

ЗВІТ
експертної групи

Заклад вищої освіти	Державний університет "Житомирська політехніка"
Освітня програма	53621 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

Цей звіт складений за наслідками експертного оцінювання 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	Державний університет "Житомирська політехніка"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	53621
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	Іваннікова Марина Миколаївна, Сторощук Богдан Дмитрович, Омелянченко Віталіна Русланівна, Іванова Марина Іллівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	03.02.2026 р. – 05.02.2026 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://ztu.edu.ua/site/files/1/docs/%D0%9E%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0/%D0%90%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F/075_%D0%92%D0%A1%D0%9E.pdf
Програма візиту експертної групи	https://ztu.edu.ua/site/files/1/docs/%D0%9E%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0/%D0%90%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F/073%2B075_%D0%9F%D0%92_%D0%91_2026(1).pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

☐ Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

ОП Маркетинг враховує вимоги Стандарту вищої освіти України спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування ступеня вищої освіти бакалавра, інтереси здобувачів, стейкхолдерів, сучасні вимоги національного ринку праці. ОП Маркетинг забезпечує підготовку бакалаврів маркетингу, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями та відповідними компетентностями. Програма узгоджується з місією та стратегією розвитку ЗВО за своїми цілями, забезпечується викладачами з відповідною кваліфікацією. У ЗВО створені рівні та прозорі умови вступу та навчання на ОП. Організація освітнього процесу відповідає принципам академічної свободи та людиноцентризму. У ЗВО побудовані чіткі, зрозумілі та прозорі процедури дотримання академічної доброчесності всіма учасниками освітнього процесу. У ДУ «ЖП» відсутня дискримінація за будь-якою ознакою. Реалізація ОП у ЗВО є прозорою і чітко регламентованою освітнім процесом. ОП має вагоме значення для ЗВО та стратегічного розвитку Житомирської області та України. У ЗВО сформована чітка політика безпекового середовища, що включає наявність детальних інструкцій, укриттів та психологічної підтримки. Під час проведення акредитаційної експертизи із використанням технічних засобів відеозв'язку експертна група перевірила достовірність інформації, яка була подана у відомостях про самооцінювання ОП, провела zoom-зустрічі з відповідними фокус-групами, що надало можливість прийти до висновку щодо належного рівня організації діяльності за ОП Маркетинг. Разом з тим, експертна група вважає, що існують резерви для покращення якості освітньої діяльності у ДУ «ЖП». Позитивні практики: ОПП враховує регіональні пріоритети сталого розвитку територій. ОП є актуальною для ринку праці, враховуються потреби та запити стейкхолдерів. У ЗВО започатковано практику формування Звіту сталого розвитку. Університет входить до світового рейтингу QS World University Rankings: Sustainability 2025. Можливість абітурієнта відвідати 3D тур Приймальної комісії. Систематизація у відкритому доступі освітніх платформ для проходження онлайн-курсів. Використання у навчанні Odoo ERP (модулі CRM, Маркетинг) та хмарних сервісів, гейміфікація освітнього процесу та використання сучасних методів навчання. Високий рівень інтернаціоналізації НПП та здобувачів через участь у міжнародних проєктах, програмах міжнародної академічної мобільності. Місяць академічної доброчесності, запровадження практики «нульового тижня», де викладачі проводять спеціальні лекції на тему Академічна доброчесність в освітньому процесі. Процедура конкурсного відбору НПП, подача документів співробітників ЗВО у їхніх власних кабінетах Системи «Цифровий університет», інфраструктурна стійкість та доступність для всіх учасників освітнього процесу; цифрова демократія та самоврядування. Школа менторства для здобувачів освіти. Інтегрована психологічна підтримка «PsyLab». Багатовекторна система стимулювання здобувачів освіти «Студентський Олімп».

Недоліки

1) Курсова робота за ОК24 передбачає окрему оцінку за дисципліною та виконання курсової роботи; тобто курсова робота (диф. залік) має окрему відомість, заноситься в індивідуальний план та додаток до диплома; курсова робота фактично є окремим ОК. Проте в ОП курсова робота є складовою ОК24, та в структурно-логічній схемі вона відсутня. 2) Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (п.4.1.7) для кваліфікаційних робіт бакалаврів допускається максимальний збіг з однією роботою не більше ніж 40%. 3) ОК16 та ОК17 в ОП Менеджмент та ОП Маркетинг співпадає за назвою, за змістом робочих програм, за кількістю аудиторних годин, проте відрізняється за обсягом кредитів – ОП Менеджмент (ОК16 – 7 кр.; ОК17 – 5 кр.) та ОП Маркетинг (ОК16 – 6 кр.; ОК17 – 4 кр.), проте відрізняється за обсягом кредитів, що призводить до штучного збільшення навантаження НПП при повній відповідності обох ОК напряму 07 Управління і адміністрування. 4) Недостатня активність здобувачів щодо участі у внутрішній академічній мобільності. 5) НПП, що забезпечують реалізацію ОПП, не здійснювали підвищення кваліфікації на підприємствах, які здійснюють маркетингову діяльність 6) Положення про Комісії з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами у ДУ «ЖП» згідно даних з офіційного сайту востаннє оновлювалось 26 червня 2020 року. Інформація про персональний склад комісій на поточний навчальний рік зазвичай затверджується наказом ректора та оприлюднюється на початку навчального року. Доцільно переглянути та оновити Положення.

Рекомендації

1) Робочій групі та гаранту передбачити виокремлення Курсової роботи за ОК24 в окремий ОК із визначенням відповідних кредитів на її опанування; зміну внести в ОП 2026 року набору. 2) Адміністрації ЗВО передбачити перегляд норм Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин для кваліфікаційних робіт бакалаврів щодо допуску максимального збігу з однією роботою з метою підвищення унікальності наукових робіт в межах автономії ЗВО. 3) Робочій групі та гаранту передбачити, або вирівнювання кредитів ОК16 та ОК17 за ОП Менеджмент та ОП Маркетинг, або змінити тематичний план даних ОК для конкретної ОП для уникнення штучного збільшення навантаження НПП при повній відповідності обох ОК напряму 07 Управління і адміністрування. Зміну внести в ОП 2026 року набору. 4) Гаранту, завідувачу кафедри та кураторам продовжувати роз'яснювальну роботу щодо активізації внутрішньої академічної мобільності здобувачів для обміну досвідом та розширення академічних зв'язків з українськими ЗВО. 5) ЗВО рекомендується продовжувати долучати здобувачів освіти за ОП до програм міжнародної академічної мобільності, участі у міжнародних проєктах та розвитку співпраці

з Кіпрським інститутом маркетингу в спільних освітніх і наукових заходах; поглиблювати застосування методів бізнес-ігор та кейс-стаді під час викладання ОК маркетингового спрямування. 6) Менеджменту ЗВО враховуючи автономію ДУ «ЖП» до початку 2026–2027 н.р. оновити Положення про Комісії з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами у Державному університеті «Житомирська політехніка». 7) ГГаранту ОП та завідувачу кафедрою продовжувати поширення практики залучення роботодавців до навчального процесу шляхом калоборацій з усіма стейкхолдерами та розглянути можливість підвищення кваліфікації НПП на підприємствах, які здійснюють маркетингову діяльність на підставі укладених угод про співпрацю та здобути досвід практичної роботи з маркетингу. 8) ЕГ рекомендує продовжувати забезпечення освітнього процесу із використанням сучасних програмних продуктів «Odoo» ERP та «MeDoc» з модулями «Маркетинг соцмереж», «Email-маркетинг», «SMS-маркетинг», «Автоматизація маркетингу», «Опитування» для посилення практичної підготовки здобувачів освіти. 9) Менеджменту ЗВО враховуючи автономію ДУ «ЖП» до початку 2026–2027 н.р. оновити Положення про Комісії з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами у Державному університеті «Житомирська політехніка». 10) По завершенню воєнного стану оприлюднити розклад занять для забезпечення прозорості та публічності освітнього процесу.

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 освітньої програми:

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

Результати навчання за ОП Менеджмент відповідають Стандарту ВО за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. За ОП була додана загальна компетентність ЗК15 Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності та доданий відповідний програмний результати ПРН19 Вміти ідентифікувати та аналізувати проблеми, пов'язані з корупцією та недоброчесністю, формувати та оцінювати шляхи їх вирішення як у професійній діяльності, так і у суспільному житті на рівні, необхідному для формування нетерпимості до будь-яких проявів недоброчесності задля утвердження цінностей доброчесного суспільства, що підкреслюють дотримання принципів академічної доброчесності в освітньому процесі. Разом з тим ОПП має особливість «...здобуття теоретичних знань у сфері маркетингу, зокрема у контексті окремих суб'єктів господарювання, так і цілих ринків національного і міжнародного рівнів», що побудовано за класичною маркетинговою моделлю «4Р», а практичні аспекти маркетингу вивчаються на основі кейсів провідних компаній України та світу. Під час зустрічі із здобувачами ЕГ отримала підтвердження даного факту, про що повідомили здобувачі всіх курсів навчання. По-друге, до викладання додаються провідні експерти-практики з маркетингу, про що ЕГ розповіли, як здобувачі, так і роботодавці. Матриця відповідності методам навчання та оцінювання доводить, що програмні результати навчання (ПРН), загальні (ЗК) та спеціальні компетентності (СК) сформовані відповідно до вимог стандарту. Наповнення та обсяги ОК допомагають здобувачам досягнути ПРН, які відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій. ОП враховує регіональні пріоритети сталого розвитку територій. ОП передбачена можливість участі здобувачів вищої освіти у програмах міжнародної академічної мобільності (Запит ЕГ №3)

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

ОПП була започаткована у 2022 р., коли професійний стандарт був відсутній. Асоціація Маркетингу України 09.01.2025 затвердила Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (<https://cutt.ly/br8hBbxj>). За рішенням робочої групи (Запит ЕГ №12) була затверджена відповідність ОПП загальним критеріям до маркетолога у відповідності до Професійного стандарту. ВК Таргетинг була включена до обов'язкових ОК (рекомендація стейкхолдерів (<https://surl.li/wsdjum>), що узгоджувалися з Професійним стандартом. ЕГ зясувала, що ОК29 була додана до обов'язкових ОК у Проект ОПП 2026 року вступу (<https://is.gd/sUnKn3>). З метою відповідності Професійному стандарті щодо організації місця маркетолога в рамках ОК26 додано тему «Email-маркетинг як інструмент інтернет-маркетингу». ПРН та компетентності за ОПП відповідають сучасним вимогам ринку праці та професійним обов'язкам маркетолога, що прямо корелює з

цифровими компетентностями, вказаними в Професійному стандарті. Збір маркетингової інформації є трудовою функцією, яка розглядається в ОК24 та є основою ОК35, ОК36, ОК37, ОК38. ОК26 формує цифрові компетентності відповідно до вимог Професійного стандарту щодо роботи з цифровими інструментами та аналітикою в маркетингу. Аналітична компонента підготовки маркетологів посилена викладанням ОК34, ОК30

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

Мета ОП чітко сформована та передбачає «підготовку бакалаврів маркетингу, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності; які вміють застосовувати інноваційні та креативні способи вирішення маркетингових питань задля досягнення поставлених цілей; які здатні використовувати набуті знання та уміння з питань маркетингу в умовах цифровізації, розвитку електронної комерції, глобалізації ринків і актуалізації соціально- та екологічно-відповідального бізнесу», що відповідає місії ЗВО «Розвиваємо лідерів. Створюємо інновації. Змінюємо світ на краще», яка прописана у затвердженій Стратегії розвитку на 2024–2028 рр. (<https://surli.cc/ahunfb>). Дана ОП сприяє досягненню таких стратегічних цілей: 1 Запровадження сучасних ОП, які задовольняють потреби бізнесу, органів влади та здобувачів вищої освіти шляхом підвищення якості освіти в ЗВО; 2 Подальше становлення науки та інновацій, інтеграція науки та бізнесу; 3 Посилення конкурентних переваг ЗВО як інноваційного та технологічного науково-освітнього лідера регіону та країни; 4 Розбудова партнерства ЗВО з бізнесом, владою, громадою; 5 Управління системою маркетингу; 6 Реалізація проактивної молодіжної політики, заснованої на підходах участі (сприяння забезпеченню зайнятості молоді, її правового захисту з урахуванням економічних інтересів, професійних і соціальних можливостей суспільства в умовах досягнення ЦСР), що забезпечує підготовку висококваліфікованих фахівців у відповідності до місії та цілей ЗВО. ОПП Маркетинг враховує положення Статуту – формування особистості шляхом патріотичного, правового, екологічного виховання, утвердження в учасників освітнього процесу моральних цінностей, соціальної активності, громадянської позиції і відповідальності, здорового способу життя, уміння вільно мислити та самоорганізовуватися в сучасних умовах (<https://docs.ztu.edu.ua/mdocs-posts/statut-universytetu/>). Стратегія ЗВО не передбачає досягнення та реалізацію третьої місії університету. Під час зустрічей ЕГ впевнилася, що організація освітнього процесу за ОПП відповідає принципу людиноцентризму. ЕГ рекомендує Менеджменту ЗВО враховуючи автономію ДУ «ЖП» продовжувати освітній процес, дотримуючись цілей сталого розвитку та реалізації третьої місії університету

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

Потреби здобувачів враховуються у меті ОПП та ПРН, коригуються за їх пропозиціями шляхом налагоджених комунікацій із гарантом, робочою групою, кураторами. Здобувачі приймають участь у Круглих столах, зустрічах з гарантом на нульовому тижні щосеместру (<https://surli.li/freimf>, <https://surli.li/jbvzhs>). Здобувачі входять до складу робочих груп ОПП, приймають участь в щосеместровому оцінюванні Відділом моніторингу якості освіти, окремих ОК та щорічному – якості ОПП. За результатами опитувань було введено «нульовий» (лекційний) тиждень для синхронізації занять. За думкою здобувачів, висловленої на зустрічах з ЕГ, було з'ясовано, що дане впровадження є позитивною практикою, впровадженою за ОПП. На зустрічах з гарантом відбувається обговорення Проєкту ОПП (<https://cutt.ly/1r8h9Zhk>). Рекомендації здобувачів обговорюються робочою групою на засіданнях кафедри, вчених радах факультету та науково-методичних радах ЗВО. До обговорення ОПП також долучаються роботодавці через участь у Круглих столах (<https://surli.li/etzechf>, <https://surli.li/wsdjum>), рецензуванні ОПП (<https://surli.lu/tqqrfe>), комунікацій із зав. кафедри і гарантом. Робоча група включає начальника відділу реклами та маркетингу АТ «Рудь», яка регулярно контактує зі здобувачами (<https://surli.li/mnvnba>, <https://surli.lu/ucfhqt>, <https://surli.li/lxksjm>), про що ЕГ дізналася під час зустрічі №6. За пропозиціями від стейкхолдера ОК «Інтернет-маркетинг» була перейменована у ОК26. Практики залучені до викладання на відкритих лекціях (<https://surli.lu/xgkkek>, <https://bit.ly/4pQQgat>, <https://bit.ly/4swdZyW>, <https://surli.lt/wwghku>, <https://bit.ly/3N7s6uC>) та за ОК26, ОК27 (<https://surli.li/zxphpe>, <https://surli.li/rmrqwb>). Академічна спільнота долучена до відкритих онлайн-лекцій, онлайн-екскурсій, рецензування ОПП. При перегляді ОК НПП враховують досвід міжнародних стажувань та візити делегацій. Інтереси інших стейкхолдерів враховуються завдяки участі НПП в діяльності ГО «УАМ» (<https://cutt.ly/7r8jVbag>, <https://cutt.ly/Hr8jVDOd>, <https://bit.ly/4G5GshV>), під егідою якої проводився вебінар «EUROPEAN MARKETING AGENDA 2025» (<https://cutt.ly/yr8jMozc>). НПП кафедри задіяні у співпраці із ГО «Об'єднання маркетологів України», «Спілка підприємців, малих, середніх і приватизованих підприємств України», ГО «Житомирський обласний студентський інноваційний бізнес-інкубатор», Житомирською обласною ГО людей з інвалідністю «Молодь. Жінка. Сім'я» (<https://surli.li/jtrrrqk>, <https://bit.ly/4qQaemw>), про що ЕГ отримала підтвердження під час зустрічі №2. На сторінці Освітнього порталу <https://is.gd/jUMJaC> викладено результати обговорення ОПП, де чітко відмічено, що Ковальчук С.В. запропонувала переглянути мету ОПП, а її рекомендація була врахована; також документ доводить систематичне врахування думок і пропозицій усіх зацікавлених осіб щодо досягнення мети та програмних результатів навчання.

