

ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК

галузевої експертної ради

Заклад вищої освіти	Національна академія статистики, обліку та аудиту
Освітня програма	53846 Маркетинг і реклама
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

Цей експертний висновок складений за результатами розгляду галузевою експертною радою (ГЕР) акредитаційної справи. Розгляд справи ГЕР є частиною акредитаційної процедури Національного агентства і здійснюється на основі поданих закладом відомостей про самооцінювання освітньої програми, а також звіту експертної групи.

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

ГЕР - галузева експертна рада

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК

галузевої експертної ради

01.04.2026 р.

Справа № 0323/АС-26

Галузева експертна рада Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти з галузі знань 07.2 "Управління та адміністрування" у складі:

Труніна Ірина Михайлівна – головуєчий,

Бай Сергій Іванович,

Шуляр Роман Віталійович,

Тарасюк Михайло Вікторович,

Рудь Дарина Віталіївна,

Павленчик Наталія Федорівна,

Нянько Віталій Миколайович,

Кузьмак Олег Іванович,

Криворучко Оксана Миколаївна,

Касич Алла Олександрівна,

Ігнат'єва Ірина Анатоліївна,

Власенко Дмитро Олександрович,

Бардась Артем Володимирович,

за участі запрошених осіб:

Віктор Мельник, Лариса Лазоренко – представник ЗВО,

розглянула на своєму засіданні матеріали акредитаційної справи щодо акредитації освітньої програми:

Назва ЗВО	Національна академія статистики, обліку та аудиту
Назва ВСП ЗВО	<i>не застосовується</i>
ID освітньої програми в ЄДЕБО	53846
Назва ОП	Маркетинг і реклама
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

За результатами розгляду акредитаційної справи галузева експертна рада

РЕКОМЕНДУЄ

ухвалити рішення про акредитацію.

За – 13, Проти – 0

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

На думку ГЕР

підстави для відмови в акредитації, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми, або для призначення повторної акредитаційної експертизи, відсутні

наявні підстави для відмови в акредитації, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми

наявні підстави для призначення повторної акредитаційної експертизи

2. Аналіз

У цьому розділі ГЕР надає оцінку відповідності освітньої програми, базуючись на змісті звіту експертної групи та інших матеріалах акредитаційної справи.

Заповнення полів «Аналізу» є обов'язковим, якщо ГЕР змінює рівень відповідності за критерієм, визначений експертною групою, або підтверджує рівень відповідності А, Е чи F. У цих випадках необхідно заповнити об'єктивну частину не менше як за одним підкритерієм у межах відповідного критерію

Критерій 1. Проектування освітньої програми

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

1 Освітня програма дає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти. За відсутності затвердженого стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти програмні результати навчання затверджуються закладом вищої освіти і мають відповідати вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня

ОПП «Маркетинг і реклама» у цілому дає можливість досягти РН, визначених стандартом ВО за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) РВО, затвердженого і введеного в дію наказом МОНУ від 05.12.2018 р. № 1343. Однак, при формулюванні компетентностей і ПРН у ОПП «Маркетинг і реклама» розробники ОПП додатково доповнили частину з них, а тому за змістом вони не відповідають компетентностям і результатам навчання, що визначені Стандартом. Зазнали змін інтегральна компетентність через доповнення словосполученням «рекламна діяльність», СК2 через доповнення словосполученням «рекламної справи», СК6 через доповнення словом «рекламної», СК12 через доповнення словом «реклами», ПРН18 через доповнення словом «рекламній», проте реклама і так є одним із елементів комунікаційної політики комплексу маркетингу, а тому її виокремлення не є доречним. Разом з тим, у ОПП «Маркетинг і реклама» редакції 2022 року введено додаткову СК15. Здатність проводити ефективну маркетингову діяльність на міжнародному ринку та додатковий ПРН19. Демонструвати вміння використовувати методи ведення ефективної маркетингової діяльності на міжнародному ринку, які взагалі не виокремлюють рекламу, а акцентують увагу на міжнародному ринку та міжнародній діяльності, які зазначено у меті ОПП. Однак, у ОПП «Маркетинг і реклама» редакції 2025 року введено ще одну додаткову СК16. Здатність здійснювати рекламну діяльність для різних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках і ще один додатковий ПРН20. Знати та вміти використовувати сучасні інструменти рекламної діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках товарів і послуг, що і зосереджує увагу на рекламній діяльності.

