусах є вільний доступ до інтернету через точки WI-FI.

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.

НАУ має культуру та цінності, які передбачають студентоцентрованість у навчанні та зручні умови для створення індивідуальної траєкторії. Під час онлайн-зустрічі студенти виявили задоволеність навчальним закладом. ВНЗ надає студентам можливості та простір для самореалізації, завдяки чому з'являються цікаві проекти, такі як Івент "Квартирник" про українську культуру, «Студ весни» та «Школа маркетингу» (https://t.me/SR_feba/1431). Про всі івенти повідомляють у їх телеграм-каналі (https://t.me/SR_feba/). Навчальний корпус не має у наявності медпункту, про що було заявлено під час огляду матеріальних ресурсів університету, але поруч є Медичний центр НАУ (<http://medcenter.nau.edu.ua/>).

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

Освітня підтримка здобувачів щодо організації навчання та соціальної підтримки реалізується за допомогою викладачів через месенджери та платформи Classroom чи Google meet. Консультування студентів проводиться: викладачами і співробітниками НАУ за графіком консультацій. Це все підтвердили здобувачі освіти та викладачі під час онлайн-зустрічей. Зокрема, здобувачі освіти підтвердили про надання корпоративної пошти та надходження інформації на Classroom або месенджери. Також це підтверджує Анонімне анкетування здобувачів (<https://cutt.ly/zBUFW7Z>, <https://cutt.ly/6BUFsmnd>).

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

Адаптація умов для осіб з особливими потребами затверджена розпорядженням та наказом (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/inklyuzivna-osvita/>). На теперішній час особи з особливими освітніми потребами можуть займатися в аудиторіях першого поверху. Для реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами в НАУ затверджено Порядок супроводу осіб з інвалідністю; встановлені зовнішні пандуси і поручні біля входу. Проте, в акті огляду та оцінки стану комплексу будівель та території НАУ (<https://nau.edu.ua/site/variables/news/2022/10/АКТ%20огляду%20та%20оцінки%2027.10.2022.pdf>) зазначено, що санвузли для маломобільної групи населення відсутні.

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.

Для регулювання конфліктних ситуацій у НаУКМА є Правила внутрішнього розпорядку (<https://cutt.ly/qRmmNjd>); Антикорупційна програма НАУ (<https://cutt.ly/mCIqFp1>); Положення про запобігання та протидію булінгу, мобінгу, кібербулінгу, харасменту в НАУ (<https://cutt.ly/aCIqZdM>). Положення забороняють сексуальні домагання, образливі вислови та слова, які дискримінують людей на будь-якій підставі. Студенти можуть звертатися до відділу по роботі зі студентами, сектору психолого-педагогічної роботи НАУ, комісії з профілактики правопорушень, профспілкової організації студентів і аспірантів, юридичний відділ університету. Здобувачі освіти під час онлайн-зустрічі говорили про відсутність прикладів хабарництва чи сексуальних домагань

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Освітнє середовище є безпечним для освітнього та позаосвітнього життя студентів. Матеріально-технічних ресурсів достатньо для забезпечення професійного, соціального та фізичного розвитку здобувачів освіти. Є безкоштовний доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів для викладачів та студентів. Рівень задоволеності здобувачів освіти є достатньо високим, що вказує на сприятливі умови для навчання та розвитку

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

Відсутність санвузлів для маломобільних груп населення

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Основні вимоги виконані, інфраструктура, матеріально-технічні та інформаційні ресурси на достатньому для навчання рівні

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд ОП здійснюється згідно із загальноуніверситетською політикою забезпечення якості освітніх програм відповідно до процедур, визначених в документах: Положенням про освітні програми Національного авіаційного університету (наказ №148/од від 07.05.2020 р., <https://cutt.ly/iMKСуVx>), Положенням про гаранта освітньої програми (наказ №118/од від 18.03.2020 р.) та наказами «Про щорічний перегляд освітньо-професійних програм» (наказу ректора 063/од від 09.02.2022 р.).

