

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний університет "Одеська політехніка"
Освітня програма	50848 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний університет "Одеська політехніка"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	50848
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Вид освітньої програми	Освітньо-наукова

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Глинський Назар Юрійович, Шинкевич Денис Костянтинович, Ковальчук Світлана Володимирівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	07.10.2024 р. – 09.10.2024 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/op/accreditation/9182/so075.pdf
Програма візиту експертної групи	https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/op/accreditation/9182/programma_vizytu_075.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:

1.ОНП є чітко сфокусованою, в її основі лежить концепція омніканального маркетингу та крос-функціональної взаємодії маркетингу в секторах національної економіки з акцентом на використанні комп'ютерних моделей, математико-статистичних методів і цифрових технологій дослідження ринку. 2. Унікальність підтверджується оригінальним набором ОК, сформованими в межах ОНП та їх тематичним наповненням, сформованими за безпосередньої участі всіх зацікавлених сторін. Залучення зовнішніх стейкхолдерів до формування та коригування ОНП має реальний характер, стейкхолдери не лише беруть участь у формуванні її ОК, але активно співпрацюють з кафедрою маркетингу щодо її реалізації, надаючи місця для проходження практики, а також через участь в освітньому процесі. 3.ОНП має практичну спрямованість, здобувачі є практикуючими маркетологами, які беруть участь в освітньому процесі у якості тренерів. 4.Завдяки застосуванню різних видів практичної підготовки, зокрема, через виконання групових проєктів та участі у командній роботі, тренінгах, ділових іграх здобувачі РВО за означеною ОНП розвивають соціальні навички (soft skills), що сприяє їх соціальній адаптації, формує здатність гнучко та оперативно реагувати на виклики зовнішнього середовища. 5.На ОНП задіяний компетентний викладацький склад. Зокрема, Програма забезпечена фахівцями з досвідом роботи у сфері цифрового маркетингу, досліджень ринку, що дозволяє здобувачам отримати сучасні знання від практиків. 6.На ОНП застосовуються інноваційні підходи до навчання: використання сучасних методів навчання (проєктний підхід, симуляції, воркшопи), що сприяє розвитку критичного мислення та навичок вирішення проблем у здобувачів вищої освіти. 7.Програма включає можливості для проведення наукових досліджень у сфері маркетингу та участі в наукових конференціях і проєктах. 8.На ОНП забезпечено мультимедійність зв'язків здобувачів РВО з органами студентського самоврядування. Позитивні практики: Вважаємо інноваційною практикою участь як НПП, так і здобувачів РВО у міжнародних проєктах з реальною реалізацією отриманих результатів при викладанні на ОНП, зокрема, спільні дослідження кафедри маркетингу з університетом Портсмут UUT-27 «Розробка «дорожньої карти» інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії» (<http://surl.li/qrweqf>). Залучення здобувачів РВО в якості тренерів (практикуючих маркетологів) для викладання на ОП першого і другого рівнів ВО. В НУ «Одеська політехніка» діє ієрархія «груп сприяння академічній доброчесності» на університетському, інститутському та кафедральному рівнях, що забезпечує нульову толерантність до недоброчесності та плагіату.

Недоліки

1.Низька залученість здобувачів РВО до програм академічної мобільності, відсутність прикладів зарахування відповідних ОК за результатами неформальної освіти. 2.Низька інтернаціоналізаційна діяльність ЗВО протягом останніх декількох років: відсутність нових міжнародних проєктів. Останній завершено у 2023 р.

Рекомендації

Зважаючи на воєнний стан, відділу міжнародних зв'язків і гаранту ОНП розглянути можливості залучення здобувачів РВО, до програм міжнародної віртуальної мобільності, а також внутрішньої мобільності, в університетах-партнерах. Інформувати і пропонувати здобувачам РВО проходження додаткових курсів/навчань в рамках неформальної освіти. З урахуванням умов воєнного стану, продовжувати інтернаціональну діяльність в онлайн режимі, зважаючи на зовнішні чинники, та активніше залучати до участі у ній здобувачів, що навчаються за ОНП. Гаранту ОНП та науковим керівникам на початку першого семестру поширювати серед здобувачів РВО знання чітких процедур вирішення ймовірних конфліктних ситуацій, пов'язаних із необ'єктивним оцінюванням, конфліктом інтересів тощо.

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. Проєктування 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

ЕГ констатує, що ОП, яка акредитується дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, введеного в дію 07.04.2022 р., Наказ МОН №313. Всі, запропоновані в ОП ОК (пул обов'язкових дисциплін), спрямовані на досягнення ПРН, визначених зазначеним Стандартом. Цей факт підтверджено в процесі ознайомлення з робочими програмами навчальних дисциплін, в процесі спілкування з НПП (зустріч 3), здобувачами ВО (зустріч 4), гарантом ОП, який є співрозробником зазначеного Стандарту ВО (<http://surl.li/nssfdn>).

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

Розроблення професійного стандарту за галуззю знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг, який відповідає 8 РНК (третьому освітньо-науковому рівню) на момент формування, удосконалення та перезатвердження ОНП в Україні не передбачено. Проте, часткові кваліфікації враховані у професійних стандартах «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» (Наказ Міністерства економіки України від 18 жовтня 2021 року №751-21, (<http://surl.li/hhursj>)), «Рекламист» (Наказ Міністерства економіки України від 11 січня 2022 року № 81-22, (<http://surl.li/zvtipn>)). Проф. Окландер М. А. є розробником обох стандартів, що вплинуло на врахування компетентностей, зазначених у цих стандартах при викладанні ОК 1.2.4 Методологія дослідження ринку та ОК 1.2.3 Омніканальний маркетинг.