2. Зміст освітньої програми враховує вимоги відповідних професійних стандартів (за наявності). Освітні програми, що передбачають присвоєння професійних кваліфікацій, мають забезпечувати виконання вимог відповідних професійних стандартів

Зміст ОПП «Маркетинг і реклама» не передбачає присвоєння професійних кваліфікацій. Професійний стандарт маркетолога відсутній, однак в Україні від 09.01.2025 року розроблено і затверджено професійний стандарт «Фахівець з методів розширення збуту (маркетолог)»<https://surl.li/zewmbw/>. Проте у розділі 4 «Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання» ОПП «Маркетинг і реклама» 2022 та 2025 року редакції перелік професійних кваліфікацій не оновлено. Крім того, дивним є те, що НАСОА у ОПП «Маркетинг і реклама» дозволяє робочій групі включати назви професій розділу 1 ДКО03:2010.ЗАКОНОДАВЦІ, ВИЩІ ДЕРЖАВНІ СЛУЖБОВЦІ, КЕРІВНИКИ, МЕНЕДЖЕРИ (УПРАВИТЕЛІ). та розділу 2 ПРОФЕСІОНАЛИ, які не є характерними для першого (бакалаврського) РВО.

3. Освітня програма має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії закладу вищої освіти

ОПП «Маркетинг і реклама» має чітко сформульовану мету «підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової і рекламної діяльності, у тому числі й на міжнародному ринку., яка відповідає місії та стратегічним напрямкам і завданням Стратегії розвитку НАСОА на 2021-2028 роки.

4. Мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін

Мета ОПП «Маркетинг і реклама» та ПРН визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін, про що свідчать наведені факти у ВСО та звіті ЕГ, а саме враховуються інтереси здобувачів ВО, роботодавців, фахівців-практиків, представників академічної спільноти та інших стейкхолдерів (анкетування, рецензії, спільні засідання, зустрічі тощо).

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

Мета ОПП «Маркетинг і реклама» та ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

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

Обсяг ОПП «Маркетинг і реклама» та окремих ОК (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) відповідає вимогам законодавства щодо обсягу освітніх програм для першого (бакалаврського) РВО та відповідного стандарту ВО. Так, обсяг ОПП «Маркетинг і реклама» становить 240 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам ч. 4 ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту» щодо обсягу ОП для відповідного РВО, а обсяг ОК (у кредитах ЄКТС) не менше 3-х кредитів ЄКТС (3-х ОК лише 2: ОК21. Курсова робота з Маркетингу та ОК 35. Навчальна практика) і не більше 12-ти кредитів ЄКТС, а найбільше 4-х кредитних ОК, що відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для першого (бакалаврського) РВО. Із 240 кредитів ЄКТС, обсяг обов'язкових ОК ОП у ОПП «Маркетинг і реклама» 2022 року редакції становить 180 кредитів ЄКТС або 75,0%, а вибіркового ОК ОП – 60 кредитів ЄКТС або 25,0%. У ОПП «Маркетинг і реклама» 2025 року редакції структура у кредитах ЄКТС не змінилась і обсяг обов'язкових ОК ОП у ОПП «Маркетинг і реклама» також не зазнав змін, проте 3-х кредитною ОК замість ОК21. Курсова робота з Маркетингу стала ОК 21. Теоретична підготовка базової загальної підготовки. Усі вибіркові ОК - 4-х кредитні.

2. Зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання. Зміст освітньої програми забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів

Зміст ОПП «Маркетинг і реклама» має чітку структуру, однак у розділі 3. «Характеристика ОПП», а саме у підрозділі 3.3. «Фокус ОПП» не виокремлено ключові слова ОПП; у підрозділі 3.4. «Особливості ОПП» дивною є зосередженість програми, яка зазначена у п.1: проведенні системних маркетингових дослідженнях, що не корелює з назвою ОПП, її фокусом та особливостями; у підрозділі 4.2. «Подальше навчання» не зазначено можливість набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих, у тому числі післядипломної освіти; у підрозділі 5.2 «Оцінювання» вказано і атестаційний екзамен, і захист кваліфікаційної роботи, що не відповідає вимогам стандарту ВО за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) РВО, затвердженого і введеного в дію наказом МОНУ від 05.12.2018 р. № 1343, де вказано, що атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів), хоча у п. 3. «Форма атестації здобувачів вищої освіти» є відповідність зазначеному стандарту, але і тут не акцентовано увагу на тому, що захист кваліфікаційної роботи має бути ПУБЛІЧНИЙ, а також не описана 100-бальна шкала НАСОА. ОК, включені до ОПП «Маркетинг і реклама», становлять логічну взаємопов'язану систему, однак СЛС, наведена у п. 2.2. «СЛС ОПП» є нечитабельною через неналежне відображення взаємозв'язків, проте ОК в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та ПРН; наведений у п. 2.1. «Перелік освітніх компонент» відсутній розподіл на базові та фахові обов'язкові ОК. Зміст ОПП «Маркетинг і реклама» забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення ПРН обов'язковими ОК, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів.

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

Зміст ОПП «Маркетинг і реклама» відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності 075 Маркетинг. Обов'язкові ОК ОПП «Маркетинг і реклама» деталізують її предметну область, але з позиції комплексу маркетингу послідовність вивчення ОК не забезпечено в повній мірі, адже ОК 32 Маркетингова товарна політика міжнародних компаній вивчається після усіх ОК комплексу маркетингу в останньому, 8-му, семестрі та ще й робить акцент лише на міжнародних компаніях

4. Структура і зміст освітньої програми передбачають можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі, передбаченому законодавством

Структура і зміст ОПП «Маркетинг і реклама» передбачають можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами ВО навчальних дисциплін в обсязі, передбаченому законодавством, а саме 25% загальної кількості кредитів ЄКТС передбачених ОПП та реалізується окрім обрання вибіркових ОК ще й індивідуальних завдань з окремих ОК; баз проходження практик за погодженням з кафедрою; тем кваліфікаційних робіт та наукового керівника, тощо,

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

ОПП «Маркетинг і реклама» та НП передбачають практичну підготовку здобувачів ВО, яка дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності, а саме має місце ОК 35. Навчальна практика (3 кредити ЄКТС) у 4-му семестрі, ОК36. Виробнича практика (6 кредитів ЄКТС) передбачена у 6-му семестрі, ОК 37. Переддипломна практика (6 кредитів ЄКТС) у 8-му семестрі. Крім того до навчальних занять залучаються професіонали практики та представники роботодавців, на практичних заняттях розглядаються кейси реальних вітчизняних та міжнародних підприємств.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

ОПП «Маркетинг і реклама» передбачає набуття здобувачами ВО соціальних навичок, а саме розвиває комунікативні навички, командної роботи, вміння працювати з інформацією, а саме обробляти, аналізувати та презентувати її, здатність брати на себе відповідальність, логічно і критично мислити, самостійно приймати обґрунтовані рішення, мотивувати людей та досягати спільних цілей тощо.

7. Обсяг окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) відповідає законодавству, фактичному навантаженню здобувачів, та програмним результатам навчання

Обсяг окремих ОК (у кредитах ЄКТС) ОПП «Маркетинг і реклама» відповідає законодавству, фактичному навантаженню здобувачів ВО та ПРН, тобто кількість годин, відведених для СРС знаходиться, як правило, в межах від 1/2 до 2/3 загального обсягу годин, передбаченого для вивчення ОК. Досить мінімальною є кількість тижнів на виконання кваліфікаційної роботи, тобто 3 тижні.

8. Структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість освітньої програми або узгоджені із завданнями та особливостями дуальної форми здобуття освіти (у разі реалізації цієї форми на освітній програмі)

Структура ОПП «Маркетинг і реклама», ОК забезпечують практикоорієнтованість ОП. Дуальна форма здобуття освіти за ОПП не реалізовується.