Згідно з п. 4.3 Положенням про освітні програми Національного авіаційного університету перегляд освітніх програм в Університеті проводиться щорічно (або два рази на рік за належної аргументації) за результатами моніторингу. Документ ОП, який опубліковано на сайті кафедри маркетингу містить відмітку про оновлення ОП у 2022 році. Зокрема, на засіданні кафедри маркетингу від 24.03.2022 (Протокол №5) була затверджена ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» за редакцією 2021 року зі змінами, а саме: внесено зміни до пунктів 1.4 «Тип диплома та обсяг освітньо-професійної програми», 1.8 «Передумови» профілю ОПП та 2.1, 2.2 «Перелік освітніх компонентів» (додано 6-стовпчик із зазначенням семестрів, в яких реалізується освітні компоненти для заочної форми навчання). Перед затвердженням та переглядом здійснюється моніторинг ОП в декілька форм: опитування учасників освітнього процесу; перегляд ОП і робочих програм навчально методичним відділом. Експертна група пересвідчилася в активній участі стейкхолдерів у розширених засіданнях кафедр при перегляді освітньої програми ОП «Маркетинг» та її ОК на зустрічах зі студентами, випускниками, викладачами ОП та групою забезпечення 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 зустрічі зі здобувачами ОП «Маркетинг», ЕГ отримано інформацію про те, що здобувачі ОП «Маркетинг» проходять анонімне опитування з питань якості освіти та викладання навчальних дисциплін на загальноуніверситетському та кафедральному рівнях. Під час зустрічі зі здобувачами ОП «Маркетинг», ЕГ не отримала підтвердження інформації про участь в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозицій щодо покращення ОП на засідання кафедри. Однак, здобувачами зазначено, що за результатами їх опитування щодо рівня задоволення методами навчання, яке проводиться на загальноуніверситетському та кафедральному рівнях, відчувається, що викладачі враховують їх пропозиції, зокрема щодо залучення практиків до навчального процесу. Також здобувачі вищої освіти відмітили можливість донести свою позицію щодо покращення якості ОП безпосередньо куратору групи або викладачам кафедри. Крім того, здобувачі вищої освіти Тюпишева В.Ю., Соколова М.Р., Чернова К.А., Скрипнікова П.С. брали активну участь в обговоренні ОП та змін до неї (даний факт був підтверджений витягами з протоколів засідання кафедри маркетингу №2/1 від 08.02.2021, протокол №5 засідання кафедри маркетингу від 24.03.2022, а також під час зустрічі ЕГ зі здобувачами вищої освіти). На зустрічі з представниками студентського самоврядування відзначено їх залученість до процесів періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості. Представники студентського самоврядування входять до складів Вченої ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, Вченої ради університету (<https://cutt.ly/wMhQtN>), Ради з якості університету (<https://cutt.ly/WMHg26x>), де відбувається погодження ОП. Крім цього, на зустрічі представники студентського самоврядування підтвердили, що мають можливість персонального чи анонімного звернення до керівництва НАУ і виразили впевненість у тому, що їхнє звернення буде розглянуто.

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

НАУ співпрацює з роботодавцями на постійній основі. Під час зустрічей ЕГ з представниками роботодавців, останні підтвердили активну залученість до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості. Наприклад, 08.02.2021 р. за участі провідного фахівця відділу реклами ДП «Антнотів» Бельдюгова Т.В., головного фахівця департаменту обслуговування клієнтів ПрАТ «ДТЕК Київські електромережі» Зайченко М.А. та 24.03.2022 р. Радника генерального директора ДП МА «Бориспіль» Астахова К.В., менеджера з маркетингу та логістики ТОВ «СКК» (офіційний дистриб'ютор Самсунг Електронікс України) Падалко Д.В., начальника відділу маркетингу ДП «НСК «Олімпійський» Заводський С.В. були обговоренні зміст та напрями оновлення ОП. Надані гарантам ОП протоколи засідання кафедри, Ради роботодавців не дозволили ЕГ встановити, які саме конкретні пропозиції були надані, та як саме вони були враховані, адже в описі протоколів засідання кафедри маркетингу дані пропозиції відсутні. Під час зустрічі з представниками роботодавців зазначено можливість надання пропозицій та зауважень за допомогою особистого спілкування з гарантом, викладачами, електронною поштою, а також через заповнення анкети «Стейкхолдери та роботодавці» ОПП «Маркетинг» розміщеної на офіційному веб-сайті кафедри маркетингу. Можливість надання пропозиції та зауваження щодо ОП на офіційному веб-сайті кафедри маркетингу відсутня.