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

Гарант та НПП активно інтегрують науковий досвід в процес реалізації ОП (<https://surl.li/noogjm>, <https://surl.li/jmolpq>, <https://surl.li/rzmysh>). Обговорення ОП відбувається на багатьох заходах (<https://surl.li/etzchf>, <https://surl.li/wsdjum>, <https://bit.ly/4pbWmla>, <https://surl.li/kxwqlt>, <https://bit.ly/45NLmUa>), враховує дослідження гаранта (<https://surl.li/hvdwkw>, <https://surl.li/quczzv>, <https://bit.ly/4pOCTrP>), міжуніверситетську співпрацю (<https://surl.li/swbdhp>). Мета ОП узгоджується з тенденціями розвитку маркетингу як науки і спеціальності, забезпечуючи підготовку фахівців, які мають необхідні знання, навички та цінності для успішної кар'єри. Здобувачі долучені до наукових гуртків (<https://ztu.edu.ua/site/circles>), стартап-школ (<https://bit.ly/3Nfijmb>), конкурсів (<https://bit.ly/3Nc5iKa>, <https://bit.ly/49ObLDG>), програм студентських обмінів (<https://bit.ly/4qMcqLK>), ініціатив Інноваційного хабу (<https://inhub.ztu.edu.ua/education/>) та Центру розвитку професійної кар'єри (<https://cutt.ly/Dr1HyPgQ>, <https://cutt.ly/Rr1HitLo>), про що ЕГ дізналася під час зустрічей №1, 7 та 9. Мета ОП та ПРН враховують тенденції розвитку ринку праці, галузевого та регіонального контексту. ОП враховує Стратегію розвитку Житомирської області до 2027 р. (<https://cutt.ly/3r8Y7pcD>). За ОП укладені договори і з АТ «Рудь», ТОВ «Флоу Ком'юнікейшн», ТОВ «Українська рекламна агенція «Престиж»», ТОВ «ДЕПС СОЛЮШЕНЗ», ТОВ «Локал Логістикс Груп», ТОВ «КлінМаркет». Галузева специфіка враховується в ОКЗІ. У 2022 р. здобувачі долучилися до розробки пакування морозива (<https://cutt.ly/nr8jimRi>). Центр розвитку професійної кар'єри інформує здобувачів щодо зв'язків з роботодавцями (<https://cutt.ly/qr8Ua7vA>) та проводить нетворкінги (<https://2cm.es/1mdii>)

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП загалом відповідає вимогам підкритеріїв 1.1, 1.3, 1.4 та 1.5. Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» затверджений Асоціацією Маркетингу України 09.01.2025 (підкритерій 1.2). ОП дає можливість досягти усі результати навчання, визначені Стандартом за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. В ОП чітко сформульована мета, яка відповідає місії та стратегії закладу вищої освіти. ОП враховує потреби заінтересованих сторін, тенденції розвитку науки, спеціальності 075 Маркетинг, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм. Загальну відповідність ОП можна визначити на рівні В. Позитивні практики за критерієм: ОП відповідає загальним цілям розвитку, місії та баченню ДУ «ЖП», з урахуванням досвіду вітчизняних та закордонних ЗВО. Окрім того ОПП враховує регіональні пріоритети сталого розвитку територій. ОП є актуальною для ринку праці, оскільки враховуються потреби роботодавців, запити стейкхолдерів, що призвело до введення «нульового» (лекційного) тижня для синхронізації занять

Недоліки

Суттєвих недоліків не виявлено

Рекомендації

Менеджменту ЗВО продовжувати освітній процес, дотримуючись цілей сталого розвитку та Стратегії ЗВО

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

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 обсягу освітніх програм для відповідного рівня вищої освіти та відповідного стандарту вищої освіти (за наявності)

Загальний обсяг ОП (<https://is.gd/SozYco>) складає 240 кр. ЄКТС, щодо вимог ОП першого рівня у відповідності до Стандарту ВО за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня затвердженого Наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343) (<https://cutt.ly/Vr8hPJeD>). У структурі ОП Маркетинг 80 кредитів (75%) становлять обов'язкові дисципліни, зокрема: 62 кредити (34,4%) – компоненти циклу загальної підготовки, 91 кредит (50,5%) –

компоненти циклу професійної підготовки, 15 кредитів (8,4%) – практична підготовка, 3 кредити (1,7%) – теоретична підготовка БЗВП та 9 кредитів (5%) – кваліфікаційна робота. Вибіркові компоненти охоплюють 60 кредитів (25%). Щосеместровий розподіл обсягів кредитів ЄКТС за ОП у НП відповідає вимогам законодавства та є пропорційним – по 60 кредитів на рік: 29 – I семестр, 31 – II; 29 – третій семестр, 31 – четвертий; 32 – п'ятий семестр, 28 – шостий; 28 – сьомий семестр, 32 – восьмий, що свідчить про рівномірність навантаження за курсами та семестрами у відповідності до п.1.2 Положення про організацію освітнього процесу (<https://docs.ztu.edu.ua/>). Тривалість навчання у тижнях розподілена таким чином, що I семестр – 16 тижнів, II-VII – 17, VIII – 9 тижнів. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу кількість годин аудиторних занять становить від 33% загального обсягу навчального часу ОК (п.1.2). ЕГ відмічає наявність у навчальному плані на графіку навчального процесу період підготовки та захисту кваліфікаційної роботи – 37–42 тижні восьмого семестра для денної форми навчання. Під час зустрічі з гарантом та здобувачами ЕГ впевнилася, що обсяг ОП та окремих ОК є достатнім для досягнення результатів навчання, передбачених стандартом

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

Проаналізувавши зміст ОП, РП (<https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=6347>), ЕГ дійшла висновку, що змістовне наповнення НП за ОК дає можливість досягти заявленої в ОП мети (підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності ...) та ПРН01–18, що передбачені Стандартом для спеціальності 075 Маркетинг та додатково введено ПРН19, відповідно до Наказу МОН №842 від 13.VI.24р (<https://is.gd/UlDyrm>). Програма розділена на обов'язкові та вибіркові компоненти. Обов'язкові компоненти включають дисципліни циклу загальної підготовки (ОК1–ОК15) та циклу професійної підготовки (ОК16–ОК39); вибіркові компоненти загальної підготовки (ВК1.XN01–№3, ОБК1) та професійної підготовки (ВК1–ВК12). Передбачено практичну підготовку (ОК35,36 Навчальні практики, ОК37 Виробнича практика, ОК38 Переддипломна практика). Компоненти розподілені за семестрами, що забезпечує поступове нарощування компетентностей. Включено ОК, які формують як загальні, так і спеціальні (фахові) компетентності. Курсова робота за ОК24 передбачає окрему оцінку за дисципліною та виконання курсової роботи (Запити ЕГ №1, 7); тобто курсова робота (диф. залік) має окрему відомість, заноситься в індивідуальний план (Запити ЕГ №1) та додаток до диплома; курсова робота фактично є окремим ОК. Проте в ОП курсова робота є складовою ОК24, та в структурно-логічній схемі вона відсутня. Під час зустрічей з гарантами, ЕГ було донесено, що дана неузгодженість виявлена та знаходиться на розгляді робочої групи. ЕГ виділила особливі ОК, які забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей: ОК1, ОК1–3, ОК6–10, ОК12–15, спрямована на навчання здобувачів самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів. Навчальний план (<https://is.gd/QbduU5>) побудований за принципом послідовності та наступності. ОК Нормативної частини вивчаються на 1–2 курсах, створюючи фундамент для професійної підготовки. Практична підготовка інтегрована в програму так, щоб закріплювати теоретичні знання на кожному рівні навчання. Логіку зв'язків підтверджено наявністю структурно-логічної схеми, де визначено пререквізити для вивчення дисциплін. В ОПП наведено матриці відповідності ЗК і СК компонентам ОП і забезпечення ПРН відповідними компонентами ОП. Кожен із заявлених програмних результатів навчання забезпечується не однією, а декількома дисциплінами. На зустрічах із різними фокус-групами ЕГ впевнилася у готовності здобувачів 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)

ОП (<https://is.gd/2ebu3K>) відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг, оскільки: 1) об'єкт вивчення програми (маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів) відповідає об'єкту вивчення спеціальності 075 Маркетинг; 2) теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.; 3) зміст ОП розкривається у підготовці фахівців з маркетингу здатних системно підходити до організації та ефективного впровадження маркетингової діяльності на рівні окремого суб'єкта господарювання, з урахуванням світового досвіду у сфері маркетингу та необхідності гармонізації комерційної спрямованості бізнесу з соціальною відповідальністю та екологічними принципами маркетингу (ОК12–22, ОК24–34.), в процесі навчання, що передбачають проведення досліджень (ОК24, ОК35–ОК39). Для формування фахівців, здатних зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку маркетингу, здатних вести здоровий спосіб життя, логічно мислити та володіють мовними компетентностями (ОК1, 3, 6, 23). За Запитом ЕГ №7 було досліджено зміст курсових робіт. ЕГ відмічає, що тематика усіх досліджень є актуальною, структура відповідає класичним вимогам до наукових досліджень, а матеріали дослідження виступають основою майбутніх кваліфікаційних робіт. При цьому здобувачі мають можливість вільного вибору теми та керівника роботи, а тематика, предмет, об'єкт, мета та завдання усіх робіт

відповідають предметній області спеціальності. Зокрема, це підтверджується аналізом розглянутих ЕГ робіт (за запитом ЕГ №7): Загільська В.О. «Маркетингове дослідження соціальної реклами у діяльності ПРАТ «Київстар» (об'єкт – соціальна реклама, предмет – маркетингові тенденції розвитку соціальної реклами та її вплив на суспільство), Омельянова А. «Маркетингове дослідження елементів фірмового стилю та упаковки продукції підприємства (на прикладі ПРАТ «Київська кондитерська фабрика «Roshen»» (об'єкт – процес формування фірмового стилю і упаковки товарів, предмет – сукупність теоретичних, методичних і практичних підходів до розроблення, удосконалення та оцінювання ефективності фірмового стилю і упаковки товарів). ЕГ звертає увагу на доцільність норми Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (п.4.1.7) для кваліфікаційних робіт бакалаврів та допуску максимального збігу з однією роботою не більше ніж 40%. ЕГ рекомендує переглянути відсоток збігу з однією роботою для підвищення унікальності

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

Вибір ВК (всі обсягом по 4 кредити) здобувачами за ОП відбувається у навчальному році, що передую навчальному року, в якому заплановане їх вивчення за Положенням про порядок та умови обрання здобувачами вищої освіти вибіркового навчальних дисциплін (<https://docs.ztu.edu.ua/>). Перелік вибіркового дисциплін щороку переглядається та оновлюється з урахуванням пропозицій студентів та потреб ринку праці. На Вкладці Освіта можна перейти за вкладкою Вибіркові дисципліни, на якій розташований Каталог ВК та анотації до них разом із нормативними документами (<https://ztu.edu.ua/page/545.html>), але під час роботи ЕГ, в Каталогі не було наведено ВК для I курсу. Гаранті за проханням ЕГ надали скріни з фото-, відеофіксацією процедури вибору ВК студентки Поліщук Каріни, група МА-6. Згідно з п.2.5. вибір дисциплін здобувачами здійснюється шляхом заповнення онлайн-форми в електронному кабінеті, або шляхом заповнення онлайн-форми на офіційному сайті університету, або шляхом подачі паперової заяви) для здобувачів 2–4 курсів – з 1 лютого по 15 лютого, а для 1 курсу з 5 вересня по 15 вересня. Таким чином, ОПП створює умови для того, щоб кожен студент міг адаптувати навчання під власні професійні інтереси та кар'єрні цілі. При перегляді Анотацій ВК ЕГ впевнилася, що всі анотації оформлені за єдиним зразком та передбачають наявність загальної інформації (кафедра, викладач), опис дисципліни (мета, завдання), результати навчання, методи контролю. Під час зум-зустрічей із здобувачами ЕГ впевнилася, що Анотації розміщені у них в особистих кабінетах, де вони з ВК можуть ознайомитися заздалегідь, в чому ЕГ впевнилася під час зум-зустрічей (№5 та №7). Процедура обрання дисциплін чітко регламентована «Положенням про порядок та умови обрання здобувачами вищої освіти вибіркового навчальних дисциплін». Студенти мають можливість обирати курси як із загальноуніверситетського каталогу (для формування soft skills), так і з фахового пулу ВК, що дозволяє поглибити знання у конкретних сферах маркетингу. Навчальним планом передбачено вибір 1 ВК в II семестрі і по 3 ВК в III-VII семестрах. Загальна кількість кредитів ВК складає 25%, що цілком відповідає вимогам законодавства. В п.18. Положення сказано, що при організації вивчення вибіркового дисциплін формуються групи в університету, як правило, чисельністю не менше 20 осіб, за виключенням академічних груп, чисельність яких від самого початку навчання була меншою. На зустрічі із студентами ЕГ впевнилася в тому, що процедура вибору дисциплін для них є зрозумілою та прозорою

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

У ЗВО практична підготовка здобувачів регулюється Положенням про проведення практики студентів (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=291>), де передбачено, що бази практики повинні відповідати вимогам ОП. Позитивним досвідом є наявність на сайті ЗВО сторінки «Практики/ стажування/ працевлаштування» (<https://work.ztu.edu.ua/>). В ОП та НП в переліку ОК передбачено проходження чотирьох практик: двох навчальних (по 3 кредити в II і IV семестрах), виробничої (3 кредити в VI) і переддипломної (6 кредитів в VI). ЕГ констатує, що в ОП наявні два ОК35 (1 курс) і ОК36 (2 курс) з однаковою назвою Навчальна практика. На запит ЕГ №8 було отримано виконані роботи, які відрізнялися за наповненням, структурою та мали різну мету практичної підготовки. Звіт з ОК35 – бізнес ідеї студента, а ОК36 – аналіз розділу статистичної звітності регіону чи країни. ЕГ ознайомила із РП та може констатувати, що ці ОК35 та ОК36 за структурою і змістом відрізняються між собою. Відповідно до методичних рекомендацій, ОК35 (1 р. н.) реалізується на базі ЗВО з метою закріплення теоретичних знань з вивчених дисциплін; здобувачі 1 курсу обґрунтовують власної бізнес-ідеї протягом двох тижнів під керівництвом викладачів. ОК36 (2 р.н.) також реалізується на базі ЗВО та передбачає формування у здобувачів вищої освіти базових практичних навичок дослідження ринку, які є важливими для подальшого навчання та майбутньої професійної діяльності. ОК37 реалізується на 3 р.н., передбачає формування практичних навичок здійснення маркетингової діяльності, формуванню у здобувачів вміння приймати самостійні рішення, працювати в колективі, розвивати соціальні навички під час робочих комунікацій і брати відповідальність за результати. ОК38 (4 р.н.) має на меті опанування здобувачами сучасних маркетингових методів, інструментів та технологій, форм організації маркетингової діяльності в реальних ринкових умовах. ЕГ шляхом ознайомлення зі звітами з практики (запит ЕГ за п.6) констатує набуття практичних навичок та досягнення ПРН, що відображено у звітах. ЕГ на момент акредитаційної експертизи не мала змоги ознайомитися зі звітами з ОК38, оскільки для здобувачів за ОП Маркетинг згідно з графіком освітнього процесу їх захист заплановано на період з 9 по 19 лютого 2026 р. Закріплення здобувачів за базами практик здійснюється наказом по університету згідно з Положенням про проведення практики здобувачів (<https://is.gd/9Rx9z>) з реальними підприємствами на основі укладених договорів (відповідь на запит ЕГ за п. 9). Під час проведення експертизи ЕГ впевнилася, що в Проєкті ОПП на 2026 р.