9. Освітня програма забезпечує набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722

ОПП «Маркетинг і реклама» забезпечує набуття здобувачами ВО компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722.

Критерій 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

1. Правила прийому на навчання за освітньою програмою укладені відповідно до Умов (Порядку) прийому на навчання для здобуття вищої освіти є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та оприлюднені на офіційному вебсайті закладу вищої освіти

Правила прийому на навчання за ОПП «Маркетинг і реклама» укладені відповідно до Умов (Порядку) прийому на навчання для здобуття ВО є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, систематизовані, виокремлені усі додатки та оприлюднені на офіційному вебсайті НАСОА <https://surl.li/pphmgx>, однак не містяться правила прийому минулих років, зокрема 2022 року набору, щоб обґрунтувати їх чіткість та зрозумілість

2. Правила прийому на навчання за освітньою програмою враховують її особливості

Правила прийому на навчання за ОПП «Маркетинг і реклама» враховують її особливості, зокрема щодо конкурсних предметів і відповідних коефіцієнтів

3. Заклад вищої освіти у межах освітньої програми здійснює визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності). Таке визнання здійснюється відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать національному законодавству та міжнародним актам, є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються. Процедура та прийняті рішення про визнання належним чином документуються відповідно до законодавства

НАСОА у межах ОПП «Маркетинг і реклама» здійснює визнання ПРН та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності). Для цього НАСОА розроблено ряд положень, де наведено чіткі та зрозумілі правила, що не суперечать національному законодавству та міжнародним актам, є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються. Проте випадки визнання у межах ОПП «Маркетинг і реклама» є поодинокими.

4. Заклад вищої освіти у межах освітньої програми здійснює визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. Таке визнання здійснюється відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать законодавству, є доступними для всіх учасників освітнього процесу

НАСОА у межах ОПП «Маркетинг і реклама» може здійснювати визнання ПРН, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. Таке визнання здійснюється відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать законодавству та містяться у відповідному положенні НАСОА, а також у силабусах ОК. Проте випадки визнання у межах ОПП «Маркетинг і реклама» є поодинокими.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

1. Освітній процес відповідає вимогам законодавства. Методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі мети та програмних результатів навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи

Освітній процес відповідає вимогам законодавства. Методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у ОПП «Маркетинг і реклама» мети та ПРН, 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 в межах окремих освітніх компонентів (у формі робочої програми навчальної дисципліни, силабуса)

Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих ОК (у формі силабуса), Проте робота на практичних заняттях у балах не конкретизована, що може бути сприйнято як прояв суб'єктивізму. Проте позитивною практикою є кількість балів, яка відводиться на екзамен і становить з усіх ОК, з яких проводиться екзамен, 30 балів.

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

НАСОА забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОПП «Маркетинг і реклама» відповідно до РВО, спеціальності та мети ОПП.

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

Викладачі систематично (щорічно) оновлюють зміст ОК на основі наукових досліджень і сучасних практик у відповідній галузі, за результатами моніторингу змін на ринку праці, сучасних практик, рекомендацій здобувачів, роботодавців та інших стейкхолдерів, підвищення кваліфікації.

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

Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності за ОПП «Маркетинг і реклама» та НАСОА. Відділ міжнародного співробітництва сприяє укладенню договорів із закордонними ЗВО, створено чати, де розповсюджується інформація про можливі програми участі учасників освітнього процесу в міжнародних програмах. У НАСОА діє програма віртуальної мобільності, де здобувачі і НПП мають можливість долучитися до лекцій іноземних викладачів та отримувати сертифікат про участь за результатами участі у них. НПП проходять міжнародні стажування, однак їх результати не завжди корелюються із ОК, які вони викладають на ОП.

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

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів ВО є чіткими, зрозумілими, але не дають можливість у повній мірі встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання для окремого ОК та/або освітньої програми в цілому, адже критерії оцінювання роботи на практичних заняттях у балах не конкретизовано і не конкретизовано складові підсумкового контролю і бали кожної з них.

2. Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності). Результати навчання підтверджуються результатами єдиного державного кваліфікаційного іспиту за спеціальностями, за якими він запроваджений

Форми атестації здобувачів ВО відповідають вимогам стандарту ВО. Проте проблемним є те, що ОК 38 Атестація (Підготовка та захист кваліфікаційної роботи) не забезпечує усіх компетентностей наведених у 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОПП та не забезпечує усіх ПРН у 5. Матриця забезпечення ПРН відповідними компонентами ОПП

3. Визначено чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів (у тому числі щодо наукової складової освітньо-наукової програми, за якою здійснюється підготовка здобувачів ступеня доктора філософії), що є доступними для всіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів (зокрема охоплюють процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів), визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми

Визначено чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для всіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів (зокрема охоплюють процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів), визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та яких послідовно дотримуються під час реалізації ОПП «Маркетинг і реклама», проте конкретизації розподілу балів не наведено, зокрема і за екзамен, і за підготовку та публічний захист кваліфікаційної роботи

4. У закладі вищої освіти визначено чіткі та зрозумілі політику і процедури дотримання академічної доброчесності, яких послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. Заклад вищої освіти популяризує академічну доброчесність (насамперед через її імплементацію у культуру якості закладу вищої освіти) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності

У зНАСОА визначено чіткі та зрозумілі політику і процедури дотримання академічної доброчесності, яких послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації ОПП «Маркетинг і реклама». НАСОА популяризує академічну доброчесність (насамперед через її імплементацію у культуру якості НАСОА) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності, що підтверджує достатньо високий рівень культури академічної доброчесності

Критерій 6. Людські ресурси

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

1. Викладачі, залучені до реалізації освітньої програми, з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити освітні компоненти, які вони реалізують у межах освітньої програми, з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством

Викладачі, залучені до реалізації ОПП «Маркетинг і реклама», з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід у цілому спроможні забезпечити ОК, які вони реалізують у межах ОПП «Маркетинг і реклама», з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством. Проте є ряд технічних неточностей, які варто було поправити. Зокрема, у ПРЕАМБУЛІ ОПП «Маркетинг і реклама» 2022 року редакції вказано, що «ОПП «Маркетинг і реклама» розроблено робочою групою кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління фінансово-економічного факультету у складі: Гарант ОП Булах Тетяна Миколаївна – доцент кафедри економіки та менеджменту, ЗЕД, кандидат економічних наук, доцент. Члени робочої групи: Іващенко Оксана Андріївна – завідувач кафедри економіки та менеджменту, ЗЕД, кандидат економічних наук, доцент. Луньова Тетяна Сергіївна – доцент кафедри економіки та менеджменту, ЗЕД, кандидат економічних наук, а уже у 1. Профіль освітньої програми Розділ 1. Загальна характеристика вказано, що структурним підрозділом є Кафедра економіки та менеджменту ЗЕД, тобто робоча група у цій ОПП тричі називається по різному. Крім того, зафіксовано суттєву зміну складу робочої групи, яка з 2022 до 2025 року змінила дві особи, у т.ч. гаранта ОПП та зміну назви кафедри, яка в ОПП редакції 2025 року мала назву кафедра менеджменту, маркетингу та публічного управління, а на сьогодні уже є кафедрою менеджменту та маркетингу. Щодо кадрових вимог, згідно п. 35 Ліцумов, то їх забезпечення не виконується у повній мірі. Також не в повній мірі витримано вимоги пп. 37 та 38 Ліцумов, де відповідність має повністю корелювати з ОК в межах даної ОПП, проте достатньо високо кореляється публікаційна активність НПП з ОК в межах ОПП «Маркетинг і реклама».

2. Процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються

Процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають в цілому можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОПП «Маркетинг і реклама» та послідовно застосовуються.

3. Заклад вищої освіти залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу

НАСОА залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків, представників бізнесу та експертів галузі до реалізації освітнього процесу за ОПП «Маркетинг і реклама», однак це залучення не має системного характеру.