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

Збирання та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП «Маркетинг» здійснюється випусковою кафедрою маркетингу. Проте даний процес здійснюється переважно для випускників другого (магістерського) рівня, оскільки більшість випускників першого (бакалаврського) рівня продовжують навчання на другому (магістерському) рівні. Аналіз офіційної сторінки «випускники кафедри маркетингу» (<https://cutt.ly/qMHWyK6>) засвідчив відсутність системної роботи з висвітлення інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми. ЕГ також відмічає доцільність запровадження практика

збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми на загальноуніверситетському рівні. НПП кафедри маркетингу, роботодавцями на зустрічах з ЕГ наголошено про підтримку зв'язку із випускниками безпосереднє через спілкування та соціальні мережі, зокрема через створену групу в месенджері «Випускники ФЕБА НАУ».

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

Здобувачі вищої освіти, науково-педагогічний персонал та роботодавці під час онлайн зустрічі з експертами підтвердили їх змістовне та різноманітне залучення до процедур забезпечення якості. Серед них проводяться відповідні опитування, що стосуються актуальних проблем, залучення до засідань кафедр, ради з якості та вчених рад присвячених питанням якості освіти та процедурам її забезпечення. Зокрема, результати опитування, які проводилися у вересні 2022 р. на загальноуніверситетському рівні та в період з 28 травня 2022 року по 10 червня 2022 року на рівні кафедри оприлюднено на сторінці університету (<https://cutt.ly/JMNR5XK>) та кафедри маркетингу (<https://cutt.ly/NMHTusC>) відповідно. Результати опитування здобувачів освіти були обговорені на засіданнях кафедри 26.06.2022 р. (Протокол №12) та 28.09.2020 (Протокол №20), було розроблено напрями подолання проблем. Підтвердженням постійної роботи над удосконаленням освітньої програми «Маркетинг» може стати вдосконалення структури ОП «Маркетинг» які наводяться у відомості самооцінювання. Про якісні зміни в структурі освітньої програми відмічають випускники ОП минулих років на зустрічі з представниками ЕГ.

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

Оскільки акредитація є первинною, результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти, які беруться до уваги під час удосконалення ОП, немає. За результатами проходження університетом процедури акредитації спеціальності «Маркетинг» у 2012 р. виявлені зауваження та пропозиції були обговорені на засіданні кафедри, засіданні вченої ради факультету і були враховані під час безпосередньої освітньої діяльності.

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

Під час зустрічей з різними групами стейкхолдерів НАУ спостерігалася сформована культура якості, яка сприятиме розвитку даної ОП. Здобувачі та НПП зазначили, що в ЗВО проводяться опитування стосовно якості освіти (загальноуніверситетський та кафедральний рівні), ступеня задоволення методами навчання та викладання на ОП, після сесії. На засіданнях кафедри, фахових комісій, науково-методичних комісій та вчених рад підрозділів/університету обговорюються питання якості освіти та процедури її забезпечення. Однак ЕГ відмічає відсутність системної роботи щодо висвітлення інформації стосовно Рішень Ради з якості НАУ на офіційній сторінці ЗВО (<https://cutt.ly/CMHOMYn>), остання Рішення з якості НАУ датується 26 серпня 2020 р.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

В НАУ функціонує сформована культура якості, а система забезпечення якості сприяє оперативному реагуванню на недоліки в ОП і освітній діяльності. Гарною практикою є можливість надання пропозицій та зауважень роботодавцями в ОП і освітній діяльності за допомогою особистого спілкування з гарантом, викладачами, електронною поштою, а також через заповнення анкети «Стейкхолдери та роботодавці» ОП «Маркетинг» розміщеної на офіційному веб-сайті кафедри. ЕГ також відмічає високий рівень залученості роботодавців до освітнього процесу у форматі тренінгів, майстер-класів, лекцій та надання баз для проходження практичної підготовки.