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

ЕГ підтверджує, що ОНП має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії Національного університету «Одеська політехніка». Зокрема, місія ЗВО сформована у «Плані стратегічного розвитку університету на 2021-2026 рр.» (<http://surl.li/chscqm>) і передбачає здійснення підготовки здобувачів ВО « на засадах академічної культури доброчесності та національної ідентичності висококваліфікованих фахівців, здатних навчатися впродовж життя, та формування інтелектуального капіталу суспільства» корелює з метою ОНП «набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності»(<http://surl.li/tmrwsn>) Зазначений факт також знайшов підтвердження в процесі спілкування з менеджментом ЗВО (зустріч 1).

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

В процесі акредитаційної експертизи підтверджено, що при формуванні цілей і ПРН за ОНП «Маркетинг» враховувалася думка таких зацікавлених сторін, як: здобувачів РВО; роботодавців; представників академічної спільноти. Коригування ОНП здійснюється з урахуванням пропозицій стейкхолдерів, що зазначено у протоколах засідання кафедри маркетингу (протоколи № 1 від 30.08.2021 р., № 4 від 4.11.2021 р., № 12 від 21.06.2022 р.), . Під час зустрічі зі здобувачами РВО (зустріч 4) був присутнім Добровольський В. В., який залучався до розробки останньої редакції ОНП (<http://surl.li/zlhwmi>), він підтвердив, що його пропозиції стосовно фахових компетентностей та ПРН враховані у чинній редакції ОП, зокрема, змінена тематика ОК «Соціально-етичний маркетинг». З ініціативи випускниці ОНП - доктора філософії з маркетингу Кудіної А.В. - ОНП «Маркетинг» доповнено СК 9 та відповідно ПРН 10 (зустріч 6). В процесі зустрічі з роботодавцями (зустріч 6) підтверджено їх причетність до формування переліку компетентностей, ПРН, ОК та їх змісту, НП. Так, д.е.н., професор Хумарова Н.І. - заступник директора з наукової роботи Державної установи «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень» НАН України - підтвердила врахування її пропозиції щодо внесення до розділу 1.2. НП ОК «Методологія дослідження ринку» (зустріч 6). ЕГ підтверджує, що до формування ОК та ПРН за ОНП залучалися представники академічної спільноти. Зокрема, за ініціативою д.е.н., професора Філіппової С.В. до ОК «Управління науковою діяльністю» додано тему: «Академічна доброчесність»; за поданням д.е.н., проф. Ажаман І.А. ОДАБА, до ОК «Омніканальний маркетинг» введено тему «Робота з партнерськими мережами» (зустріч 3). ЕГ зазначає, що до редагування ОНП залучалися й інші стейкхолдери, зокрема, Лилик І. В., к.е.н., доцент - президент ГО Українська асоціація маркетингу, що підтверджено під час відкритої зустрічі.

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

В процесі акредитаційної експертизи підтверджено, що цілі ОНП та ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту. ЕГ відзначає врахування при редагуванні ОНП результатів спільних досліджень кафедри маркетингу з університетом Портсмут UUT-27 «Розробка «дорожньої карти» інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії» (<http://surl.li/djtdyb>), що дозволило врахувати такі тенденції розвитку науки і спеціальності Маркетинг, як: цифровізацію, екологізацію, соціально-етичну спрямованість, омніканальність, зміну «патерну споживання». Для апробації результатів досліджень здобувачами РВО використовується майданчик Міжнародної наукової конференції «Маркетинг і цифрові технології» (<http://surl.li/hdmpxa>) (проводиться кафедрою маркетингу з 2014 р.). ЕГ підтверджує, що врахування галузевого та територіального аспектів проявляється через запровадження в ОНП таких ОК, як: «Соціально-етичний маркетинг», «Омніканальний маркетинг», «Методологія дослідження ринку». А досягнення ПРН 6, ПРН7, ПРН10 дозволять здобувачам РВО реалізовувати «Стратегії розвитку Одеської області на 2021-2027 роки» (<http://surl.li/apltcv>), «Програми соціально-економічного та культурного розвитку Одеської області на 2023 рік та основних напрямів розвитку на 2024-2025 роки» (<http://surl.li/shsfcj>). За результатами зустрічей з гарантом ОП, керівництвом ЗВО (зустріч 1, фінальна зустріч), академічною спільнотою та роботодавцями (зустрічі 3-6, відкрита зустріч), ЕГ встановлено прагнення до покращення якості ОНП. Як зазначено у ВСО, а також підтверджено в процесі інтерв'ювання авторів ВСО, на ОНП, здійснюється постійний аналіз подібних ОНП ЗВО України (НТУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», НТУ «Харківський політехнічний інститут», Західноукраїнський національний університету (ЗУНУ), Хмельницького національного університету (ХНУ), Державного торговельно-економічного університету (ДТЕУ)). Також здійснюється робота щодо формування змісту ОНП з урахуванням досвіду розробки ОП у Великобританії, Німеччині, США – City University of London, Goethe-Universitaet Frankfurt, University of Massachusetts – Lowell, Yale University, University of Calgary (<http://surl.li/rsleqd>) В процесі спілкування з НПП, розробниками ОНП, академічним персоналом, роботодавцями (зустрічі 3-6, відкрита зустріч) підтверджено, що досвід як українських, так й іноземних ЗВО враховано при викладанні конкретних ОК, які забезпечуються конкретними ПРН