4. Заклад вищої освіти сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями, заохочує розвиток викладацької майстерності

НАСОА сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями, заохочує розвиток викладацької майстерності.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

1. Навчально-методичне забезпечення освітньої програми, фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення, обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) забезпечують досягнення визначених освітньою програмою мети освітньої програми та програмних результатів навчання

Навчально-методичне забезпечення ОПП «Маркетинг і реклама», фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення, обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) забезпечують досягнення визначених

освітньою програмою мети ОПП та ПРН. Усі силабуси та навчально-методичні матеріали є у відкритому доступі на офіційному сайті НАСОА на сторінці кафедри менеджменту та маркетингу.

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

НАСОА забезпечує доступ викладачів і здобувачів ВО до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах ОПП «Маркетинг і реклама», відповідно до законодавства

3. Освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою, та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я

Освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів ВО, які навчаються за ОПП «Маркетинг і реклама», та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я

4. Заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою

НАСОА забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за ОПП «Маркетинг і реклама».

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

НАСОА створює достатні умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами, які навчаються за ОПП «Маркетинг і реклама».

6. Наявні унормовані антикорупційні політики, процедури реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших конфліктних ситуацій, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми

Наявні унормовані антикорупційні політики, процедури реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших конфліктних ситуацій, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації ОПП «Маркетинг і реклама».

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

1. Заклад вищої освіти послідовно здійснює визначені ним процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми

НАСОА послідовно здійснює визначені ним процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОПП «Маркетинг і реклама», які базуються на відповідних положеннях.

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

Здобувачі ВО безпосередньо та через відповідні органи самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Пропозиції здобувачів ВО беруться до уваги під час перегляду ОПП «Маркетинг і реклама». Щорічно проводяться анонімні опитування здобувачів ВО.

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

Роботодавці безпосередньо та/або через свої об'єднання залучені до періодичного перегляду ОПП «Маркетинг і реклама» та інших процедур забезпечення її якості як партнери, зокрема через опитування/анкетування.

4. Наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми (крім випадку проходження акредитації вперше)

У НАСОА наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників, зокрема шляхом функціонування Асоціації випускників, діяльність якої регулюється відповідним Положенням.

5. Система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу освітньої програми та/або освітньої діяльності з реалізації освітньої програми, зокрема здійснений через опитування заінтересованих сторін

Система забезпечення якості НАСОА в цілому забезпечує реагування на результати моніторингу освітньої програми та/або освітньої діяльності з реалізації ОПП «Маркетинг і реклама», зокрема здійснений через опитування заінтересованих сторін, однак є помилки при розробці та наповненні змісту ОПП «Маркетинг і реклама», а також у заповненні зведеної інформація про викладачів та відображенні кадрових вимог у таблиці 2 до ВСО.

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

Результати зовнішнього забезпечення якості ВО беруться до уваги під час перегляду ОПП «Маркетинг і реклама», однак цю інформацію можна отримати лише з протоколів.

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

В академічній спільноті НАСОА формується культура якості освіти, що сприяє розвитку ОПП «Маркетинг і реклама» та освітньої діяльності за цією програмою.

Критерій 9. Прозорість та публічність

Рівень відповідності (експертна група)

Рівень В

Рівень відповідності (ГЕР)

Рівень В

Аналіз

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

НАСОА визначені чіткі та зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, є доступними для них та яких послідовно дотримуються під час реалізації ОПП «Маркетинг і реклама»

2. Заклад вищої освіти не пізніше ніж за місяць до затвердження освітньої програми або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному вебсайті відповідний проєкт із метою отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін

НАСОА не пізніше ніж за місяць до затвердження освітньої програми або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному вебсайті відповідний проєкт із метою отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін, однак відсутня зведена таблиця отриманих зауважень та пропозицій і інформація про їх розгляд і врахування або відхилення.