практика за 1 курс має назву Навчальна практика «Вступ до фаху». Наказ про проведення практики формується за 1 місяць до її початку згідно Положення (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=291>). По завершенню практик відбувається відкритий захист звітів з практики перед комісією із 3 НПП кафедри. Під час зустрічі з ЕГ здобувачі підтвердили дотримання прописаної в Положення процедури захисту звітів

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

ОП Маркетинг приділяє значну увагу формуванню соціальних навичок (soft skills), оскільки ЗК, СК та ПРН, що передбачені стандартом за спеціальністю 075 Маркетинг, включають соціальні навички, що є невід'ємною частиною підготовки сучасного фахівця та повністю відповідає заявленим цілям програми щодо формування здатності розв'язувати складні задачі у сфері маркетингу. Програма чітко визначає перелік навичок, що належать до категорії soft skills: ЗК3 – здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків., ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою, ЗК11. Здатність працювати в команді, ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті, ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Соціальні навички інтегровані у зміст багатьох дисциплін (ОК1, ОК3, ОК6, ОК9, ОК14, ОК15). Розвиток soft skills відбувається через використання активних методів навчання, таких як командні проекти, рольові ігри, кейс-стаді та презентації, які наведені в кожній РП ОК. Під час зустрічі №2 НПП запевнили ЕГ, що кожна ОК та ВК передбачає набуття soft skills. Студенти мають змогу посилювати свої соціальні навички шляхом вибору ВК, обираючи курси з психології, критичного мислення або іноземних мов, що підвищує їхню комунікативну мобільність. ЗВО стимулює участь здобувачів у студентському самоврядуванні, волонтерських проектах та програмах академічної мобільності, що є потужним інструментом розвитку соціальної відповідальності та лідерства. Позитивною практикою є відображення на сайті ЗВО усіх заходів, які пов'язані з розвитком soft skills, підтримка благодійної (<https://is.gd/iHi3ds>) та волонтерської (<https://is.gd/U6WE24>) діяльності. Окремим напрямом формування soft skills є участі у наукових вітчизняних та міжнародних конкурсах (<https://is.gd/r6KXnG>). Під час зустрічі із здобувачами, ЕГ з'ясувала, що студенти обізнані у навичках soft skills. Слід також відмітити, що спостереження за здобувачами під час зум-зустрічі підтвердило прояви ними відповідних навичок. В ході експертизи матеріально-технічної бази, ЕГ відмітила особливу увагу, яку ЗВО та здобувачі приділяють патріотичному вихованню (наявність дошки пам'яті загиблих), наявність Волонтерського центру. ЕГ констатує, що в ЗВО створені сприятливі умови для становлення активної громадянської позиції здобувачів та усвідомлення ними важливості національних цінностей у професійній діяльності

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

Загальний обсяг програми у 240 кредитів (7200 год.), що відповідає принципам ЄКТС, де 1 кредит дорівнює 30 годинам роботи студента. Це також відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого рівня, затверджено наказом МОН України за №1343 від 5.12.2018 р. При визначенні трудомісткості компонентів враховуються всі види діяльності: аудиторна робота, самостійна робота, підготовка до атестації та практика. Такий підхід гарантує, що заявлені кредити не є формальними, а реально відображають затрачений час. Розподіл кредитів між дисциплінами в цілому корелює зі складністю та значущістю результатів навчання. ЕГ з'ясувала факт, що ОК16 та ОК17 в ОП Менеджмент (ОК16 – 7 кр.; ОК17 – 5 кр.) та ОП Маркетинг (ОК16 – 6 кр.; ОК17 – 4 кр.) співпадає за назвою, за змістом робочих програм, за кількістю годин, проте відрізняється за обсягом кредитів, що призводить до штучного збільшення навантаження НПП при повній відповідності обох ОК напряму 07 Управління і адміністрування. Практична підготовка виділена в окремі блоки (дві навчальні, виробнича, переддипломна практики), що дозволяє акумулювати необхідну кількість годин для відпрацювання навичок у реальному бізнес-середовищі. Обсяг ОП та окремих ОК визначається відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (<https://is.gd/Kix5Qo>). Аудиторне навантаження за ОП становить: I, IV семестри – 27 годин на тиждень, II, – 28, III – 29, V – 30, VI – 25, VII, VIII – 26, що підтверджує рівномірність навантаження здобувачів протягом усього терміну навчання. Збалансованою є і кількість заліків та екзаменів по семестрах: 3 екзамени і 5 заліків у I семестрі; 3 екзамени і 6 заліків – у II, 3 екзамени і 6 заліків у – III, 4 екзамени і 5 заліків у – IV, 4 екзамени і 4 заліки – у V, 2 екзамени і 5 заліків у – VI, 3 екзамени і 4 заліки у – VII, 4 екзамени і 2 заліки у – VIII. Реалістичність навантаження підтверджується процедурами внутрішнього забезпечення якості через опитування здобувачів. Якщо виявляється перевантаження або дефіцит годин для певного ПРН, робоча група вносить зміни до ОПП, як це було зроблено у 2024 та 2025 роках. Кожен ПРН забезпечується декількома ОК. Матриця відповідності підтверджує, що сумарний кредитний обсяг дисциплін, спрямованих на конкретний результат (наприклад, застосування інноваційних підходів чи оцінка ризиків), є вагомим і дозволяє досягти встановленого рівня кваліфікації. Під час спілкування ЕГ зі здобувачами було встановлено, що студенти вважають фактичне навантаження прийнятним та обґрунтованим. ЕГ вважає, що фактичне навантаження здобувачів сприяє досягненню програмних результатів навчання.

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)

Експертна група зазначає, що ОП Маркетинг має чітко виражену практичну спрямованість. Безпосередньо на практичну підготовку за ОП припадає 15 кредитів ЄКТС, яка реалізується на діючих підприємствах в рамках заключених угод. За всіма обов'язковими ОК професійної підготовки передбачені практичні та лабораторні заняття, які проходять у вигляді розв'язування кейсів і ситуаційних вправ, нетворкінгів та бізнес-ігор, що враховують сучасні маркетингові та бізнес-практики. Зокрема, це підтверджено за ОК26, ОК30, ОК31, ОК34. Здобувачі долучаються до Міжнародної AICPA&CIMA Бізнес-гри (<https://is.gd/I6pkay>), де вони вирішують практичні кейси на прикладі реальної компанії «Pixx-wizz», готують стартапи у Інноваційному хабі, де у складі журі долучені практики з відомих IT компаній. Зміст ОК відповідає сучасним тенденціям розвитку маркетингової діяльності. Запровадження дуальної форми освіти в межах програми не передбачено. За ОП не здійснюється підготовка здобувачів за дуальною формою освіти. Окрім цього практикоорієнтованість навчання забезпечується шляхом залучення зовнішніх стейкхолдерів до проведення гостьових лекцій та занять у різних форматах. Під час зустрічей із здобувачами та НПП визначено, що прописані в ОП такі методи навчання як проблемні (ситуаційні вправи, кейси тощо), інтерактивні (робота в групах, дискусія, тренінгове навчання тощо), проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні, навчання на основі досліджень, їм відомі та дійсно використовуються під час освітнього процесу

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

ОП Маркетинг системно забезпечує підготовку фахівців, здатних реалізувати завдання сталого розвитку відповідно до міжнародних та національних стратегій. Мета програми інтегрована з місією університету щодо трансформації світу на краще та безпосередньо спрямована на гармонізацію комерційних цілей бізнесу із засадами соціальної відповідальності та екологічної безпеки. Програма підсилюється практичною взаємодією з екологічними та соціальними ініціативами, такими як проєкти Екологічного волонтерства, які реалізуються на інституційному рівні (<https://ztu.edu.ua/page/412.html>). Викладання дисциплін базується на сучасних методах раціонального використання ресурсів та інноваційних підходах до маркетинг-менеджменту, що корелює з цілями щодо гідної праці, економічного зростання та сталого виробництва. Забезпечення компетентностей сталого розвитку також підтверджується участю викладачів та здобувачів ВО у міжнародних проєктах стажування (Еразмус+). Досягнення цілей сталого розвитку в межах ОП інтегровано у зміст низки обов'язкових ОК, що забезпечують формування відповідних компетентностей, а саме: ОК19 (Тема 10. Розвиток маркетингу у соціальному вимірі) та ОК31 (Змістовий модуль 1. Особливості маркетингу виробничої сфери), де вивчаються принципи гармонізації комерційної діяльності з соціальною відповідальністю та екологічними стандартами. Питання етичної поведінки, соціальної відповідальності та сталого управління розкриваються у таких компонентах: ОК26 (Тема 8. Цифровий етикет під час маркетингових комунікацій) та ОК27 (Тема 12. Еволюція комунікаційних практик у контексті цифрових трансформацій), де приділяється увага етичним нормам реклами та відповідальному використанню цифрових інструментів. ОК32, ОК15, ОК14, що закладають фундамент для розуміння етичних цінностей, що є критично важливими для досягнення цілей сталого розвитку. Спеціалізовані результати навчання, спрямовані на антикорупційну діяльність та доброчесність, інтегровані через запровадження ПРН19 та ЗК15, що охоплюють комплекс освітніх компонентів програми через реалізацію ОК3. Започаткована на факультеті бізнесу та сфери обслуговування щорічна Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу», де обговорюються різні проблеми досягнення ЦСР в Україні (<https://is.gd/bRKRgC>). Кафедра МБМТ є учасником проєкту DigEco (Erasmus+) напряму КА2 «Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану» (<https://is.gd/HmmPeg>). В Університеті започатковано практику формування Звіту сталого розвитку, який публікується на офіційному сайті ЗВО (<https://is.gd/Sl9DdW>)

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП повністю узгоджена із якісними характеристиками за підкритеріями 2.1, 2.4, 2.5, 2.6, 2.8, 2.9. В той же час Освітня програма має недоліки щодо: по-перше, відсутності в структурно-логічній схемі курсової роботи, яка є складовою ОК24, але має окрему оцінку та позицію в ІНП (підкритерій 2.2); по-друге, щодо високого рівня допустимого збігу з однією роботою для кваліфікаційних робіт бакалаврів (40%), передбаченого Положенням про академічну доброчесність (підкритерій 2.3); по-третє, ОК16 та ОК17 в ОП Менеджмент та ОП Маркетинг співпадає за назвою, за змістом робочих програм, за кількістю аудиторних годин, проте відрізняється за обсягом кредитів (підкритерій 2.7). При наявних позитивних аспектах ОП, таких як її практична спрямованість, орієнтація на формування у здобувачів навичок soft skills, виявлені недоліки не знижують якість освітньої програми, та можуть бути усунені протягом одного року. Загальну відповідність ОП за критерієм 2 можна визначити на рівні В. Позитивні практики: 1) Відображення на сайті ЗВО усіх заходів, які пов'язані з розвитком soft skills 2) В Університеті започатковано практику формування Звіту сталого розвитку, який публікується на офіційному сайті ЗВО. Університет входить до світового рейтингу QS World University Rankings: Sustainability 2025

Недоліки

1) Курсова робота за ОК24 передбачає окрему оцінку за дисципліною та виконання курсової роботи; тобто курсова робота (диф. залік) має окрему відомість, заноситься в індивідуальний план та додаток до диплома; курсова робота фактично є окремим ОК. Проте в ОП курсова робота є складовою ОК21, та в структурно-логічній схемі вона відсутня. 2) Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (п.4.1.7) для кваліфікаційних робіт бакалаврів допускається максимальний збіг з однією роботою не більше ніж 40%. 3) ОК16 та ОК17 в ОП Менеджмент та ОП Маркетинг співпадає за назвою, за змістом робочих програм, за кількістю аудиторних годин, проте відрізняється за обсягом кредитів – ОП Менеджмент (ОК16 – 7 кр.; ОК17 – 5 кр.) та ОП Маркетинг (ОК16 – 6 кр.; ОК17 – 4 кр.), проте відрізняється за обсягом кредитів, що призводить до штучного збільшення навантаження НПП при повній відповідності обох ОК напряму 07 Управління і адміністрування.