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП є чітко сфокусованою, в її основі лежить концепція омніканального маркетингу та крос-функціональної взаємодії маркетингу в секторах національної економіки з акцентом на використанні комп'ютерних моделей, математико-статистичних методів і цифрових технологій дослідження ринку. Унікальність підтверджується оригінальним набором ОК, сформованими в межах ОНП та їх тематичним наповненням, сформованими за безпосередньої участі всіх зацікавлених сторін. Залучення зовнішніх стейкхолдерів до формування та коригування ОНП має реальний характер, стейкхолдери не лише беруть участь у формуванні її ОК, але активно співпрацюють з кафедрою маркетингу щодо її реалізації, надаючи місця для проходження практики, а також через участь в освітньому процесі, що підтверджено під час відкритої зустрічі, а також зустрічей 1, 2, 3, 5, 6, 8. ЕГ вважає, що ОНП «Маркетинг» має високий рівень узгодженості із якісними характеристиками Критерія 1. ОНП відповідає меті діяльності та стратегічним цілям ЗВО. Залучення стейкхолдерів (здобувачів ВО, випускників, академічної спільноти і роботодавців) до формування та коригування ОНП має реальний характер, їх пропозиції враховуються. На ОНП застосовуються інноваційні практики. Відтак, можна вважати відповідність ОНП Критерію 1 високою. Позитивні практики: вважаємо інноваційною практикою участь як НПП, так і здобувачів РВО у міжнародних проєктах з реальною реалізацією отриманих результатів при викладанні на ОНП, зокрема, спільні дослідження кафедри маркетингу з університетом Портсмут UUT-27 «Розробка «дорожньої карти» інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії» (<http://surl.li/tvvtzq>)

Недоліки

Слабких сторін за Критерієм 1 не виявлено

Рекомендації

-

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень А

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)

ЕГ підтверджує, що загальний обсяг ОНП «Маркетинг» третього освітньо-наукового рівня вищої освіти (PhD) становить 46 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам п. II ст. 5 Закону України «Про вищу освіту». «Обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії становить 30-60 кредитів ЄКТС» (<http://surl.li/jljspo>), з яких обсяг обов'язкових освітніх компонентів становить 34 кредити або 74% (з яких: 19 кредитів – дисципліни загальнонаукової підготовки; 12 кредити – дисципліни професійної підготовки; 3 кредити – професійно-практичної підготовки), а вибіркового – 12 кредитів або 26%. EG також зазначає, що ОК мають різну кредитність: більшість - 3 кредити ЄКТС, ОК «Філософія та методологія наукових досліджень» - 4 кредити, вибірково ОК - 6 кредитів, що не дає можливість уніфікувати НП. Загальний обсяг ОНП «Маркетинг» другого рівня вищої освіти відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти. Перелік вибіркового компонента пропонується здобувачам вищої освіти для формування індивідуальної освітньої траєкторії. ОНП передбачено, що термін навчання становить 4 роки, це підтверджується і графіком навчального процесу.

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

ЕГ підтверджує, що зміст ОНП має чітку і зрозумілу структуру, тобто ОП є структурованою та збалансованою в контексті загального часу навчання, а також змістовно. ОК, які включені до ОНП і НП редакції 2024 року, складають логічну взаємопов'язану систему, що відображено у наведеній структурно-логічній схемі. У матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОНП та у матриці забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами ОНП, наведених в ОП чинної редакції продемонстровано, що кожний ПРН реалістично охоплено і у достатній мірі можна досягти ОК і змістом програми, що також підтверджено у робочих програмах навчальних дисциплін (завантажені у систему НА разом із відомостями СО). Програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікації для 8-го кваліфікаційного рівня за критеріями «знання», «уміння/навички», «комунікація», «відповідальність і автономія», згідно якої третій освітньо-науковий рівень ВО відповідає восьмому рівню НРК. Також EG пересвідчилась, що зміст ОНП забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів. Зокрема навчальні дисципліни професійної підготовки «Комп'ютерні моделі і програмне забезпечення в маркетингу» (ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН6, ПРН8, ПРН10), «Соціально-етичний маркетинг» (ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН10) ознайомлюють здобувачів РВО зі спеціальними методами дослідження предметної області та виокремлюють актуальні наукові проблеми, формують загальнокультурні та громадянські компетентності (ЗК4). Відтак, освітні компоненти, включені до ОНП, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання.

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

Проведений EG аналіз обов'язкових та вибіркового ОК за ОНП «Маркетинг», навчального плану, силабусів навчальних дисциплін, програми практики для третього освітньо-наукового рівня дає підстави зробити висновок, що в ОП відсутні освітні компоненти, які за своїм змістом не мають зовсім зв'язку чи мають неочевидний зв'язок зі спеціальністю 075 Маркетинг. Зміст ОНП постійно удосконалюється, зокрема, через введення тих освітніх компонентів, яких раніше не було, чому сприяє взаємодія зі здобувачами РВО та стейкхолдерами. В ОНП передбачені такі ОК, як: «Комп'ютерні моделі і програмне забезпечення в маркетингу»; «Соціально-етичний маркетинг»; «Оmnіканальний маркетинг»; «Методологія дослідження ринку», які дозволяють досягти заявлених в ОНП ПРН у сфері маркетингу. Опрацювання ОНП, НП, а також таких елементів навчально-методичного забезпечення дисциплін фахового спрямування, як силабуси, робочі програми свідчить про відповідність змісту в цілому предметній області заявленої для неї спеціальності 075 «Маркетинг», що підтверджують проведені інтерв'ю зі стейкхолдерами (зустріч 6 та відкрита зустріч).