3. Заклад вищої освіти забезпечує на своєму вебсайті відкритий доступ до інформації та документів відповідно до законодавства. Заклад вищої освіти своєчасно оприлюднює на своєму офіційному вебсайті точну та достовірну інформацію про освітню програму (освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства

НАСОА забезпечує на своєму вебсайті відкритий доступ до інформації та документів відповідно до законодавства. НАСОА своєчасно оприлюднює на своєму офіційному вебсайті точну та достовірну інформацію про ОПП «Маркетинг і реклама» (освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, силабуси навчальних дисциплін, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ВО) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства

Критерій 10. Навчання через дослідження

Рівень відповідності (експертна група)

не застосовується

Рівень відповідності (ГЕР)

не застосовується

Аналіз

1. Зміст освітньо-наукової (освітньо-творчої) програми забезпечує повноцінну підготовку аспірантів (ад'юнктів) до розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності за відповідною спеціальністю (спеціальностями) та/або галуззю знань (галузями знань), володіння методологією наукової та педагогічної діяльності

не застосовується

2. Наукова (освітньо-творча) діяльність аспірантів (ад'юнктів) відповідає напряму досліджень (творчості) наукових (творчих) керівників

не застосовується

3. Заклад вищої освіти здатний сформувати разові спеціалізовані вчені ради (разові спеціалізовані ради з присудження ступеня доктора мистецтва) для атестації аспірантів (ад'юнктів), які навчаються на відповідній освітній програмі

не застосовується

4. Заклад вищої освіти організаційно та матеріально забезпечує можливості для виконання наукових досліджень (творчих проєктів) і апробації їх результатів відповідно до тематики аспірантів (ад'юнктів) (проведення регулярних конференцій, семінарів, колоквіумів, концертів, спектаклів, майстер-класів, персональних виставок, публічних виступів, надання доступу до використання лабораторій, обладнання, інформаційних та обчислювальних ресурсів тощо)

не застосовується

5. Заклад вищої освіти забезпечує можливості для залучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, зокрема через виступи на конференціях, публікації, концерти, спектаклі, майстер-класи, персональні виставки, публічні виступи, участь у спільних дослідницьких (творчих мистецьких) проєктах тощо

не застосовується

6. Наявна практика участі наукових (творчих) керівників аспірантів (ад'юнктів) у дослідницьких (творчих мистецьких) проєктах, результати яких регулярно публікуються, презентуються та/або практично впроваджуються

не застосовується

7. Заклад вищої освіти забезпечує дотримання академічної доброчесності у професійній діяльності наукових (творчих) керівників та аспірантів (ад'юнктів), зокрема вживає заходів для унеможливлення здійснення наукового (творчого) керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності

не застосовується

3. Рекомендації з подальшого удосконалення освітньої програми

У цьому розділі на основі звіту експертної групи та висновків ГЕР резюмуються рекомендації стосовно подальшого удосконалення освітньої програми, включаючи пропозиції щодо усунення виявлених під час акредитації недоліків. Заповнення цих полів є обов'язковим у всіх випадках, коли ГЕР погодилася або визначила рівень відповідності критерію В, Е чи F.

Критерій 1. Проєктування освітньої програми

Під час наступного перегляду ОПП, гаранту та робочій групі привести у відповідність формулювання СК та ПРН ОПП «Маркетинг і реклама» Стандарту ВО. Під час наступного перегляду ОПП, гаранту та робочій групі переглянути та оновити перелік і назву професій, які є характерними для першого (бакалаврського) РВО ОПП «Маркетинг і реклама».

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми

Під час наступного перегляду ОПП, гаранту та робочій групі у розділі 3 ОПП «Характеристика освітньої програми», а саме у підрозділі 3.3. «Фокус ОПП» виокремити ключові слова; у підрозділі 3.4. «Особливості ОПП» переглянути зосередженість програми, а саме п.1: проведенні системних маркетингових дослідженнях; у підрозділі 4.2. «Подальше

навчання» зазначити можливість набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих, у тому числі післядипломної освіти; привести у відповідність до стандарту підрозділ 5.2 «Оцінювання»: вилучити атестаційний екзамен згідно ОПП, а захист кваліфікаційної роботи доповнити словом ПУБЛІЧНИЙ, а також описати 100-бальну шкалу НАСОА. Під час наступного перегляду ОПП, гаранту та робочій групі, переглянути відображення взаємозв'язків у СЛС.