Рекомендації

1) Робочій групі та гаранту передбачити виокремлення Курсової роботи за ОК24 в окремий ОК із визначенням відповідних кредитів на її опанування; зміну внести в ОП 2026 року набору. 2) Адміністрації ЗВО передбачити перегляд норм Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин для кваліфікаційних робіт бакалаврів щодо допуску максимального збігу з однією роботою з метою підвищення унікальності наукових робіт в межах автономії ЗВО. 3) Робочій групі та гаранту передбачити, або вирівнювання кредитів ОК16 та ОК17 за ОП Менеджмент та ОП Маркетинг, або змінити тематичний план даних ОК для конкретної ОП для уникнення штучного збільшення навантаження НПП при повній відповідності обох ОК напряму 07 Управління і адміністрування. Зміну внести в ОП 2026 року набору.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

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 ОП є чіткими, зрозумілими та доступними для всіх зацікавлених осіб (<https://is.gd/nvwNDL>). Інформація про траєкторію вступу на основі повної загальної середньої освіти та на основі диплома молодшого спеціаліста, молодшого бакалавра, фахового молодшого бакалавра включає умови вступу, строки подання заяв та необхідні документи, а також перелік вагових коефіцієнтів оцінок конкурсних предметів НМТ. Офіційна сторінка Приймальної комісії (<https://vstup.ztu.edu.ua/>) зручно оформлена, містить перелік документів, що супроводжують вступ, має зрозумілий інтерфейс, шляхом клікання відбувається перехід на сторінку, де розміщена інформація про спеціальність D5 Маркетинг наведена на сторінці (<https://is.gd/oBo8oj>). Позитивною практикою є можливість відвідання 3D туру (<https://tour.ztu.edu.ua/>). У правилах прийому до ЗВО в 2025 р. міститься інформація щодо конкурсного відбору для вступу на ОПП (<https://is.gd/nvwNDL>). Конкурсний відбір проводиться на основі конкурсного бала та розгляду мотиваційних листів. Затверджене переведення тестових балів НМТ, ЄВІ, ЄФВВ, ЄВВ, результатів матурального іспиту до шкали 100–200. Для конкурсного відбору на навчання за даною ОПП на основі ПЗСО та НРК5 зараховуються бал (бали): НМТ 2025 або 2024 року з чотирьох конкурсних предметів (перший, другий, третій, четвертий предмети); або НМТ 2023 або 2022 року з трьох конкурсних предметів (перший, другий, третій предмети); або матурального іспиту з двох основних предметів (польська мова, математика) та двох додаткових предметів (історія, або іноземна мова, або біологія, або фізика та астрономія, або хімія на вибір вступника) для громадян Республіки Польща; або вступного іспиту для іноземців з предметів, визначених Правилами прийому. У передбачених Порядком та Правилами прийому випадках результати співбесіди з предметів НМТ 2025 року зараховуються замість балів НМТ. Для конкурсного відбору на навчання для здобуття ступеня бакалавра – за результатами НМТ, Egzamin maturalny (далі – матуральний іспит) для громадян Республіки Польща, співбесіди, вступного іспиту для іноземців, розгляду мотиваційних листів. Позитивним досвідом є розміщення архіву усіх версій правил прийому, в тому числі актуальної, на вебсайті приймальної комісії (<https://vstup.ztu.edu.ua/>). Відгуки студентів під час зустрічі з ЕГ підтверджують, що правила прийому на навчання за ОПП є прозорими і не містять дискримінаційних умов. Таким чином, процес вступу організований належним чином, забезпечуючи рівні можливості для всіх потенційних здобувачів. Доступність веб-контенту на офіційному сайті ЗВО (<https://vstup.ztu.edu.ua/>) для осіб із вадами зору є недостатньою, оскільки відсутні необхідні інструменти та технологічні рішення, що забезпечують повноцінний доступ до інформації.

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

За Правилами прийому до ЗВО для здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» (<https://is.gd/nvwNDL>) прийом на навчання здійснюється за результатами конкурсного відбору. Для вступу на навчання для здобуття ступеня «бакалавр» на основі ПЗСО проводиться конкурсний відбір у формі ЗНО. Обов'язковими конкурсними предметами для вступу на навчання за першим освітнім ступенем «бакалавр» зі спеціальності D5 Маркетинг є «Українська мова», «Математика», «Історія України» та один з предметів на вибір («Іноземна мова», «Біологія», «Фізика», «Хімія», «Українська література», «Географія»). Максимальне значення предметного коефіцієнта з вибіркового предмета НМТ 2025 року для спеціальності D5 «Маркетинг» мала «Географія» (0,35), що наведено у Додатку 4 до Правил прийому (<https://bit.ly/3Lum05s>). Подача мотиваційного листа дозволяла оцінити комунікаційні навички абітурієнта, його розуміння професії та мотивацію до навчання. Критерії оцінювання мотиваційного листа погоджено Вченою радою ЗВО (від 24.03.2025, протокол № 6) та оприлюднено на сайті Приймальної комісії (<https://bit.ly/4pCzTxL>). Розгляд мотиваційних листів здійснювався комісією з розгляду мотиваційних листів ЗВО без присвоєння їм конкурсних балів. Результати розгляду мотиваційних листів використовувалися для формування рейтингового списку вступників. При однакових конкурсних балах для впорядкування вступників використовувалася пріоритетність заяв від першої до останньої (на місця державного замовлення), при однакових пріоритетностях – результати розгляду мотиваційних листів. Правила прийому у 2025 р. затверджені Наказом при погодженні Вченою радою Університету від «29» серпня 2025 року, протокол № 15. Під час зустрічі №9 із відповідальним секретарем приймальної комісії, ЕГ впевнилася, що Правила прийому на навчання за ОПП враховують її особливості

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

У ЗВО п.1.8 Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти (<https://surl.li/gukjod>) регламентує порядок визнання результатів навчання здобувачів за програмами академічної мобільності Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу (<https://is.gd/cPJnKK>). За п.7 Положення (<https://is.gd/cPJnKK>) здійснюється визнання результатів навчання за програмами академічної мобільності здобувача на основі порівняння освітніх програм ЗВО та організацій-партнерів із урахуванням результатів навчання й обсягу кредитів ЄКТС, за потреби з конвертацією оцінок. Рішення щодо визнання приймаються деканом факультету або директором навчально-наукового інституту за участю координатора з міжнародної діяльності, гаранта ОП та завідувача кафедри і визначаються до початку навчання за програмою мобільності. Результати визнаються в рамках ОК відповідної ОП та підтверджуються офіційними документами організації-партнера. У разі часткового невиконання програми формується індивідуальний графік ліквідації заборгованості, а за відсутності документального підтвердження виконання програми здобувач підлягає відрахуванню. Університет зобов'язаний повністю зарахувати погоджену та документально підтверджену кількість кредитів ЄКТС для виконання кваліфікаційних вимог. За Запитом ЕГ №3, ЕГ впевнилася, що за ОПП дійсно відбувається перезарахування результатів навчання, отриманих під час академічної мобільності. На сайті відділу Міжнародних зв'язків (<https://ztu.edu.ua/chapter/134.html>) наведений перелік міжнародних організацій та університетів-партнерів (<https://ztu.edu.ua/page/397.html>). Здобувачі ОП брали участь у програмах міжнародної академічної мобільності Еразмус+ протягом одного семестру (Академія прикладних наук ім. С. Баторія, м.Скерневіце, Польща; Загребська бізнес-школа, Хорватія; Кіпрський інститут маркетингу, Кіпр). Результати було визнано відповідно до Положення (<https://is.gd/cPJnKK>) зі створенням експертної комісії на чолі із деканом факультету. За ОП випадків визнання результатів, отриманих в інших ЗВО України, не було. ЕГ рекомендує гаранту, завідувачу кафедри та кураторам продовжувати роз'яснювальну роботу щодо активізації внутрішньої академічної мобільності здобувачів

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

Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/4su9JjF>) регулює питання визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та/або інформальній освіті (<https://ztu.edu.ua/page/543.html>). Положенням (<https://bit.ly/4su9JjF>) (п.16.7) передбачається, що визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті, у межах окремих тем ОК може здійснюватися викладачем за зверненням здобувача. Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається НПП за результатами співбесіди зі здобувачем. За запитом ЕГ №8 надано приклад перезарахування теми «Професійна компетентність менеджера у викликах сучасності» в межах ОК7 на основі сертифікатів курсів «Менеджмент» (Prometheus), отриманих здобувачами. Під час зустрічей із НПП та здобувачами, члени ЕГ отримали підтвердження, що студентів інформують на початку вивчення ОК (перше заняття) про можливість визнання результатів, а підтверджуючими документами можуть бути сертифікати, свідоцтва. За Положенням (<https://bit.ly/4su9JjF>) (п.16.8, 16.9) для визнання результатів навчання в рамках цілих ОК здобувач подає відповідні документи до навчально-методичного відділу. Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину ОК приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем. Загальний обсяг кредитів, зарахованих на основі визнання результатів навчання у неформальній та/або

інформальній освіті, для бакалаврів не може перевищувати 30 кредитів за весь період навчання. У структурі кожної РП передбачено розділ «Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті». ЗВО надає безкоштовний доступ до провідних освітніх платформ, що дозволяє здобувачам проходити онлайн-курси та отримувати сертифікати (<https://surl.li/bzyuig>, <https://bit.ly/49NGfWq>). Протягом останніх кількох років університет надає можливість безкоштовного доступу до освітньої платформи Udemu. У 2022-2023 та 2023-2024 н.р. надавався безкоштовний доступ до платформи Coursera. Позитивним досвідом є систематизація у відкритому доступі освітніх платформ для проходження онлайн-курсів (<https://ztu.edu.ua/page/543.html>). НПП ОПП визнають результати неформальної освіти через перезарахування окремих тем ОК за умови отримання сертифікатів. У межах ОК9 рекомендовано проходити курси Prometheus та Дія.Освіта, інформація про що наведена в РП. У ВСО вказано, що за посиланням (<https://surl.lu/qkusec>) наведені сертифікати за ВК Цифрові комунікації в глобальному просторі, ВК Кризові комунікації, ОК7, ОК13. На запит ЕГ №8 було отримане посилання на гугл-диск (<https://surl.lu/qkusec>), де розміщено сертифікати. Під час зустрічей з ЕГ, здобувачі підтвердили долученість до неформального та/або інформального навчання

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП загалом відповідає вимогам підкритеріїв 3.1, 3.2, 3.3 та 3.4. Правила прийому на навчання є чіткими, зрозумілими та без дискримінаційних аспектів. Інформація, необхідна для вступників, представлена у доступній формі на офіційному веб-сайті ЗВО. Правила прийому враховують специфіку ОПП Маркетинг, що підтверджує їхню релевантність. З урахуванням зазначених наявних практик, ОПП відповідає вимогам критерію 3, що свідчить про її достатню якість та відповідність потребам здобувачів. Позитивні практики за критерієм 1) Позитивним досвідом є розміщення архіву усіх версій правил прийому, в тому числі актуальної, на вебсайті приймальної комісії (<https://vstup.ztu.edu.ua/>) 2) Можливість абітурієнта відвідати 3D тур Приймальної комісії (<https://tour.ztu.edu.ua/>). 3) Активне використання практичного досвіду перезарахування результатів навчання отриманих в неформальній / інформальній освіті; систематизація у відкритому доступі освітніх платформ для проходження онлайн-курсів (<https://ztu.edu.ua/page/543.html>)

Недоліки

1) Недостатня активність здобувачів щодо участі у внутрішній академічній мобільності

Рекомендації

1) Гаранту, завідувачу кафедри та кураторам продовжувати роз'яснювальну роботу щодо активізації внутрішньої академічної мобільності здобувачів для обміну досвідом та розширення академічних зв'язків з українськими ЗВО

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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 за ОП Маркетинг побудований відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту», стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг (Наказ МОН України №1343 від 05.12.2018 р.), а також принципів академічної свободи, людиноцентрованого підходу та автономії ЗВО та регламентується Статутом Університету (<https://is.gd/Ih228f>), Положенням про організацію освітнього процесу (<https://is.gd/HvVi6H>), Положення про порядок та умови обрання здобувачами вищої освіти вибіркового дисциплін (<https://is.gd/c8Nqz6>), Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти (<https://is.gd/9Rxt9z>), Положення про порядок навчання студентів за індивідуальним графіком <https://is.gd/qXZSNU>, Положення про порядок атестації для визнання здобутих кваліфікацій, результатів навчання та періодів навчання (<https://is.gd/xVSm5Y>), Положення про організацію наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності (<https://is.gd/mPHgrA>), Положення про організацію наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності (<https://is.gd/mPHgrA>). На ОП Маркетинг бакалаврського рівня у застосовуються поєднання традиційних лекційних, практико-орієнтованих, проблемно-кейсних, проектних та

цифрових технологій навчання, що забезпечують формування професійних, аналітичних і комунікативних компетентностей майбутніх маркетологів. Здобувачі освіти взяли участь у щорічній Міжнародній АІСРА&СІМА Бізнес-грі на прикладі компанії «Pixx-wizz» (<https://is.gd/I6pkay>). Засоби навчання включають літературні та інтернет-джерела, технічні засоби, інформаційно-аналітичні програми і програмні продукти, що передбачають дотримання принципу студентоцентру, підходу та академічних свобод. Аналіз матриці відповідності (р. 3 та 4 ОПП) а також РПНД демонструє оптимальний вибір форм та методів навчання і викладання, що сприяють досягненню заявлених у ОП цілей та ПРН. Під час інтерв'ю здобувачі підтвердили студентоцентр, процесу навчання та викладання та дотримання принципів акад. свободи. Підхід реалізує через індивідуалізацію (вибір місць практик, тем наукових робіт, вибіркового ОК) та залучення студентів до оновлення ОПП (здобувачка В. Петренко у складі робочої групи). Здобувачі мають доступ до курсів на платформі Udemu та Prometheus з можливістю перезарахування результатів. Здобувачам ОП було перезараховано тему «Професійна компетентність менеджера у викликах сучасності» в межах ОК7 (сертифікат курсу «Менеджмент» Prometheus (відповідь на Запит ЕГ п.8)); за ОК30 за участь у Міжнар. бізнес-грі АІСРА&СІМА перезарах. тему «Управління маркетинговими витратами». Опитування демонструють високий рівень задоволеності (90,6% у 2024/2025 н.р.) використанням інтерактивних методів (<https://is.gd/Wbspsb>). Здобувачі самостійно обирають об'єкт дослідження, науковий напрям та форми і методи комунік. з викладачами (групові у спільних чатах чи індивіду консультації, через персональні кабінети на Освітньому порталі, корпоративною поштою)

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)

Учасники освітнього процесу за ОП Маркетинг отримують інформацію щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК отримують інформацію від викладачів під час першої пари за кожною ОК; основна інформація щодо особливостей освітнього процесу на ОП доводиться до відома на «Нульовому тижні» під час зустрічей з гарантом та завідувачем кафедри, а також на першому занятті з кожної дисципліни; робочі програми та критерії оцінювання розміщені на Освітньому порталі (<https://learn.ztu.edu.ua/>) та в персональних кабінетах здобувачів; здобувачі забезпечені корпоративною поштою та мають доступ до системи «Цифровий університет» для відстеження оцінок. Документація поновлюється щорічно до початку навчального року. Розклад занять, контрольних заходів та консультацій публікується у відкритому доступі (<https://is.gd/gUP9X7>), але станом на період дії воєнного стану він закритий для сторонніх осіб з безпекових причин. Робочі програми навчальних дисциплін містять інформацію щодо мети та цілей дисципліни, результати навчання, які здобувачі отримують за результатом вивчення дисципліни а також систему отримання балів за кожною складовою курсу. Під час зустрічі №5 із здобувачами було підтверджено, що вони достатньо проінформовані про цілі, зміст та програмні результати навчання а також критерії оцінювання за кожною освітньою компонентою та знають до кого можна звернутися в разі уточнення (куратор, провідний викладач за ОК). Університет повністю забезпечує доступність, прозорість і своєчасне інформування учасників освітнього процесу про всі аспекти навчання. Вся необхідна інформація представлена у відкритих джерелах, електронних системах та дублюється через офіційні канали комунікації