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

ЕГ підтверджує, що структура і зміст ОНП «Маркетинг» передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний, довільний вибір здобувачами РВО дисциплін (не менш як 25%

загальної кількості кредитів ЄКТС). Здобувачі РВО ОНП «Маркетинг» третього освітньо-наукового РВО мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію через вибір навчальних дисциплін відповідно з «Положенням про організацію освітнього процесу» <https://op.edu.ua/document/9419> , «Положенням про порядок організації вивчення вибіркового освітніх компонентів» <https://op.edu.ua/document/3354> . Також при формуванні індивідуальної освітньої траєкторії на ОНП здобувачі РВО послуговуються «Порядком визнання результатів навчання, здобутих здобувачами вищої освіти у неформальній та/або інформальній освіті» <https://op.edu.ua/document/13766> , «Положенням про організацію та проведення поточного та підсумкового контролів рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни» <https://op.edu.ua/document/2490> , «Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність» <https://op.edu.ua/document/2501> , «Положенням про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії» <https://op.edu.ua/document/3353> . Вибіркові ОК індивідуального плану здобувача РВО формуються з блоку навчальних дисциплін спеціальності та інших окремих навчальних дисциплін, які здобувач вибирає з каталогу вибіркового дисциплін. Індивідуальна освітня траєкторія здобувача РВО реалізується через індивідуальний навчальний план та індивідуальний план наукової роботи. За ОНП «Маркетинг» здобувачі РВО обирають дві ВК обсягом 12 кредитів ЄКТС. Процедура вибору ОК є автоматизованою, відображається у індивідуальних кабінетах здобувачів РВО. Під час зустрічей зі здобувачами РВО (зустріч 4) було підтверджено дотримання процедури свободи вибору здобувачами РВО вибіркового ОК. Під час навчання на ОНП «Маркетинг» формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів РВО досягається шляхом свободи вибору напрямів наукових досліджень, тем кваліфікаційних (дисертаційних) робіт. Під час зустрічей зі здобувачами РВО ЕГ підтверджено дотримання порядку формування індивідуальної освітньої траєкторії.

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

ЕГ зазначає, що ОНП «Маркетинг» та НП передбачають практичну підготовку здобувачів третього освітньо-наукового РВО, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої викладацької, наукової та професійної діяльності. Педагогічна практика за професійним спрямуванням передбачена у 3 семестрі у обсязі 3 кредити ЄКТС. Під час проходження практики здобувачі РВО залучаються до проведення лекцій, практичних занять, тренінгів для здобувачів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти. Практична підготовка здобувачів РВО за ОНП «Маркетинг» регламентується «Положенням про проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти» <https://op.edu.ua/document/2304> . «Метою практики є набуття досвіду навчально-педагогічної та науково-методичної діяльності, спрямованого на формування інтегральної (ІК), загальних (ЗК1-ЗК4) спеціальних (СК1-СК9) компетентностей, ПРН1-ПРН10». Перед початком практики здобувач РВО погоджує з науковим керівником об'єкт педагогічної практики (ОК фахової підготовки, дотичну до теми дисертації), зміст виконуваних завдань тощо. Здобувачі РВО проходять практику безпосередньо у ЗВО, що було підтверджено під час роботи ЕГ (зустрічі 2, 4, 6). ОНП має практичну спрямованість, здобувачі є практикуючими маркетологами, які беруть участь в освітньому процесі у якості тренерів

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

Під час зустрічей ЕГ зі здобувачами РВО (зустріч 4) та НПП (зустріч 3) отримало підтвердження, що ОНП «Маркетинг» передбачає набуття здобувачами РВО соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям ОНП. Зокрема, на ОНП при викладанні ОК передбачено різні види практичної підготовки: тренінги, ділові ігри, кейси, самостійна робота тощо. Одним з інноваційних підходів щодо набуття соціальних навичок можна вважати залучення здобувачів РВО до проведення тренінгів на на ОП першого і другого рівнів ВО. Зокрема, здобувачі Бут О.В., Карандін О.В., Летницький А.І., Сербін В.І. у 2023-2024 н.р. працювали асистентами на кафедрі маркетингу. Всі вони є практикуючими маркетологами і проводили заняття з ОК бакалаврату, пов'язані з темами їх дисертаційних робіт. Так, Сербін В.І. проводив заняття з ОК «Контекстна реклама», «Цифровий маркетинг», «Маркетингові дослідження в Інтернет»; Карандін О.В. проводив заняття з ОК «Маркетинг в соціальних мережах», «Копірайтинг», «E mail маркетинг». Встановлено, що ОНП «Територіальний маркетинг» найбільше сприяє набуттю соціальних навичок «soft skills» через ОК пулу професійної підготовки, які пов'язані із набуттям навичок соціальної адаптації, виконання групових проектів та командної роботи, застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності, здатністю гнучко та оперативно реагувати на виклики зовнішнього середовища.

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

Обсяг ОНП та її окремих ОК в НУ «Одеська політехніка» регламентуються «Положенням про організацію освітнього процесу» <https://op.edu.ua/document/9419> , «Методичними рекомендаціями із розрахунку навантаження здобувачів вищої освіти» <https://op.edu.ua/document/2537> та іншими нормативними документами ЗВО, якими визначено, що на одну годину лекцій та практичних занять припадає 0,5 год. самостійної роботи здобувачів РВО (СРЗ), лабораторних занять – 1 год. СРЗ. Час, відведений на СРЗ, регламентується НП і становить не менше 1/3 та не більше 2/3 загального обсягу часу, відведеного для вивчення ОК, зміст СРЗ визначається РНПД та навчально-

методичними матеріалами. За НП кількість аудиторних годин – 450 (33%), з них лекції становлять 202 год., ПЗ (ЛЗ) – 248 год. На СРЗ відведено 930 год. (67%). Здобувачі РВО за ОНП «Маркетинг» долучаються до формування фактичного навантаження через участь в обговоренні ОНП. Отже, обсяг ОНП та окремих ОК (у кредитах ЄКТС) реалістично відображає фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання, визначених стандартом та передбачених в ОНП «Маркетинг».