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

Слабкою стороною даного критерію є: відсутність оприлюднення надісланих пропозицій до проекту ОП та рішень про результати розгляду цих пропозицій; відсутність системної практики залучення здобувачів освіти в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозицій щодо покращення ОП на засіданнях кафедри; відсутність практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми на загальноуніверситетському рівні; відсутність системної роботи щодо висвітлення інформації стосовно Рішень Ради з

якості НАУ на офіційній сторінці ЗВО. Рекомендовано: ознайомлювати детальніше здобувачів з рішеннями щодо покращення освітнього процесу за результатами їх анкетування; посилити практику збирання та висвітлення на офіційній сторінці кафедри інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми; щорічно оновлювати ОП і робити відповідні відмітки в документі ОП.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Є сильні сторони та недоліки. Наявні недоліки не є суттєвими та можуть бути усунуті оперативно, зокрема: започаткування системної практики залучення здобувачів освіти в обговоренні результатів анкетування та наданих пропозиціях щодо покращення ОП на засідання кафедри, проведення збирання інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми на загальноуніверситетському рівні та її висвітлення на офіційній сторінці кафедри.

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.

Усі документи, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу є у відкритому доступі на сайті (<https://nau.edu.ua/ua/menu/navchannya/kreditno-modulna-sistema/>). Основними з цих документів є «Положення про організацію освітнього процесу в НАУ» (<https://cutt.ly/zV9wMPf>), «Статут НАУ» (<https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/2/Статут%202018.pdf>); «Положення про організацію та проведення практик здобувачів вищої освіти Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/WV9w25H>), «Положення про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти» (<https://cutt.ly/wChDnvX>), «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти та/або інформальної освіти» (<https://cutt.ly/hBl3mG3>), «Положення про атестацію випускників Національного авіаційного університету 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 Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/eChFqyf>), «Положення про порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти» (<https://cutt.ly/sV9wRDD>).

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.

ЗВО публікує проекти ОПП та нормативні документи на сайті (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/proekti/proekti-osvitno-profesiynih-program/>), (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/proekti/proekti-normativnih-dokumentiv.html>). Для надання зауважень та пропозицій можна написати на пошту, яка вказана на сайті, там і знаходяться задокументовані пропозиції стейкхолдерів (наприклад https://nau.edu.ua/site/variables/news/2022/6/Маркетинг%20Бакалавр%20Протокол%20075%20Б_compressed.pdf). Відповідно до положення «Про щорічний перегляд освітньо-професійних програм», введених в дію Наказом № 148/од від 07.05.2020р. п.4.3 чітко визначено, що не менше ніж раз на рік проводиться моніторинг та періодичний перегляд ОП. Результати моніторингу публікуються на вебсайті НАУ (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>).

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.

ЗВО публікує інформацію про ОП на своєму офіційному сайті (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>), зокрема загальна

інформація про ОП, її мета та характеристики, методи викладання та оцінювання, а також можливості працевлаштування після навчання за даною ОП.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Прозорість і відкритість на високому рівні, особливо уся інформація, що стосується нормативних документів та звітності, є можливість надання зауважень чи пропозицій до ОП. За запитом ЕГ були надані усі необхідні документи та дані.

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

Недоліки відсутні, однак інноваційних практик не було виявлено

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень B

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

ОП повністю відповідає критерію 9, нормативні документи та звітність є у відкритому доступі, також інформацію здобувачі освіти можуть отримати за допомогою корпоративної пошти або телеграм-каналів

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

Люльов Олексій Валентинович

Члени експертної групи

Заячківська Галина Адамівна

Жифарський Данііл Сергійович