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

Заклад вищої освіти забезпечує інтеграцію навчання і досліджень в межах реалізації ОП Маркетинг на бакалаврському рівні через включення дослідницької складової в освітній процес: курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження», участі у наукових конференціях «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу» (<https://is.gd/w10UJ>), на конкурсах рекламних проєктів (<https://is.gd/JrZpjJ>), міжнародному конкурсі наукових робіт «Реклама-фест» (<https://is.gd/2p41cl>), є переможцями І етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з природничих, технічних і гуманітарних наук 2021/2022 н.р. (<https://ztu.edu.ua/page/533.html>). Відповідно до напрямку ОП на кафедрі менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій функціонує гурток «Маркетинг-менеджмент у підприємницькій діяльності», за результатами якого здобувачами опубліковано тези доповідей (<https://is.gd/PXvSep>), здобувачі беруть участь у виконанні держбюджетних та госпдоговірних тем (А. Антоневська та А. Курельчук залучені до НДР з управління комунікаціями та ефективністю бізнесу). Здобувачі освіти за ОП активно долучаються до роботи Інноваційного хабу ДУ «ЖП» (<https://inhub.ztu.edu.ua/ua/>), зокрема: участь у стартап-школі, де вивчали підприємництво, дизайн-мислення, планування бізнес-процесів, залучення клієнтів, фінансове моделювання, маркетинг, інвестиції, комерціалізацію та захист інтелектуальної власності – здобувачі Чернишов Д. та Пархомчук І. у складі команди NeuroLab (<https://is.gd/OHGY1u>); участь у AI-хакатоні здобувач Чернишов Д. у складі команди працював над створенням власних рішень-симуляторів у галузі управління персональними фінансами і поведінкової економіки (<https://is.gd/FNGFtt>)

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

За результатами аналізу відомостей про СО та зустрічі з академічним персоналом, ЕГ відзначає, що оновлення змісту ОК відбувається щорічно на основі наукових здобутків викладачів та вимог ринку, а саме: гарант ОП Маркетинг ініціювала реструктуризацію ОК19, який для нового набору здобувачів реалізується під назвою «Вступ до спеціальності маркетинг». Зміни передбачають посилення світоглядного та етичного блоку, зокрема включення тем, пов'язаних із використанням штучного інтелекту в маркетинговій діяльності, роллю AI як асистента маркетолога та питаннями академічної доброчесності й відповідального використання цифрових інструментів. Дані зміни безпосередньо ґрунтуються на наукових публікаціях гаранта та її дослідницьких інтересах у сфері AI; Поліщук І.Р. внесла суттєві методичні та змістові оновлення до ОК30, а також адаптувала завдання в межах ОК5. Зокрема, в освітній процес було інтегровано міжнародну бізнес-гру «Pixx-wizz», розроблену міжнародною організацією, яка спрямована на формування практичних навичок ESG/ENG-аналізу, командної роботи, цифрової взаємодії та професійного використання англійської мови. Участь студентів у бізнес-грі завершувалася сертифікацією, а отримані результати стали підставою для коригування практичних занять і завдань дисципліни (<https://is.gd/I6pkay>). Окремо було посилено дослідницьку складову ОК5 шляхом включення індивідуальних завдань з нейромаркетингу, що відображає міждисциплінарний характер сучасного маркетингу; Ткачук Г.Ю. впровадила аналогічні інноваційні методи навчання у ОК28, 31. Залучення студентів різних освітніх програм (маркетинг і менеджмент) та курсів до спільних бізнес-симуляцій сприяло формуванню міждисциплінарних і комунікативних компетентностей; Легенчук С.Ф. започатковано новий освітній компонент ОК34, у якому передбачено активне застосування кейс-методу, комп'ютерного моделювання, аналізу маркетингових метрик, Balanced Scorecard та інструментів цифрової аналітики. Зміст курсу безпосередньо спирається на авторські наукові публікації викладача з проблем комп'ютеризації маркетингової діяльності та нейромаркетингу; Слюсар В.М. ОК15, адаптував її зміст до потреб маркетологів шляхом включення тем філософії реклами, етики маркетингових комунікацій, брендингу та архетипів у рекламі, що базується на його наукових публікаціях. Це забезпечує інтеграцію гуманітарного знання з професійною підготовкою маркетологів; Бірюченко С.Ю. інтегрувала результати госпдогвірних науково-дослідних робіт у зміст ОК17, використовуючи реальні кейси підприємств-стейкхолдерів, до виконання яких залучаються студенти, що підсилює практикоорієнтованість навчання; Мельничук Д.П. у межах ОК14 оновив зміст дисципліни, інтегрувавши результати власних досліджень з проблематики якості життя та соціальних трансформацій, що формує у здобувачів системне бачення соціального контексту маркетингової діяльності

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

Ключовим елементом інтернаціоналізації є залучення студентів до міжнародних освітніх ініціатив: участь здобувачів у міжнародній діловій грі; кейси та завдання в межах міжнародних ігор надаються англійською мовою, що вимагає від студентів застосування професійної іноземної лексики та перекладу технічної документації; викладання професійних дисциплін базується на використанні програмних продуктів світового рівня. Університет підтримує активну співпрацю із закордонними ЗВО в межах програм Erasmus+, що включає як студентську, так і викладацьку мобільність. Зокрема, серед здобувачів за ОП до міжнародних академічних обмінів долучилися Чернецька Анна (Кіпрський інститут маркетингу); Степанчук Анастасія (Академії прикладних наук ім. Стефана Баторія, Польща); Петренко Вікторія (Бізнес-школа м. Загреб). У листопаді 2023 року виступили на II Студентській міжнародній науково-практичній онлайн-конференції: Вікторія Петренко, Віта Поливяна, Анна Чернецька, Тетяна Рибачук (<https://is.gd/6plSyL>). НПП за ОП беруть активну участь у програмах міжнародної академічної мобільності Erasmus+ та міжнародних стажуваннях: Бужимська К.О. Академія прикладних наук ім. Стефана Баторія (м. Скерневіце, Польща); Остапчук Т.П., Легенчук С.Ф., Пашенко О.П., Завалій Т.О., Ткачук В.О. Кіпрський інститут маркетингу (м. Нікосія, м. Лімасол, Греція); Жалінська І.В., Завалій Т.О. Çankırı Karatekin University (м. Чанкири, Туреччина); Ткачук Г.Ю., Завалій Т.О. Бізнес-школа м. Загреб (м. Загреб, Хорватія); Остапчук Т.П. Загребський університет (м. Загреб, Хорватія); Завалій Т.О. Середземноморський університет (Akdeniz University) в Туреччині. Здобувачі освіти мають можливість долучатися до міжнародних наукових спільнот разом із учасниками з Литви (Клайпедський університет), Болгарії (Університет Св. Кирила і Св. Мефодія) та Молдови. Викладачі кафедри публікують спільні наукові праці з колегами з Кіпрського інституту маркетингу та Університету Загреб. До проведення занять та воркшопів залучаються іноземні викладачі та практики

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП відповідає вимогам підкритеріїв 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5 та забезпечує гармонізацію теоретичної підготовки з практичними навичками через залучення стейкхолдерів, використання сучасних цифрових ресурсів, практичну підготовку та врахування сучасних тенденцій та вимог в галузі маркетингової діяльності. Загальну відповідність ОП можна визначити на рівні В. Позитивні практики за критерієм 1) Використання у навчанні професійних інструментів світового рівня, таких як Odoo ERP (модулі CRM, Маркетинг) та хмарних сервісів, що готує студентів до роботи в реальному глобальному бізнесі. 2) Гейміфікація освітнього процесу та використання сучасних методів навчання. 3) Високий рівень інтернаціоналізації НПП та здобувачів через участь у міжнародних проектах, програмах міжнародної академічної мобільності. 4) Розвиток наукового потенціалу здобувачів освіти та НПП відповідно до сучасних тенденцій маркетингу та адаптація його у освітній процес

Недоліки

Суттєвих недоліків не виявлено

Рекомендації

ЗВО рекомендується продовжувати долучати здобувачів освіти за ОП до програм міжнародної академічної мобільності, участі у міжнародних проєктах та розвитку співпраці з Кіпрським інститутом маркетингу в спільних освітніх і наукових заходах; поглиблювати застосування методів бізнес-ігор та кейс-стаді під час викладання ОК маркетингового спрямування.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

Система оцінювання результатів навчання за ОП Маркетинг характеризується прозорістю, публічністю та чіткою регламентацією. Основним нормативним документом, що регулює цей процес, є Положення про оцінювання результатів навчання, яке знаходиться у відкритому доступі на офіційному сайті. (<https://surl.li/uogxxt>) Згідно положення, оцінювання базується на 100-балній шкалі, яка інтегрована з національною шкалою та шкалою ECTS (від «А» до «F»). Використовуються вхідний, поточний, модульний (змістові модулі) та підсумковий контроль (іспити/заліки). Оприлюднення інформації про контроль та оцінювання даної ОП здійснюється через кілька відкритих каналів: електронний портал Moodle, офіційний сайт та репозиторій документів. На сайті університету та у розділі Документи ЗВО публікуються нормативні акти: ОП (<https://surl.li/wblnts>), Положення про організацію освітнього процесу, Положення про оцінювання (<https://surl.li/xdfigo>). Відповідно до результатів зустрічей з учасниками фокус-груп, викладачі дотримуються принципу попереднього інформування: на перших заняттях студенти отримують вичерпні роз'яснення щодо форм контролю, дедлайнів та критеріїв успішного завершення курсу. Це підтверджує високий рівень комунікації та дотримання принципів академічної свободи й прозорості в межах реалізації програми

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

Процедури атестації здобувачів за ОП Маркетинг повністю відповідають вимогам Стандарту вищої освіти за спеціальністю Маркетинг та нормативним актам Університету. Відповідно до вимог Стандарту та Положення про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/aolnbn>), атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у сфері маркетингу, що демонструє рівень сформованості інтегральної та професійних компетентностей випускника. Всі кваліфікаційні роботи проходять обов'язкову перевірку на наявність текстових запозичень за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення (AntiPlagiarism), що відповідає Положенню про академічну доброчесність (<https://surl.li/ljwta1>) Перевірка КР, звітів практики здійснюється за допомогою засобів, доступних в мережі Інтернет, які рекомендовано на сторінці бібліотеки: Plagtracker, Plagscan, Plagiarism Detecto, Duplichecker, Plagiarisma, Plagium, StrikePlagiarism (<https://surl.li/ndnbib>). Для першокурсників проводяться лекції про правила цитування та академічне письмо. Перевірка рукописів статей, тез доповідей, дисертацій, авторефератів дисертацій, заключних звітів за результатами виконання НДР, а також науково-методичних робіт здійснюється через StrikePlagiarism.com. На Запит ЕГ №4 було отримано Договір №2 про надання послуг від 22.01.2025. Вимоги до атестації, структура кваліфікаційної роботи та критерії її оцінювання чітко прописані в Методичних рекомендаціях для підготовки, виконання та захисту бакалаврських кваліфікаційних робіт в Електронному навчальному порталі та знаходяться у відкритому доступі (<https://surl.li/qefdcx>). Під час зустрічі № 5 з фокус-групою з числа здобувачів ОП Маркетинг ЕГ запевнилася, що здобувачі ознайомлені з порядком написання кваліфікаційної роботи

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

В ЗВО реалізовано чітку та зрозумілу систему проведення контрольних заходів для здобувачів ОП Маркетинг, яка базується на принципах неупередженості та академічної відповідальності. Правила проведення контрольних заходів є стандартизованими та прозорими. Вони базуються на антикорупційній політиці та принципах академічної доброчесності. Усі процедури зафіксовані в Положенні про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/aolnbu>) та Положенні про оцінювання (<https://surl.cc/wrufty>), Порядку оскарження результатів (<https://surl.cc/txkmnt>), які відкриті для студентів. Питання етики та конфліктів регулюються Кодексом академічної доброчесності (<https://surl.li/btqjdn>) та Антикорупційною програмою університету (<https://lnk.ua/pVJ52oAeP>). Послідовність дотримання цих правил підтверджується відсутністю обґрунтованих скарг з боку здобувачів ОП Маркетинг та результатами внутрішніх опитувань щодо якості викладання, де питання «об'єктивності оцінювання» традиційно отримує високі показники задоволеності. Здобувачі мають постійний доступ до актуальної інформації. Для моніторингу та підвищення якості оцінювання проводяться регулярні анкетування здобувачів (<https://surl.li/thkwdc>). Здобувачі можуть ознайомитися із критеріями оцінювання до початку вивчення ОК із робочої програми або на першому занятті від пояснень викладача, що підтверджено на зустрічах із фокус-групами №5 та №2. У спілкуванні із здобувачами з'ясовано, що у цілому їм відома процедура перездачі контрольних заходів та підвищення балів, якщо вони їх не влаштовують. Об'єктивність оцінювання за підсумковим контролем передбачена внесенням оцінки до електронного особистого кабінету і його підтвердженням у кабінеті особисто. Це було підтверджено та продемонстровано під час зустрічі №5 зі здобувачами ОП Маркетинг

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

Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності в нормуються документами: Кодекс академічної доброчесності (<https://surl.lu/opuhuq>); Кодекс корпоративної культури (<https://surl.li/kmnjyl>); Положення про Комісії з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами (<https://surl.li/veblto>); Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (<https://surl.li/lcvftt>); Положення про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/qslenr>). ЗВО забезпечує вільний доступ до внутрішніх нормативних документів, що стосуються академічної доброчесності, через офіційний вебсайт (<https://surl.li/msssqd>, розділ Академічна доброчесність). Здобувачі та працівники беруть на себе зобов'язання дотримуватись академічної доброчесності та підписують Декларацію про академічну доброчесність (<https://surl.lu/opuhuq>). Також здобувачі вивчають дисципліну ОК4 Антикорупція та доброчесність та долучаються до ініціатив, покликаних популяризувати принципи доброчесності. При зустрічі з фокус-групами учасники вказали, що подібних ситуацій не було. На фоні активної популяризації академічної доброчесності на інституційному рівні відбувається активне долучення здобувачів ОП Маркетинг заходів з популяризації академічної доброчесності (20.09.2024 р. <https://surl.li/zyajlm>, 26.11.2024 р. <https://surl.li/ozbkup>, 10.10.2024 р. <https://surl.li/nonqxd>, 13.11.2025 р. <https://surl.li/qivtrg>, 17.09.2024 р. <https://surl.li/flbxtx>). Під час «нульового тижня» у Житомирській політехніці питанню академічної доброчесності приділяють особливу увагу. Для першокурсників проводять спеціальні лекції на тему Академічна доброчесність в освітньому процесі, на яких пояснюють, чому важливо самостійно виконувати завдання та як уникати плагіату (<https://surl.li/hzqgxs>)

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів на ОП Маркетинг є чіткими, зрозумілими та дозволяють встановити ступінь досягнення результатів навчання (підкритерій 5.1); форми атестації здобувачів відповідають вимогам стандарту вищої освіти (підкритерій 5.2); наявні чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, доступні для всіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження (підкритерій 5.3); політики і процедури дотримання академічної доброчесності чіткі та зрозумілі, а також наявні відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності (підкритерій 5.4). Процедури оцінювання регламентовані внутрішніми положеннями університету, які відповідають вимогам чинного законодавства. ОП в цілому відповідає за критерієм 5 з невеликими, що є несуттєвими. Позитивні практики у контексті Критерію 5: 1) Підписання Декларації про академічну доброчесність, проведення Місяця академічної доброчесності (лекції, флешмоби), запровадження практики «нульового тижня», де викладачі проводять спеціальні

лекції на тему Академічна доброчесність в освітньому процесі. 2) Використання Moodle для автоматичного оприлюднення критеріїв оцінювання та результатів навчання забезпечує 100% доступність інформації для студентів, що вказує на достатній рівень цифровізації. 3) Системне використання сервісу AntiPlagiarism та наявність детального Положення про перевірку запозичень мінімізує ризики порушення академічної доброчесності. 4) Створення та активна робота спеціалізованих Комісій з академічної доброчесності, до яких залучено студентське самоврядування, що сприяє формуванню культури довіри

Недоліки

1) Положення про Комісії з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами у ДУ «ЖП» згідно даних з офіційного сайту востаннє оновлювалось 26 червня 2020 року. Інформація про персональний склад комісій на поточний навчальний рік зазвичай затверджується наказом ректора та оприлюднюється на початку навчального року.