Критерій 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

Гаранту ОПП клопотати про можливість створення архіву Правил прийому минулих років для уточнення умов вступу здобувачів за ОПП «Маркетинг і реклама» попередніх років набору. Гаранту та робочій групі розробити нові форми популяризації та організаційної підтримки участі здобувачів ОПП «Маркетинг і реклама» у заходах щодо визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою

Гаранту, робочій групі, завідувачці кафедри менеджменту та маркетингу при черговому перегляді силабусів ОК запровадити конкретизацію балів у межах окремих тем, що дозволить чітко зрозуміти у якій темі є які види робіт і у скільки балів вони оцінюються. Гаранту та робочій групі при черговому перегляді силабусів ОК рекомендувати НПП забезпечувати підвищення кваліфікації відповідно до предметного поля ОК та спеціальності 075 Маркетинг.

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

Гаранту, робочій групі, завідувачці кафедри менеджменту та маркетингу при черговому перегляді силабусів ОК запровадити конкретизацію оцінювання у балах у межах окремих практичних занять, що дозволить чітко зрозуміти у якій темі є які види робіт і у скільки балів вони оцінюються, а також конкретизацію кількості завдань, що виносяться на контрольні заходи та кількості балів за кожну складову, а також за підготовку та публічний захист кваліфікаційної роботи Гаранту ОПП та кафедрі менеджменту та маркетингу протягом поточного н.р. і наступних н.р. продовжувати підтримувати практики пропагування принципів академічної доброчесності.

Критерій 6. Людські ресурси

Гаранту, робочій групі, кафедрі менеджменту та маркетингу при черговій акредитації деталізувати кваліфікацію викладачів у Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів, а саме конкретизувати спеціальності, теми дисертацій, яких наук, а не зазначати лише серії та номери дипломів та іншу інформацію, яка не дозволяє підтвердити відповідність. Завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу виокремити мінімум три особи з повною відповідністю 35 пункту Ліцумов провадження освітньої діяльності. Гаранту та робочій групі до завершення 2025-2026 н.р. відобразити повну інформацію про відповідність викладачів ОК ОП згідно 36-38 пунктів Ліцумов, що дозволить оцінити її, з огляду на їх освітню та/або професійну кваліфікацію та/або професійний досвід, тобто у колонці «Обґрунтування відповідності ОК (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)*» Таблиці 2 навести відповідність саме ОК в межах ОПП і спеціальності та відкоригувати досягнення у професійній діяльності, які зараховуються за останні п'ять років.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Гаранту, робочій групі, кафедрі менеджменту та маркетингу рекомендовано продовжувати роботу з удосконалення матеріально-технічної бази за ОПП «Маркетинг і реклама».

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

Гаранту, робочій групі рекомендовано забезпечити удосконалення функціонування внутрішньої системи забезпечення якості та подолання помилок у розробці та наповненні змісту ОПП «Маркетинг і реклама», а також у заповненні зведеної інформації про викладачів та відображенні кадрових вимог.

Критерій 9. Прозорість та публічність

Гаранту, робочій групі рекомендовано продовжувати практику розміщення інформації за ОПП «Маркетинг і реклама» на офіційному сайті НАСОА та забезпечити відображення зведеної таблиці отриманих зауважень та пропозицій і інформації про їх розгляд і врахування або відхилення.

Критерій 10. Навчання через дослідження

не застосовується

4. Додатки

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Додаток 1 до Експертного висновку ГЕР ID ЄДЕБО 53846.xlsx</i>	fJAYA793eVvaBULbaKFpuzebwkKo5lj/LM8vBxSzago =

Шляхом підписання цього експертного висновку я підтверджую, що внесені до нього відомості про присутніх на засіданні ГЕР і результати голосування членів ГЕР є достовірними, а експертний висновок було схвалено на засіданні ГЕР так, як його викладено вище.

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом.

Головуючий на засіданні ГЕР

ТРУНІНА ІРИНА МИХАЙЛІВНА