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)

ЕГ відмічає, що ОНП має практичну спрямованість, здобувачі є практикуючими маркетологами, які беруть участь в освітньому процесі у якості тренерів, крім того у структурі ОНП із загального обсягу обов'язкових ОК практикоорієнтованість забезпечують ОК пулу «Навчальні дисципліни професійної підготовки» (загальним обсягом 12 кредитів ЄКТС) та пулу «Практично-професійна підготовка» (3 кредити ЄКТС). Також ОК вибіркової частини (12 кредитів ЄКТС) також є практикоорієнтованими. Таким чином, 58,7% ОК ОНП забезпечують її практикоорієнтованість за спеціальністю 075 Маркетинг. Зміст ОК враховують сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності. Запровадження дуальної форми освіти ОНП не передбачено навчання в Університеті не запроваджено, тому підготовка за такою формою ОНП.

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

В процесі акредитації ЕГ підтверджено, що ОНП забезпечує набуття здобувачами РВО компетентностей, спрямованих на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 р., проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 25.09.2015 р. № 70/1, визначених Указом Президента України від 30.09. 2019 року № 722. Зокрема, зміст ОК ОНП передбачає врахування 5 з 17 визначених цілей. 8 ціль врахована в ОК «Соціально-етичний маркетинг» в темах «Соціально-значущі проекти і програми», «Планування маркетингу в соціальній сфері», «Соціальна компетентність і відповідальність»; 9 також врахована в цій ОК у темах «Соціальні інновації», «Методи просування соціально-значущого продукту», «Маркетинг інновацій (соціально-значущі проекти)». 12 ціль частково врахована в ОК «Оmnіканальний маркетинг» в темах «Новий патерн поведінки споживача», «Методи дослідження споживацької поведінки». 16 врахована в ОК «Управління науковою діяльністю», в темі «Міжнародне науково-технічне співробітництво Європейського Союзу та України в контексті проектів та програм».

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП має практичну спрямованість, здобувачі є практикуючими маркетологами, які беруть участь в освітньому процесі у якості тренерів. Завдяки застосуванню різних видів практичної підготовки, зокрема, через виконання групових проектів та участі у командній роботі, тренінгах, ділових іграх здобувачі РВО за означеною ОНП розвивають соціальні навички (soft skills), що сприяє їх соціальній адаптації, формує здатність гнучко та оперативно реагувати на виклики зовнішнього середовища. ЕГ вважає, що структура та зміст освітньої програми «Маркетинг» третього освітньо-наукового рівня вищої освіти мають достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за всіма підкритеріями Критерія 2. Отже, відповідність ОНП та освітньої діяльності за цією програмою Критерію 2 є достатньою. Позитивні практики: залучення здобувачів РВО в якості третерів (практикуючих маркетологів) для викладання на ОП першого і другого рівнів ВО.

Недоліки

Недоліків не виявлено

Рекомендації

Переглянути на наступному засіданні робочої групи ОП склад ПРН у частині їх узгодженості з ОК, якими вони забезпечуються.

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

На сайті ЗВО на головній сторінці сайту наявний розділ “Вступникам” (<http://surl.li/jrdtqw>), де розміщується актуальна інформація щодо вступної кампанії, так само як і у розділі “Аспірантура та докторантура”, де розміщено спеціальності за якими здійснюється підготовка докторів філософії перейшовши за посиланням певної ОНП можна ознайомитись з правилами вступу на неї. Наявні вкладки «Вступ до аспірантури», «Навчання в аспірантурі», «Контакти» та «Нормативно-правова база» що є інформативними та корисними для абітурієнтів в контексті підкритерію 3.1. Прийом на навчання за ОНП регламентується Правилами прийому на навчання до аспірантури ОНПУ, які оновлюються у ЗВО щорічно (<http://surl.li/xyusqr>). У Правилах прийому міститься вичерпна інформація щодо порядку та умов вступу на ОР аспірантура, зокрема: подано формулу для розрахунку конкурсного балу, спеціальні умови участі в конкурсному відборі на здобуття вищої освіти, визначено терміни та етапи вступної кампанії, умови допуску до вступних випробувань, перелік необхідних для подання заявки на вступ документів. Відповідно до нормативних вимог у вільному доступі розміщено накази про зарахування (<http://surl.li/kfibaf>). Сайт має зручний та зрозумілий інтерфейс, інформацію про вступ на всі рівні вищої освіти, перелік нормативних документів, важливі дати у правилах прийому та порядок роботи Приймальної комісії. Правила прийому є чіткими, зрозумілими для вступників та не містять дискримінаційних положень.

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

Правила прийому на навчання за ОНП «Маркетинг» в ОНПУ повністю відповідають вимогам «Порядку вступу до ЗВО» МОНУ та Стандарту ВО зі спеціальності 075 Маркетинг: до аспірантури приймаються особи, які здобули вищу освіту ступеня магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста). Прийом здійснюється за результатами вступних іспитів зі спеціальності та однієї з іноземних мов (англійської, німецької, французької, іспанська). Програма вступного іспиту зі спеціальності дає можливість перевірити здатність майбутніх здобувачів до опанування ОНП. Зміст програми вступного фахового випробування складається з наведеного переліку тем, в межах яких сформульовані завдання. Білет містить 4 теоретичних завдання (<http://surl.li/dzqnxh>). Термін навчання вступників становить 46 кредитів ЄКТС.