Рекомендації

1) Менеджменту ЗВО враховуючи автономію ДУ «ЖП» до початку 2026–2027 н.р. оновити Положення про Комісії з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Критерій 6. Людські ресурси:

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

НПП, залучені до реалізації ОПП, з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити ОК, з урахуванням вимог щодо НПП, визначених законодавством. Для розгляду академічної і професійної кваліфікації НПП даної ОПП, було зроблено Запит ЕГ №13, за яким ЕГ засвідчила достатній рівень релевантності наявним формальним вимогам (наявність профільної вищої освіти або наукового ступеня, публікацій відповідно до ОК, підвищення кваліфікації тощо). Викладачі мають відповідність освіти та наукових ступенів профілю програми та забезпечують адекватність публікацій відповідним ОК. Загалом, всі НПП відповідають ліцензійним умовам, затверджених постановою КМУ від 30.12.2015 р. № 1187 (в редакції постанови КМУ від 10.05.2018 р. № 347). Серед 23 НПП на даній ОПП 8 докторів наук, 12 кандидатів наук, 1 доктор філософії (PhD), 1 старший викладач; 1 асистент, що є перевагою даної ОПП. Так, НПП, задіяні до викладання на програмі, мають відповідність освітньої та/або професійної кваліфікації освітньому компоненту на підставі: документів про вищу освіту або присуджений науковий ступінь (ОК1, ОК2, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10, ОК11, ОК12, ОК13, ОК14, ОК15, ОК16, ОК17, ОК18, ОК19, ОК20, ОК21, ОК22, ОК23, ОК24, ОК25, ОК27, ОК28, ОК29, ОК31, ОК32, ОК33, ОК34). Всі викладачі мають англомовні публікації, зокрема і у виданнях що входять до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection. Викладачі на ОПП регулярно підвищують рівень кваліфікації, як за графіком, так і позачергово, за наявності потреби актуалізувати власні знання та навички. Порядок підвищення кваліфікації (стажування) регламентується Положенням про підвищення кваліфікації НП і ПП (<https://surl.li/pidtov>), за яким суб'єктом підвищення кваліфікації може бути ЗВО, наукова установа, інша юридична або фізична особа, що провадить освітню діяльність у сфері підвищення кваліфікації НПП. За даними таблиці 2 НПП, що забезпечують реалізацію ОПП не здійснювали підвищення кваліфікації на підприємствах, які здійснюють маркетингову діяльність. НПП проходять стажування в українських, закордонних ЗВО та в ГО «УАМ» (<https://surl.li/ssqrhb>, <https://surl.li/cgyzdc>, <https://surl.li/jmolpq>). С.Ф. Легенчук має індекс Хірша, який дорівнює 9, Л.В. Сергієнко – 6, Т.П. Остапчук – 5. НПП мають сертифікати В2 (С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, В.Г. Виговський, Т.О. Завалій, С.Ф. Легенчук, Т.П. Остапчук, О.П. Пашенко, Г.Ю. Ткачук). НПП долучені до діяльності ГО «УАМ»; ГО «Об'єднання маркетологів України»; Спільноти підприємств. НПП мають достатню кількість публікацій у фахових виданнях, що забезпечує високий рівень викладання ОК. На зустрічі 5 здобувачі ОП зазначили високий рівень професійної кваліфікації НПП та забезпечення ними необхідних умов для формування здобувачами своєї індивідуальної освітньої траєкторії та досягнення встановлених цілей. Загалом, враховуючи вищезазначене ЕГ було зроблено висновок про те, що наявна професійна та академічна кваліфікація викладачів забезпечує досягнення цілей та ПРН даної ОП

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

У ЗВО здійснюється відбір викладачів відповідно до Положенням про порядок проведення конкурсу на заміщення вакантних посад НПП (<https://surli.cc/jaenzu>). На сайті ЗВО у рубриці «Новини» публікується інформація щодо Конкурсу на заміщення вакантних посад НПП (<https://is.gd/pFAcqb>) та строк подання документів. Для проведення відбору кандидатів на заміщення вакантних посад НПП утворюється конкурсна комісія з метою перевірки відповідності поданих претендентами документів до вимог, встановлених до НПП ЗУ «Про освіту», «Про вищу освіту», ліцензійних умов, Статуту Університету за п.1.6 Положення: наявність наукового ступеня та вченого звання; відповідність профілю ОК; списком наукових публікацій (в т. ч. Scopus та WoS); практичний досвід роботи; участю у професійних об'єднаннях; підвищення кваліфікації. Документи в паперовому вигляді подаються зовнішніми кандидатами за переліком (п.2.1 Положення). НПП, які працюють у ЗВО – подають їх у власних кабінетах Системи Цифровий університет, що ЕГ вважає позитивною практикою. Кандидатури претендентів публічно обговорюються на засіданнях кафедри, де враховуються аспекти професійної діяльності, досягнення та відповідність кваліфікаційним вимогам. На зустрічі №2 з НПП, ЕГ отримала підтвердження, що претенденти (Т.П. Остапчук, С.Ю. Бірюченко, Т.О. Завалій, О.П. Пашенко, Г.Ю. Ткачук, І.М. Царук) звітували за попередній період контракта щодо виконання контрактних зобов'язань, які визначаються завідувачем кафедрою в залежності від КРІ. За перевиконання КРІ НПП продовжують контракти на 5 років, при недовиконанні – на 3 роки. Загалом ЕГ було встановлено, що процес конкурсного добору НПП є прозорим і дозволяє забезпечити необхідний рівень професіоналізму для успішної реалізації ОПП

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

Роботодавці залучаються до реалізації ОПП як респонденти під час опитувань а також долучаються до щорічних опитувань (<https://surli.li/vtzuxt>), запрошуються до участі в обговоренні ОПП під час круглих столів (<https://surli.li/etzhf>, <https://surli.li/wsdjum>); проводять онлайн-лекції («Легка хода» <https://surli.lt/wwghku>, «TOTSKA Customervista Advising» <https://surli.li/wyvzdr>, «Ризики у використанні інструментів Digital маркетингу» <https://surli.cc/ffhldp>, <https://bit.ly/49gLeil>) та лекції в аудиторії («Особливості управління маркетинговою діяльністю: аспекти бренд-менеджменту» <https://surli.lu/qlgixq>, <https://surli.lu/iduqxy>), взаємодіють щодо всіх форм практичної підготовки – виїзних практичних заняттях (ОК19 <https://surli.li/xurzjd>), зустрічей зі здобувачами (<https://surli.li/fbzdcj>, <https://bit.ly/4jcL9zk>), екскурсій (ПП «Легка хода» <https://surli.li/ykwyoz>, АТ «Рудь» <https://surli.cc/ffhjzo>, ТОВ «Кромберг енд Шуберт ЖУ» <https://surli.cc/prmewi>, ТОВ «ДОМІНАНТ-БУД» <https://surli.lt/aqwvon>, ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» <https://surli.cc/ppkygz>). До складу робочої групи залучено Л.І. Юрківську (начальниця відділу маркетингу та реклами АТ «Рудь»). Під час зустрічі № 6 ЕГ зясувала, що до проведення практичних занять за ОК26 та ОК27 долучений М.В. Очеретко, який має більше 5 років досвіду роботи в сфері маркетингу (<https://surli.li/zxphpe>, <https://surli.li/rmrqwb>). Здобувачі під час зустрічей з ЕГ підтвердили, що роботодавці, професіонали-практики та експерти галузі дійсно долучені до реалізації ОПП, що забезпечує її практикоорієнтованість та відповідність сучасним вимогам ринку праці

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

У ЗВО для забезпечення професійного розвитку НПП передбачене підвищення кваліфікації у відповідності до Положення про підвищення кваліфікації (<https://surli.li/pidtov>). За укладеними договорами (<https://surli.li/ymcfds>) стажування та підвищення кваліфікації здійснюються на підприємствах на безоплатній основі. Відділ міжнародних зв'язків (<https://surli.li/wybnbj>) організовує підвищення кваліфікації НПП шляхом участі у міжнародних стажуваннях, в тому числі за програмою Еразмус+ (<https://surli.li/tgrlkr>). Імплементация результатів проєкту Erasmus+ «Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану» (DigEco) 618270-ERP-1-2020-1-LT-ERPKA2-SVNE-JP дала змогу НПП прослухати курс онлайн-лекцій викладачів провідних Європейських університетів (<https://surli.cc/dfqtmj>). У ЗВО діє Положення про преміювання за публікації у виданнях, що індексуються в міжнародних наукових базах даних Scopus та WoS (<http://surli.li/mnmamd>). Під час зустрічі №2 НПП довели, що їм за публікацію статей у виданнях, які індексуються базами даних Scopus та WoS передбачені премії (<https://surli.li/tpmwtw>), а С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, В.Г. Виговський отримали виплати у грудні 2025 р. При публікації статей у фахових виданнях ЗВО (<https://ztu.edu.ua/page/496.html>) – 50% знижка. НПП долучені до діяльності Academic Excellence Hub (<https://is.gd/UNjHdC>), про що розповіла під час зустрічі №9 Ю.Ю. Мороз. Під час зустрічі №10 директор бібліотеки підтвердила безкоштовний доступ НПП до провідних наукометричних баз даних. Стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП передбачає матеріальне та моральне заохочення, що регламентується Додатком 4 Колективного договору (<http://surli.li/yqfupn>). Моральне стимулювання НПП передбачало присвоєння Т.П. Остапчук почесного звання «Заслужений працівник освіти України» (<https://surli.li/vjggsa>); Л.В. Сергієнко – вручення Грамоти ВРУ (<https://surli.lt/ezgrms>), В.Г. Виговського – Почесної грамоти Богунської районної ради м. Житомира, А.А. Сотник – Почесної грамоти Житомирської обл. держ. адміністрації. З метою встановлення рівня задоволення НПП умовами праці ЗВО щорічно проводить анкетування персоналу (<https://surli.li/hzeyvh>, <https://bit.ly/4qnHiiZ>)

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Академічна та професійна кваліфікація НПП за ОПП забезпечує досягнення цілей та програмних результатів навчання. Має місце повна узгодженість з вимогами підкритеріїв 6.1, 6.2, 6.3, 6.4. У цілому ОПП та освітня діяльність за цією програмою відповідають Критерію 6. Висококваліфікований та вмотивований професорсько-викладацький склад, прозора та дієва система добору кадрів, активна участь роботодавців та академічної спільноти процесі удосконалення ОПП. Регулярне підвищення професійної кваліфікації НПП як за планом, так і у індивідуальному порядку. Ефективна система матеріального і морального стимулювання, яка комплексно враховує результати діяльності НПП та стимулює їх до подальшого професійного розвитку. НПП має активні зв'язки із міжнародними колегами, що сприяє оновленню ОПП із використанням передової практики та передачі їх здобувачам вищої освіти. Позитивні практики за критерієм 1) Процедура конкурсного відбору НПП, які працюють у ЗВО передбачає подачу документів у їхніх власних кабінетах Системи Цифровий університет

Недоліки

1) НПП, що забезпечують реалізацію ОПП не здійснювали підвищення кваліфікації на підприємствах, які здійснюють маркетингову діяльність

Рекомендації

1) Гаранту ОП та завідувачу кафедрою продовжувати поширення практики залучення роботодавців до навчального процесу шляхом калоборацій з усіма стейкхолдерами та розглянути можливість підвищення кваліфікації НПП на підприємствах, які здійснюють маркетингову діяльність на підставі укладених угод про співпрацю та здобути досвід практичної роботи з маркетингу

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

В ДУ «ЖП» створено інноваційне освітнє середовище, де підготовка фахівців базується на глибокій інтеграції управлінських процесів у власну цифрову екосистему «Цифровий університет». Завдяки використанню системи Moodle та функціоналу електронних кабінетів здобувачі забезпечені безперервним доступом до навчально-методичних матеріалів, актуального розкладу та презентацій, що гарантує високу прозорість навчання та відповідність вимогам сучасного ринку праці. Розвиток практичних управлінських навичок у майбутніх маркетологів стимулюється через цифрові інструменти самоврядування, зокрема механізми виборів студентського активу та завантаження відеопрезентацій безпосередньо в систему. Навчальний процес підкріплений потужною інфраструктурою, яка включає загальноуніверситетський фонд із понад 15 комп'ютерних класів обчислювального центру та аудиторії, оснащені мультимедійною технікою, що дозволяє на високому технічному рівні опановувати маркетингові складові та реалізовувати цілі освітньої програми. Під час вивчення ОК на ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти використовуються такі ліцензовані програми: операційна система Microsoft Windows, офісний пакет Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), безкоштовний пакет Google Workspace for Education (Gmail, Google Drive, Google Docs, Google Sheets, Google Forms, Google Meet), навчально-інформаційний портал Житомирської політехніки (learn.ztu.edu.ua). Для ОК26 «Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі» додатково використовуються демоверсії та безкоштовні версії спеціалізованих програмних продуктів: SimilarWeb для аналітики вебтрафіку та конкурентного аналізу, SendPulse для email-маркетингу та автоматизації розсилок, Canva для графічного дизайну та контент-маркетингу, Figma для роботи з віртуальною дошкою FigJam, Leonardo.ai для генерування зображень тощо. У перспективі планується впровадження інформаційної системи Odoo ERP з модулями «Маркетинг соцмереж», «Email-маркетинг», «SMS-маркетинг», «Автоматизація маркетингу», «Опитування» для посилення практичної підготовки здобувачів освіти (відповідь на запит ЕГ за п. 10). Наявна МТБ

є сучасною, значною мірою цифровізованою та інтегрованою в єдиний інформаційний простір, що створює необхідні умови для формування професійних компетентностей фахівців з 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

Забезпечення здобувачів освіти за ОП Маркетинг методичними матеріалами здійснюється у повному циклі завдяки поєднанню можливостей освітнього порталу Moodle, що слугує основним сховищем конспектів лекцій та методичних рекомендацій, та персональних електронних кабінетів, через які студенти отримують доступ до актуального розкладу, навчальних презентацій та посилань на дистанційні заняття. Для проведення наукових досліджень студенти мають доступ до електронного репозиторію кваліфікаційних робіт, бібліотечних фондів як внутрішніх, так і зовнішніх, що сприяє дотриманню академічної доброчесності та спадкоємності наукових розробок. НППІ кафедри мають можливість бронювати спеціалізовані приміщення з доступом до комп'ютерів та інтернету або використовувати конференц-залу для проведення офіційних науково-практичних заходів. Соціально-побутова сфера повністю цифровізована: облік місць у гуртожитках та поселення здійснюються через автоматизовану систему, яка дозволяє оперативну керувати ресурсами, а інтеграція з базою бухгалтерії надає студентам можливість здійснювати фінансовий моніторинг оплати за навчання та проживання через персональні кабінети. Інформаційну підтримку забезпечує бібліотека університету, яка щосеместрово актуалізує перелік доступних електронних баз даних, надаючи прямі посилання на них здобувачам через особисті кабінети або на корпоративну пошту. Безперерйна взаємодія студентів із системою «Цифровий університет» не лише забезпечує освітній процес, а й виступає практичним елементом навчання, демонструючи приклад ефективного впровадження CRM/ERP систем у діяльність ЗВО та створюючи належні умови для інклюзивної освіти й дозвілля. Під час спілкування з гарантом ОП, науково-педагогічним персоналом, здобувачами вищої освіти, представниками студентського самоврядування та адміністративним персоналом, ЕГ переконалась, що всі учасники освітнього процесу забезпечені безоплатним та вільним доступом до інфраструктури.

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

Державний університет «Житомирська політехніка» реалізує системний підхід до створення безпечного освітнього та наукового середовища, що базується на поєднанні фізичного захисту, чіткого регламентування дій у надзвичайних ситуаціях та широкого впровадження дистанційних технологій. Пріоритетність безпеки життя та здоров'я учасників освітнього процесу зафіксована у внутрішніх нормативно-правових актах (Положенні про навчання, інструктаж і перевірку знань з питань охорони праці працівників та студентів (<https://is.gd/7Z4Hq1>), Інструкції з охорони праці та безпеки життєдіяльності для учасників освітнього процесу під час дії правового режиму воєнного стану (<https://is.gd/PsNk1f>), Інструкції з питань цивільного захисту, пожежної безпеки та дій у надзвичайних ситуаціях (<https://is.gd/8cnsa9>), Інструкції з охорони праці при проходженні практики здобувачів освіти (<https://is.gd/ojalte>), Інструкції з охорони праці під час роботи з екранними пристроями (<https://is.gd/kZsvwU>)), згідно з якими кожна офіційна зустріч та навчальне заняття розпочинаються з обов'язкового інструктажу щодо правил цивільного захисту та алгоритму дій під час повітряної тривоги. Для забезпечення неперервності навчання та наукової діяльності в умовах загрози університет використовує підготовлені захисні споруди (укриття), які облаштовані як повноцінні робочі зони з безперерйним доступом до мережі Wi-Fi, що дозволяє викладачам та здобувачам продовжувати роботу без порушення встановленого таймінгу та безпекових вимог. Ключовим інструментом мінімізації ризиків є власна цифрова екосистема «Цифровий університет», яка забезпечує гнучкість мультимедійного навчання: через персональні кабінети та платформу Moodle працівники та здобувачі мають повний доступ до навчально-методичних ресурсів, розкладу та адміністративних сервісів, що дозволяє здійснювати викладацьку та дослідницьку діяльність із безпечних локацій. Приміщення університету та гуртожитків обладнані засобами сповіщення та захисту в разі настання надзвичайної ситуації (кнопки сповіщення, вогнегасники, пожежні гідранти тощо)

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

Академічний супровід за ОП Маркетинг здійснюється через інституціоналізацію системи тьюторства та кураторства, яка забезпечує індивідуалізацію освітньої траєкторії та оперативне консультування з освітніх питань, що документально підтверджується функціонуванням особистих електронних кабінетів здобувачів у системі «Цифровий університет». Дана цифрова екосистема виступає базовим інструментом академічної підтримки, надаючи студентам верифікований доступ до навчально-методичного контенту на платформі Moodle, актуальних розкладів та сервісів зворотного зв'язку, що нівелює інформаційні розриви між суб'єктами освітнього процесу. Процедури соціально-психологічної допомоги інтегровані в загальну стратегію безпеки та благополуччя закладу (<https://is.gd/awiI3v>) та регламентуються політиками щодо гендерної рівності, психологічної, юридичної підтримки,

протидії булінгу та врегулювання конфліктних ситуацій. Усі вони врегульовані положеннями та мають систематичний характер реалізації та впровадження для усіх учасників освітнього процесу. Психологічна підтримка реалізується як через персоналізовані консультації фахівців постійно діючої Психологічної лабораторії «PsyLab» (<https://is.gd/wxF3et>), яка проводить різноманітні тренінги та консультації для здобувачів, так і через превентивні механізми моніторингу задоволеності освітнім середовищем, що здійснюється шляхом регулярного анонімного анкетування в цифровому форматі. Соціальна підтримка здобувачів додатково підкріплюється прозорими процедурами поселення в гуртожитки, що автоматизовані в межах загальної інформаційної системи, та наявністю механізмів фінансового самомоніторингу оплати за навчання шляхом інформування через персональні кабінети здобувачів освіти. Окрему наукову та практичну цінність має програма «Нульовий тиждень», яка мінімізує адаптаційний стрес першокурсників через систему тренінгів та воркшопів, підтримки кураторів та здобувачів ВО, які підготовлені Школою менторства Житомирської політехніки (<https://is.gd/xZatpy>). У ЗВО започатковано систему «Студентський Олімп», що являє собою багатовекторну систему рейтингування та нагородження здобувачів не лише за академічні успіхи, а й за наукові досягнення, волонтерство та спортивні здобутки, що сприяє всебічному розвитку особистості (<https://is.gd/g2AFof>). Таким чином, синергія нормативно-правового забезпечення, розвиненої ІТ-інфраструктури та спеціалізованих сервісів підтримки створює в університеті сприятливий екосистемний ландшафт для досягнення програмних результатів навчання за ОП Маркетинг, гарантуючи здобувачам всебічну допомогу на всіх етапах їхнього професійного становлення.

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

Реалізація права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами (ООП) у ДУ «ЖП» базується на створенні цілісного інклюзивного цифрового середовища (<https://is.gd/y7zM3S>), що мінімізує фізичні та інформаційні бар'єри в освітньому процесі, регламентована рядом внутрішніх нормативно-правових актів та носить системний характер. Фундаментом такої доступності виступає власна екосистема «Цифровий університет», яка інтегрує освітній портал на базі Moodle та персоналізовані електронні кабінети здобувачів, забезпечуючи можливість дистанційного та асинхронного навчання. Завдяки цій системі здобувачі з ООП мають цілодобовий доступ до повного переліку навчально-методичних матеріалів, включаючи конспекти лекцій, презентації та відеозаписи занять, що дозволяє адаптувати темп опанування програми під індивідуальні можливості. Технічне забезпечення закладу, що включає понад 15 спеціалізованих комп'ютерних класів та аудиторії з мультимедійним обладнанням, створює умови для використання асистивних технологій та візуалізації навчального контенту. У ЗВО наявні аудиторії з великими екранами для забезпечення особливих потреб, також обладнані інформаційні вказівники шрифтом Брайля, для освітніх потреб використовується спеціальний принтер, який друкує шрифтом Брайля і за потреби здобувачів з ООП можливо друкувати методичні матеріали. Архітектурна доступність (пандуси, підйомники, санвузли тощо) дозволяють повною мірою забезпечити комфортне перебування осіб з ООП у корпусах ДУ «ЖП». Освітній контент у Moodle адаптований для сприйняття, що підтверджує інклюзивність освітнього середовища ОП Маркетинг. Цифрові інструменти забезпечують повноцінну участь осіб з ООП у дозвіллі та студентському самоврядуванні, дозволяючи дистанційно брати участь у виборах та голосуваннях, що сприяє їхній всебічній соціалізації та реалізації громадських прав. Наразі, на ОП Маркетинг здобувачі з ООП не навчаються

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

ЕГ констатує, що в ДУ «ЖП» сформовано цілісну та прозору систему нормативно-правового забезпечення, спрямовану на запобігання та реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуальних домагань та інших конфліктних ситуацій. Процедурні аспекти цих процесів чітко регламентовані в Положенні про організацію освітнього процесу в (<https://is.gd/HvVi6H>), Антикорупційній програмі на 2024-2026 роки (<https://is.gd/Vb6Hiy>) та Положенні про Комісії з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами (<https://is.gd/Wo5ngL>), які є публічно доступними на офіційному вебсайті закладу. Окрему увагу приділено механізму розгляду скарг, що деталізований у профільному Положенні про розгляд звернень здобувачів вищої освіти та інших осіб, які навчаються і працівників (було продемонстровано під час огляду МТБ) (<https://is.gd/1pE7DS>), при цьому питаннями антикорупційного контролю опікується відповідний уповноважений, що підтверджує інституційну сталість превентивних заходів. На офіційному ресурсі університету забезпечено відкритий доступ до інформаційних розділів щодо врегулювання конфліктів, протидії булінгу та дотримання гендерної рівності, що сприяє високому рівню поінформованості всіх учасників освітнього процесу. Заклад реалізує комплексну стратегію попередження конфліктів, яка базується на принципах гласності, колегіальності та демократичності прийняття управлінських рішень. Практична реалізація цих принципів підкріплюється заходами психологічного супроводу, зокрема проведенням тренінгів щодо протидії маніпуляціям, а також системною роботою кураторів та зустрічами з гарантом освітньої програми, що спрямовані на формування етичного середовища. Для забезпечення зворотного зв'язку в університеті впроваджено багатоканальну систему повідомлень про конфліктні ситуації, яка включає цифрові інструменти (особистий кабінет здобувача, онлайн-схрінька довіри) та фізичну локацію на базі ЗВО, що гарантує доступність та конфіденційність звернень. Аналіз практики реалізації освітньої програми продемонстрував ефективність превентивної моделі, оскільки за звітний період випадків звернень щодо цькування, корупції чи дискримінації зафіксовано не було. Таким чином, створена система відповідає вимогам прозорості та послідовності, забезпечуючи захист прав та інтересів як здобувачів вищої освіти, так і науково-педагогічних працівників

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП повністю відповідає вимогам підкритеріїв 7.1, 7.2, 7.3, 7.4, 7.5, 7.6 та забезпечує високий рівень ресурсного супроводу освітнього процесу, створюючи інноваційне, безпечне та людиноцентроване середовище. Загальну відповідність ОП можна оцінити на рівні А. Позитивні практики за критерієм 1) Наскрізна цифровізація сформована у екосистему «Цифровий університет». 2) Інфраструктурна стійкість та доступність для усіх учасників освітнього процесу. 3) Цифрова демократія та самоврядування. 4) Адаптаційна програма «Нульовий тиждень». 5) Школа менторства для здобувачів освіти. 6) Інтегрована психологічна підтримка «PsyLab. 7) Багатовекторна система стимулювання здобувачів освіти «Студентський Олімп»

Недоліки

Недоліків за критерієм 7 не виявлено

Рекомендації

Продовжувати забезпечення освітнього процесу із використанням сучасних програмних продуктів «Odoo» ERP та «MeDoc» з модулями «Маркетинг соцмереж», «Email-маркетинг», «SMS-маркетинг», «Автоматизація маркетингу», «Опитування» для посилення практичної підготовки здобувачів освіти

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень А

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП Маркетинг регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/4c6oNKY>). Факти регулярного здійснення визначених цим Положенням процедур запровадження, моніторингу, перегляду та оновлення ОП із залученням здобувачів освіти, академічного персоналу та роботодавців були підтверджені на онлайн-зустрічах з гарантом, академічним персоналом, здобувачами освіти та представниками роботодавців. Перегляд ОП Маркетинг здійснюється щорічно. Університет має систему управління якістю освіти, що забезпечує відділ моніторингу та забезпечення якості (<https://cutt.ly/qwQfswtK>). Відділ забезпечує систематичні опитування зацікавлених сторін по якості освітнього процесу та публікує відповідні звіти, зокрема звіти за результатами анкетування здобувачів вищої освіти, що навчаються за ОП (<http://surl.li/lvordy>) та роботодавців (<http://surl.li/tivwiq>)

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

Під час зустрічі зі здобувачами ЕГ пересвідчилась у залученості здобувачів у моніторинг якості освіти, що проводиться відділом моніторингу та забезпечення якості ЗВО. Здобувачі зазначили про значну кількість опитувань, у яких вони беруть участь, через розміщення опитування в своїх особистих кабінетах на інформаційному порталі. Наявні пропозиції обговорюються робочою групою та відображаються в проекті ОПП, який розміщується на вебсайті Університету та на освітньому порталі у вільному доступі. До складу робочої групи ОПП Маркетинг входить здобувачі Петренко Вікторія, Чернишов Даниїл. На зустрічі з представниками студентського самоврядування заступник студентського декана ФБСО Любарець Владислав підтвердив залучення здобувачів до процесу періодичного перегляду освітньої програми. Представники студентського самоврядування беруть активну участь в управлінні університетом, входячи до складу НМР, ректорату, Вченої ради університету, а також Вченої ради ФБСО. З метою підтримки відкритого діалогу та прозорості в освітньому процесі, щосеместрово

організуються відкриті зустрічі студентів і представників студсамоврядування з ректором та проректорами університету (14.10.2024 р. <https://surl.li/sjltjz> , 02.07.2025 р. <https://surl.li/mtjqmu>). Зокрема, Любарець В. (гр. МО-66), був студ. деканом ФБСО у 2024-2025 н.р., Демчик Н. (гр. МО-71) – заступник студентського декана ФБСО у 2025–2026 н.р. Еґ запевнилася, що для виявлення потреб здобувачів та оцінки рівня їхньої задоволеності організацією освітнього процесу за відповідною ОП проводяться анонімні опитування через Електронний кабінет студента, за результатами яких проводяться зустрічі ректорату із представниками студентського самоврядування

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

Взаємодія з роботодавцями на ОП Маркетинг має системний характер і відбувається не лише формально (через рецензування), а й через безпосередній вплив на зміст навчання. При факультеті бізнесу та сфери обслуговування діє Рада роботодавців, до якої входять керівники маркетингових відділів та підприємств регіону. Вони надають пропозиції щодо актуалізації вибіркового дисциплін (<https://surl.li/iqhdue>). Під час зустрічі Еґ з гарантом ОП та стейкхолдерами було підтверджено, що є стала практика співпраці зі стейкхолдерами з метою покращення освітнього процесу та вдосконалення освітньої програми та її компонентів. Зі звіту самооцінювання Еґ вказано, що до складу РП ОП Маркетинг входить начальник відділу маркетингу та реклами АТ «Рудь» Юрківська Л.Й. Також представники роботодавців беруть участь в обговоренні ОПП та навчальних планів на круглих столах, організованих кафедрою та надають рекомендації: на сайті університету є записи від 25.05.2024 р. (<https://surl.li/mhtocr>) та 27.11.2024 р. (<https://surl.li/vymhcs>). Також щороку проводиться рецензування ОП Маркетинг (<https://surl.li/obkece>) Роботодавці долучаються до проведення занять (<https://surl.li/wwghku> , <https://surl.li/wyvezr> , <https://surl.li/ccffhdp> , <https://bit.ly/49gLeil> , <https://surl.li/qlgixq> , <https://surl.li/iduqxy> , <https://surl.li/xurzjd> , <https://surl.li/ykwyoz>). Враховано рекомендації Ковальчук С.В. щодо перейменування ОК22 на Брендинг з огляду на те, що «Бренд-менеджмент» – це рівень другого (магістерського) рівня; Жукової С.А. щодо перейменування ОК19 – «Маркетинг», збільшення обсягу цієї дисципліни за кредитами (у порівнянні з ОК «Менеджмент», де поточно передбачено 5 кредитів); переглянути почерговість викладання ОК «Основи маркетингу» (2 семестр) та ОК «Економіка підприємства» (3 семестр) у контексті пререквізитів; перегляд почерговості викладання ОК «Економічна теорія та основи функціонування підприємства» (2 семестр) та ОК «Основи маркетингу» (2 семестр) у контексті пререквізитів; розгляд пропозицій щодо зменшення за кредитами ОК «Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності»; перегляд доцільності її викладання протягом двох семестрів; Юрківської Л.Й. щодо розширення переліку тем для кваліфікаційних робіт, пов'язаних саме із особливостями створення, просування та управління брендами; Дідковської О.В. щодо додавання до курсу бренд-менеджмент неймінг, айдентика, архітектуру бренду та особливості використання інструменту Brand Health Tracking