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

іткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, викладено в ЗВО у низці нормативних документів, які доступними для всіх учасників освітнього процесу на сайті закладу: Положення про відрядження, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів вищої освіти» (пункти 3, 4, 6, 8) (<http://surl.li/isqreu>). Зокрема, пункт 8 Порядку визнання результатів навчання та перезарахування навчальних дисциплін; пункт 6.1, абзац 4 «Здобувачам вищої освіти, які реалізують право на академічну мобільність, протягом навчання в іншому вищому навчальному закладі на території України чи поза її межами гарантується збереження місця навчання та виплата стипендії відповідно до положення про порядок реалізації права на академічну мобільність». Положення про академічну мобільність (<http://surl.li/cyscyw>). Відповідно до Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу, формами академічної мобільності для третього освітнього ступеня можуть бути такі: участь у програмах кредитної академічної мобільності учасників академічної мобільності, які здобувають освітньо-науковий ступінь доктора філософії; участь у спільних освітніх та/або наукових проектах (діяльність у складі тимчасової проектної групи, утвореної на певний строк для реалізації мети та виконання завдань певного освітнього або наукового проекту коштом гранту, наданого закладом-партнером); викладання; стажування; наукове дослідження; наукове стажування; мовне стажування; підвищення кваліфікації; інші форми (участь у семінарах, конференціях, виступи та публікації в межах певної спеціальності/галузі знань тощо), що не суперечать законодавству. З метою її забезпечення на кафедрі початкової освіти укладені угоди з вітчизняними та іноземними ЗВО. Можливості для міжнародної академічної мобільності розміщені на сайті в розділі “Аспірантам всіх форм навчання”, проте прикладів участі здобувачів, що навчаються за ОНП, що проходить акредитацію, немає.

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 порядок визнання в НУ “Одеська політехніка” результатів навчання, отриманих здобувачами вищої освіти всіх рівнів у неформальній освіті (<http://surl.li/gzrmpd>) регулює процес визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, але не є легкодоступним на сайті закладу. Під час бесід з різними фокус-групами респондентів ЕГ переконались, що всі вони обізнані з механізмом визнання результатів неформального навчання: подання особою заяви щодо визнання; ідентифікація задекларованих у письмовій формі результатів неформального інформального навчання, які підлягають оцінюванню; оцінювання задекларованих результатів навчання особи та прийняття рішення про визнання і зарахування особі відповідних ОК (складових освітніх компонентів) ОНП або відмову у визнанні. У НУ “Одеська політехніка” визнання результатів неформального навчання особи здійснюється на добровільній основі і розповсюджується на обов’язкові й вибіркові освітні компоненти ОНП. Окремі приклади перезарахування розділів навчальної дисципліни серед здобувачів на ОНП, що акредитується, відсутні.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Вимоги усіх підкритеріїв Критерію 3 на ОНП дотримано: правила прийому на навчання за ОНП є чіткими та зрозумілими, оприлюднені на офіційному вебсайті НУ “Одеська політехніка” та сторінці розділу “Вступникам” та “Аспірантура та докторантура” (підкритерій 3.1), в НУ “Одеська політехніка” визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, під час академічної мобільності та проходження освітніх програм неформальної освіти (підкритерії 3.2 та 3.3). ЕГ пропонує актуалізувати роботу щодо залучення аспірантів до академічної мобільності в дистанційному форматі, що дозволить стимулювати здобувачів до розширення можливостей отримання формальної та неформальної освіти. За підкритерієм 3.4 визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу. Рекомендується проводити додаткове стимулювання здобувачів до проходження курсів неформальної освіти. Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3 відсутні.

Недоліки

Слабкі сторони: низька залученість здобувачів до програм академічної мобільності, відсутність прикладів зарахування відповідних ОК за результатами неформальної освіти.

Рекомендації

З урахуванням умов воєнного стану, відділу міжнародних зв'язків і гаранту ОНП розглянути можливості залучення здобувачів вищої освіти, до програм міжнародної віртуальної мобільності, а також внутрішньої мобільності, в університетах-партнерах. Пропрацювати можливості для пропонування здобувачам проходження додаткових курсів/навчань в рамках неформальної освіти.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень B

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 відповідає вимогам законодавства. Форми й методи навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу, принципам академічної свободи та сприяють досягненню заявлених в освітній

програмі цілей. Освітній процес на ОНП здійснюється за такими формами: аудиторні заняття, самостійна робота, індивідуальні консультації, практична підготовка, контрольні заходи, захист дисертаційної роботи. На ОНП здобувачі можуть скористатися дистанційними курсами; взяти участь у засіданні наукового керівника з аспірантами різних років навчання; отримати індивідуальні консультації викладачів НУ «Одеська політехніка» та провідних фахівців у галузі. Усі форми навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в НУ «Одеська політехніка» (<http://surl.li/pbhcbv>). Здебільшого в основу навчання НПП покладають огнітивно-комунікативний підхід, а також використовують різноманітні методи навчання, зокрема: кейс-методи, брейн-штормінг, воркшопи, роботу в групах, тренінги та інші. Про форми і методи навчання здобувачі мають змогу дізнатися із силабусів дисциплін.

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)

Усі учасники освітнього процесу мають змогу вчасно отримати інформацію щодо цілей, змісту і програмних результатів навчання. Освітньо-наукова програма розміщена на сайті університету (<http://surl.li/ertjpt>) у відкритому доступі. Критерії оцінювання, як і мета дисципліни, ПРН, описані в робочих програмах на сторінці програми, розділ «Освітні компоненти програми» (<http://surl.li/ertjpt>).