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

В університеті діє Центр розвитку професійної кар'єри, який займається збором, узагальненням й аналізом інформації, що стосується кар'єрного шляху й працевлаштування випускників (<http://surl.li/jhhqss>). Варто зауважити, що випускників за цією ОПП ще немає, але в планах кафедри планується проведення моніторингу працевлаштування випускників і внесення відповідних записів до Журналу «Моніторинг працевлаштування випускників кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій»

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

На офіційному сайті ЗВО у вільному доступі розміщено не лише текст ОПП Маркетинг, а й усі супровідні документи: навчальний план, рецензії роботодавців та протоколи обговорень проєктів програми (<https://surl.li/mwwahr>) Кожен навчальний компонент програми має детальні анотації, доступні на платформі Moodle. РП містять чіткі критерії оцінювання, графік консультацій та перелік літератури, що забезпечує прогнозованість навчання для здобувача (<https://surl.li/cc/tjvulw>). Всі положення, що стосуються прав та обов'язків студентів (зокрема, щодо академічної доброчесності та апеляцій), оприлюднені в окремому розділі «Нормативна база» (<https://surl.li/biwnnm>). Університет публікує результати анкетування стейкхолдерів, демонструючи прозорість у питаннях оцінки якості освіти (<https://surl.li/utyher>). Кафедра активно використовує соціальні мережі для інформування про заходи, гостьові лекції та успіхи студентів, що підвищує рівень залученості зовнішніх зацікавлених сторін (<https://surl.li/wzwwrl> , <https://surl.li/psfxkx> , <https://surl.li/yawrcr>)

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

Акредитація ОП Маркетинг відбувається вперше. Результати акредитацій (зауваження та рекомендації ЕГ та ГЕР) за кожною ОП обговорюються на НМР університету, узагальнюються та приймаються рішення щодо врахування їх на інституційному рівні, також рекомендуються до використання кращі практики. За результатами узагальнення на НМР рекомендацій ЕГ за ОП університету, що проходили акредитацію у 2024–2025 н.р. було враховано: додано наукові публікації викладачів до літератури РП ОК; розширено каталог вибіркового ОК та покращено систему їх вибіркового; вдосконалено системи оцінювання результатів навчання; відкориговано структурно-логічну схему ОПП для узгодження всіх компонентів між собою; покращено рівень поінформованості здобувачів щодо ініціатив університету; оприлюднено результати опитування роботодавців. Сайт ЗВО має відповідний розділ, де розміщена інформація щодо відомостей про самооцінювання освітніх програм, програми візитів експертних груп, звітів експертних груп (<http://surl.li/yotmof>). Під час зустрічі, керівник навчально-методичного відділу Мельник-Шамрай В. зазначила, що ЗВО має сталу процедуру опрацювання та врахування результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти

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

В університеті сформовано цілісне середовище, де якість освіти сприймається не як формальний контроль, а як спільна відповідальність викладачів, студентів та адміністрації. Культура якості на ОП Маркетинг базується на принципах відкритості, академічної доброчесності та постійного самовдосконалення. Здобувачі є активними учасниками розбудови програми. Через регулярне анкетування вони впливають на методику викладання (<https://surl.li/vvswlu>). Також Впроваджено Положення про академічну доброчесність, проводяться регулярні вебінари для першокурсників щодо етики цитування та використання AI (<https://surl.li/qzjfv>). Регулярні зустрічі гаранта ОП зі студентами та викладачами (неформальні кава-брейки, стратегічні сесії) дозволяють оперативно виявляти недоліки програми. Університет відкрито публікує звіти про самооцінювання та результати моніторингу якості, що свідчить про готовність до конструктивної критики та розвитку (<https://surl.li/xwvyaf>)

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП відповідає Критерію 8, оскільки реалізує ефективну систему забезпечення якості освітніх програм, що включає: систематичний збір та аналіз зворотного зв'язку від усіх заінтересованих сторін – здобувачів, випускників, роботодавців, академічного персоналу, анкетування випускників та здобувачів, результати якого документуються у звітних матеріалах і використовуються для перегляду освітніх програм (підкритерій 8.1); здобувачі та органи самоврядування впливають на забезпечення якості освіти шляхом коригування змісту освітніх компонентів, програмних результатів навчання та практичної складової освітньої програми (підкритерій 8.2); співпрацю з Центром кар'єри та громадськими організаціями, зокрема ГО «Асоціація випускників Житомирської політехніки», для моніторингу кар'єрного шляху випускників та підтримки професійного розвитку (підкритерій 8.3); використання результатів аналізу для періодичного перегляду освітніх програм, що гарантує постійне підвищення їх якості та відповідності потребам ринку праці (підкритерій 8.4). Позитивні практики за критерієм 1) Активне та інтегроване залучення всіх стейкхолдерів у процес оцінки та вдосконалення ОП носить системний характер та своєчасну реакцію на запити 2) Активне висвітлення діяльності ОП (гостьові лекції, успіхи студентів, стажування) на офіційній сторінці кафедри та у соціальних мережах, що сприяє залученню абітурієнтів

Недоліки

Недоліків не виявлено

Рекомендації

Гаранту та завідувачу кафедри систематизувати збір та аналіз інформації від усіх заінтересованих сторін (здобувачів, випускників, роботодавців, академічного персоналу), яка використовується для перегляду ОПП

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

На основі аналізу наданих документів (ОПП Маркетинг, Навчальний план, Відомості про самооцінювання) та інформації з сайту можна стверджувати, що в університеті сформована розгалужена та прозора нормативна база, яка регулює права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Права та обов'язки учасників освітнього процесу закріплені у низці фундаментальних локальних актів: Статут університету (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=252>) та Правила внутрішнього розпорядку (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=1219>), які визначають загальні засади взаємодії, Кодекс академічної доброчесності (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=1199>), що встановлює етичні вимоги та відповідальність за їх порушення для викладачів і студентів, Положення про організацію освітнього процесу (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=269>), яке деталізує процедури навчання, контролю та атестації, Положення про порядок та умови обрання вибіркових дисциплін (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=277>), що гарантує право здобувачів на індивідуальну освітню траєкторію. Університет забезпечує високий рівень публічності: усі нормативні документи розміщені у відкритому доступі на офіційному сайті у розділі «Доступ до публічної інформації» (<https://ztu.edu.ua/page/535.html>), «Освітні програми» (<https://ztu.edu.ua/site/specialities?id=1>). Для здобувачів функціонує Освітній портал (Moodle) (<https://learn.ztu.edu.ua/>) та особисті кабінети, де доступні анотації та РП дисциплін, критерії оцінювання та розклад. Інформація про ОПП Маркетинг, включаючи зміни та доповнення (наприклад, наказ від 18.03.2025 р. № 68/од), оперативно оприлюднюється для ознайомлення. Дотримання правил контролюється через систему внутрішнього забезпечення якості освіти. Проводиться регулярне анкетування здобувачів (за ВСО). Системно перевіряються роботи на наявність збігів. Робоча група ОП, до якої входять викладачі, студенти та роботодавці, забезпечує моніторинг виконання встановлених правил та їх актуалізацію. Правила та процедури є чіткими, задокументованими та доступними. ЗВО демонструє послідовність у їх застосуванні, що підтверджується відсутністю скарг на порушення процедур під час акредитаційних опитувань та високим рівнем задоволеності студентів організацією освітнього процесу

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

Відповідно до аналізу проаналізованих документів ЗВО дотримується вимог щодо публічності та залучення стейкхолдерів до обговорення проєктів освітніх програм. Процедура оприлюднення проєктів ОПП регламентована Алгоритмом розробки та перегляду освітніх програм на 2026-2027 навчальний рік (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=3574>). Згідно з цими нормами, обов'язковим етапом є публічне обговорення проєктів ОП. Заклад дотримується вимоги щодо оприлюднення проєкту програми або змін до неї не пізніше ніж за місяць до моменту її офіційного затвердження Вченою радою. Як свідчать надані документи (ОП та Відомості про самооцінювання), остання редакція програми була затверджена Вченою радою 18 березня 2025 року (протокол №5) та введена в дію наказом ректора № 68/од від тієї ж дати. Цьому передував період публічного обговорення, який тривав протягом лютого та початку березня 2025 року. Проєкт ОП було розміщено на офіційному вебсайті університету у спеціальному розділі освітньої програми на Освітньому порталі (<https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=6347>). До обговорення залучалися зовнішні стейкхолдери (роботодавці, випускники) та внутрішні (здобувачі вищої освіти, викладачі). Пропозиції приймалися через електронну пошту випускової кафедри та спеціальні Google-форми. Аналіз ВСО (зокрема р. 2 Структура та зміст освітньої програми) підтверджує, що за результатами публічного обговорення до ОПП Маркетинг були внесені конкретні зміни. Так, за пропозиціями роботодавців (зокрема, Спільки підприємців України та партнерських маркетингових агенцій) було актуалізовано зміст окремих компонентів та посилено практичну складову. Зокрема, у 2025 році було уточнено перелік ВК для кращої відповідності запитам цифрового маркетингу. ЗВО підтримує політику прозорості, зберігаючи на сайті не лише чинні редакції ОП, а й архів попередніх проєктів та протоколів засідань робочих груп. Це дозволяє будь-якій заінтересованій стороні переконатися в тому, що процедура обговорення була дотримана в часі (місячний термін) та по суті (врахування зауважень). ЗВО послідовно дотримується вимоги щодо завчасного (не пізніше ніж за місяць) оприлюднення проєктів освітніх програм. Це забезпечує реальну участь заінтересованих сторін у формуванні змісту навчання за спеціальністю 075 Маркетинг та сприяє відповідності програми вимогам ринку праці. Порушень термінів оприлюднення у поточному акредитаційному циклі не виявлено

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

На основі аналізу наданих документів (ОП Маркетинг, Відомостей про самооцінювання, Навчального плану) та офіційного вебресурсу ЗВО, можна стверджувати, що заклад повною мірою забезпечує відкритий доступ до інформації відповідно до вимог статті 79 Закону України «Про вищу освіту». На офіційному вебсайті університету функціонують розділи «Доступ до публічної інформації» (<https://ztu.edu.ua/page/535.html>), «Освітні програми»

(<https://ztu.edu.ua/site/specialities?id=1>) та «Акредитація» (<https://old.ztu.edu.ua/ua/study/license.php>). У вільному доступі розміщені статутні документи ((<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=252>)), стратегія розвитку закладу (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=2215>), Звітність університету (<https://ztu.edu.ua/page/421.html>). Для зацікавлених сторін (абітурієнтів, студентів, роботодавців) забезпечено безперешкодний доступ до: тексту освітньої програми: оприлюднено чинну редакцію ОП із врахуванням змін від 18.03.2025 р. (наказ № 68/од); навчального плану – доступна візуалізація графіка освітнього процесу, перелік обов'язкових та вибіркових компонентів, розподіл годин; анотацій дисциплін: через інтеграцію з Освітнім порталом (Moodle) (<https://learn.ztu.edu.ua/>) користувачі мають доступ до анотацій та робочих програм, що містять критерії оцінювання. На сайті ЗВО публікуються результати опитувань здобувачів, роботодавців, звіти про самооцінювання (зокрема наданий документ), результати акредитаційних експертиз. Окрім офіційного сайту, університет використовує Освітній портал (на базі Moodle) (<https://learn.ztu.edu.ua/>), який забезпечує студентам персоналізований доступ до навчально-методичних матеріалів, графіків контрольних заходів, розкладу та можливостей вибору дисциплін. Під час проведення експертизи, ЕГ впевнилася, що доступ до розкладу на офіційному сайті є закритим. Адміністрація закладу пояснила це частими мінуваннями. ЕГ рекомендує по завершенню воєнного стану оприлюднити розклад занять для забезпечення прозорості та публічності освітнього процесу. У відкритому доступі знаходяться Кодекс академічної доброчесності (<https://is.gd/ZEx2YP>) та Положення про комісію з етики та академічної доброчесності (<https://is.gd/mhxRB8>). Це гарантує прозорість правил дотримання наукової етики та процедур перевірки робіт на плагіат. На сайті оприлюднено Каталог вибіркових дисциплін (<https://ztu.edu.ua/site/catalog>) та Положення про порядок обрання дисциплін (<https://docs.ztu.edu.ua/?mdocs-file=277>), що дозволяє студентам заздалегідь ознайомитися з можливостями формування власного навчального плану. Рівень відкритості інформації у ЗВО відповідає принципам прозорості та публічності. Система навігації на сайті дозволяє легко знайти актуальні редакції документів. Використання цифрової екосистеми (сайт + Moodle) забезпечує не лише формальне виконання закону, а й реальну доступність навчально-методичних матеріалів для всіх учасників освітнього процесу.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП та освітня діяльність за нею загалом відповідають Критерію 9 на рівні В. У ЗВО сформоване освітнє середовище, яке надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, наявні чіткі і зрозумілі правила для всіх учасників освітнього процесу (підкритерій 9.1). Проєкт освітньої програми оприлюднено для громадського обговорення (підкритерій 9.2). Веб-сайт містить інформацію про освітню програму, включно з її цілями, очікуваними результатами навчання та освітніми компонентами (підкритерій 9.3). Виявлені недоліки є несуттєвими та можуть бути виправлені у короткий термін протягом року. З урахуванням контексту реалізації ОП, ЕГ дійшла висновку, що ОП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 9 з недоліками, що не є суттєвими та які можуть бути усуненими до початку вступної кампанії 2026–2027 навчальний рік. Позитивні практики у контексті Критерію 9: 1) Оприлюднення узагальнених пропозицій та зауважень стейкхолдерів після завершення обговорення Проєкта ОП, наявність архіву попередніх редакцій Проєкта, що дозволяє відстежити зміни програми; 2) Публічність результатів моніторингу якості освіти, оприлюднення звітів за результатами анкетування

Недоліки

Немає суттєвих недоліків

Рекомендації

По завершенню воєнного стану оприлюднити розклад занять для забезпечення прозорості та публічності освітнього процесу

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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 напрямку 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

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень 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 експертного оцінювання експертна група вважає, що освітня програма відповідає Критеріям за наступними рівнями відповідності:

Критерій 1. Проєктування 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	A
Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми	B
Критерій 9. Прозорість та публічність	B
Критерій 10. Навчання через дослідження	не застосовується

За результатами експертного оцінювання рішенням експертної групи є **акредитація**.

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	53621_075 Додаток до звіту ЕГ Перелік суттєвих недоліків.xlsx	tkpqE9i8S2YCvximMnrSsJGiNbBDamBRhmLfr4Kt7 FE=

Шляхом підписання цього звіту ми стверджуємо, що провели експертне оцінювання 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

Іванова Марина Іллівна

Члени експертної групи

Іваннікова Марина Миколаївна

Сторощук Богдан Дмитрович

Омелянєнко Віталіна Русланівна