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

Головними формами поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОНП є: виконання здобувачами дисертаційних робіт, публікація статей за їх результатами у наукових фахових журналах, підготовка доповідей та тез конференцій, апробація результатів дисертацій на різного роду наукових заходах, виконання завдань з елементами наукових досліджень при опануванні ОК ОНП, а також їх участь у виконанні госпдоговірних тем, науково-дослідних робіт кафедри маркетингу (<http://surl.li/yuibsg>). На кафедрі видається журнал «Маркетинг і цифрові технології» – фахове наукове видання категорії «Б» (<http://surl.li/bgckah>), де здобувачі мають можливість публікувати власні наукові дослідження на безоплатній основі. Серед здобувачів, які публікувалися в журналі: Сербін В., Карандін О., Летницький А. Також, на кафедрі що два роки проводиться Міжнародна наукова конференція «Маркетинг і цифрові технології» (<http://surl.li/mywgqe>), яка націлена на сприяння поєднання здобувачами навчання та досліджень у вигляді доповідей. У рамках реалізації ОНП результати наукових досліджень здобувачів оприлюднюються у формі статей, у т.ч. виданнях, що входять до міжнародних баз даних Scopus, WoS. Наукові дослідження здобувачів відповідно до «Положення про організацію науково-дослідної роботи студентів» (<http://surl.li/ejbgjn>) здійснюються за активної консультативної та методичної підтримки наукових керівників та викладачів, залучених до викладання на ОНП. Апробація результатів через наукові збірники та участь у наукових заходах сприяє вивченню здобувачами методології дослідницької роботи, розвитку професійного наукового мислення та креативного потенціалу. Здобувачі також приймають участь у науково-дослідних роботах кафедри маркетингу. Результати досліджень впроваджуються в межах виконання госпдоговірних та держбюджетних науково-дослідницьких тем, грантів. Так, в межах держбюджетної НДР «Трансформація маркетингу в умовах зміни технологічного укладу» (№0119U000418) працювали здобувачі Сербін В., Карандін О., Бут О., Летницький А. В межах госпдоговірної НДР «Роль маркетингу охоронних агентств для підвищення якості життя громадян міста» (договір № 1893-158) працювали здобувачі Гарник М., Костюк П. В. В межах госпдоговірної НДР «Вплив сервісу на ефективність електронної комерції брендів» (договір № 1911-158) працювали здобувачі Чорний В., Сирма В., Голуб О. В межах гранту «Розробка «дорожньої карти» інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії» працював Добровольський В.

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

Викладачі оновлюють зміст ОК на основі наукових досягнень і сучасних практик у маркетингу. Також, згідно з Положенням про робочу програму навчальної дисципліни (<http://surl.li/qgtoyr>), РП ОК повністю оновлюється, якщо відбуваються: зміни стандартів вищої освіти; зміни чинної освітньої програми, які стосуються даної навчальної дисципліни; впровадження нової освітньої технології. Поточні зміни до РП ОК можуть вноситися щорічно у вигляді додатка до РП ОК, що може містити відомості щодо зміни або уточнення системи контролю та оцінювання рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти, планів практичних або лабораторних занять, тематики есе тощо. Зміни затверджуються на засіданні кафедри маркетингу. Дата і номер протоколу засідання фіксуються у додатку. РП ОК розглядаються на першому в навчальному році засіданні кафедри маркетингу, погоджуються з гарантом ОНП, завідувачем кафедри маркетингу, начальником Центру забезпечення якості вищої освіти, начальником науково-методичного відділу та затверджуються першим проректором університету. Поточні та планові зміни до РП ОК ініціюються як зворотний зв'язок щодо результатів аналізу анкетування здобувачів, пропозицій стейкхолдерів, в т.ч. роботодавців, випускників ОНП, які мають досвід роботи за спеціальністю. Зміст ОК також оновлюється відповідно до новацій у науці, інформаційних технологіях, законодавчих змін, вивчення закордонного досвіду, з яким викладачі кафедри ознайомлюються у процесі проходження стажування, підвищення кваліфікації та

неформальної освіти. Пропоновані зміни обговорюються на засіданнях кафедри, науково-методичних семінарах кафедри та університету. Процес оновлення змісту ОК є систематичним. Так, за результатами виконання міжнародного наукового проєкту з Університетом Портсмута «Розробка «дорожньої карти» інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії» була опублікована стаття Oklander, M., Yashkina, O., Zlatova, I., Cicekli, I., & Letunovska, N. (2024). Digital Marketing in the Survival and Growth Strategies of Small and Medium-Sized Businesses During the War in Ukraine. Marketing and Management of Innovations, 15(1), 15–28. ([http://surl.li/lznqsp\(WoS\)](http://surl.li/lznqsp(WoS))). В результаті до дисципліни «Методологія дослідження ринку» було введено тему «Якісні дані маркетингових досліджень. Програмний продукт «NVivo» для якісного аналізу даних.

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

Інтернаціоналізація ОНП узгоджена із «Концепцією інтернаціоналізації Університету» (<http://surl.li/rovxqn>). Укладені угоди з Вищою технічною школою в Катовицях, Вищою школою економіки та менеджменту суспільного управління в Братиславі, Вищою школою управління та адміністрації в Ополі, кафедрою економіки Комратського державного університету (<http://surl.li/pnsozb>). Виконувались міжнародні проєкти: з Університетом Портсмута (<http://surl.li/vqvmec>); з Посольством США в Україні (<http://surl.li/czuafi>); в Міжнародній науковій конференції «Маркетинг і цифрові технології», що проводиться на кафедрі (<http://surl.li/mywgqe>), брав участь Президент Європейської Конфедерації Маркетингу Ендрю Харвей (<http://surl.li/jtenzw>); круглий стіл з представниками Європейського Фонду Освіти Деєм А., Львовою М. (<http://surl.li/wlvwmv>) та інші.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ спостерігає повну відповідність за підкритерієм 4.1, оскільки форми і методи навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрированого підходу, принципам академічної свободи та сприяють досягненню заявлених в освітній програмі цілей; підкритерієм 4.2, усі учасники освітнього процесу мають змогу вчасно отримати інформацію щодо цілей, змісту і програмних результатів навчання, освітньо-наукова програма розміщена на сайті університету у відкритому доступі, критерії оцінювання, як і мета дисципліни, ПРН чітко описані в робочих програмах та силабусах; підкритерієм 4.3, бо заклад вищої освіти забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньої програми відповідно до третього рівня вищої освіти, спеціальності 075 Маркетинг та цілей ОНП; підкритерієм 4.4, оскільки НПП оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі вчасно та в повному обсязі; підкритерієм 4.5 щодо навчання, викладання та наукових досліджень, пов'язаних з інтернаціоналізацією діяльності закладу вищої освіти. Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4 відсутні.

Недоліки

Інтернаціоналізація діяльності заходу протягом останніх кількох років уповільнилась. Останній проєкт завершено у 2023 р.

Рекомендації

З урахуванням умов воєнного стану, продовжувати інтернаціональну діяльність в онлайн режимі, зважаючи на зовнішні чинники, та активніше долучати до участі у ній здобувачів, що навчаються за ОНП.

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

Форми контрольних заходів чітко прописані в окремих документах, які знаходяться у вільному/відкритому доступі на офіційному інтернет-ресурсі НУ «Одеська політехніка». Зокрема, «Положенням про організацію освітнього процесу в Державному університеті «Одеська політехніка» (https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/polozhennya_pro_organizaciyu_osvitnogo_procesu_v_derzhavnomu_universyteti_odeska_politehnika.pdf) визначається такі форми контролю, як поточний та підсумковий. Деталізовано ці форми контролю в окремому документі - «Положення про організацію та проведення підсумкового, поточного та модульного контролів рівня навчальних досягнень студентів» (<https://op.edu.ua/document/2490>). Це документ містить також вимоги до оформлення модульних та екзаменаційних робіт. В межах поточного контролю проводиться оцінювання самостійної роботи аспірантів, міру володіння ними навичками наукового аналізу та проведення досліджень заданої тематики. До прикладу, в рамках дисципліни «Методологія дослідження ринку» індивідуальні завдання, які виконують здобувачі ВО, корелюють із програмними результатами навчання, визначеними робочою програмою навчальної дисципліни, водночас містяться (за погодженням із відповідальним за цю освітню компоненту викладачем) в межах наукової тематики здобувача. Поточний контроль здійснюється як в усній, так і письмовій формі. Однією із таких письмових форм поточного контролю є модульні контрольні роботи, успішне написання яких, разом з іншими високими оцінками поточної успішності (отримання 90% і більше балів від їхнього максимуму), дозволяє отримати позитивну оцінку з дисципліни без потреби проходження підсумкового контролю у формі екзамену. Підсумковий контроль здійснюється виключно в усній формі з розподілом балів питань білету 60/40, де 60% балів – теоретична складова, решта – практична. Об'єктивність оцінювання забезпечується шляхом присутності двох викладачів, мінімум один з яких є викладачем, відповідальним за викладання дисципліни, в рамках якої підсумковий контроль здійснюється. Досягнення визначених ОНП програмних результатів освітньої компоненти в межах окреслених вище форм контролю окреслюється робочими програмами навчальних дисциплін, уніфікація підходу до розроблення яких забезпечується діючим в ЗВО «Положенням про робочу програму навчальної дисципліни» (<https://op.edu.ua/document/16535>)

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

Результати навчання, відповідно до вимог стандарту вищої освіти зі спеціальності Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти не вимагає підтвердження результатів єдиного державного кваліфікаційного іспиту зі спеціальності. Щодо форми атестації, вони повністю відповідають вимогам згаданого стандарту: як підготовка фахівців третього рівня вищої освіти, (майбутніх випускників освітньо-наукової програми «Маркетинг» НУ «Одеська політехніка») завершується у формі публічного захисту дисертації на спеціалізованій вченій раді та видачею документу встановленого зразка про присудження випускнику ступеня доктора філософії. В університеті розроблено Положення щодо порядку присудження ступеня доктора філософії в університеті (https://opu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/polozhennya_shchodo_poryadku_prisudzhennya_stupenya_doktora_filosofii_v_universiteti.pdf), яке деталізує процедуру атестації – положення повністю відповідає вимогам Стандарту.

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

Під час зустрічі з учасниками освітнього процесу ЕГ визначила, що правила проведення контрольних заходів відомі здобувачам вищої освіти, які навчаються за ОНП «Маркетинг»: усі деталі повідомляються викладачами на першому в навчальному семестрі занятті з дисципліни, розподіл балів, які виділяються на поточний та підсумковий контролі їм також відомі. Об'єктивність оцінювання результатів контрольних заходів забезпечується залученням до цього процесу двох науково-педагогічних працівників, як мінімум один з яких є відповідальним за викладання занять з дисципліни, в рамках якої цей контрольний захід здійснюється. При цьому, працівники використовують критерії, зазначені в робочій програмі навчальної дисципліни. В рамках забезпечення процедури запобігання конфлікту інтересів розроблений Кодекс професійної етики та поведінки працівників НУ «Одеська політехніка». Документ задає рамки взаємовідносин між працівниками ЗВО та між працівниками та здобувачами вищої освіти та є однією з точок віднесення при вирішенні потенційних конфліктних ситуацій. Подібні рамкові норми цього разу – щодо процедур запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, - містить документ «Заходи щодо недопущення корупційних проявів та запобігання конфлікту інтересів». Окрім іншого, в ньому передбачено, що у випадку наявності потенційного конфлікту інтересів через наявність окреслених в документі ознак керівник структурного підрозділу (зокрема, завідувач кафедри маркетингу) зобов'язаний у двохденний термін повідомити про це керівника вищого рівня (письмово) та вжити належних заходів щодо запобігання такого конфлікту та, в разі його настання, вирішення на користь його усунення. Більшу деталізацію, щодо порядку оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, містить згадане раніше Положення про організацію освітнього процесу (https://opu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/polozhennya_oor_2019_1.pdf) в якому прописано, що усі здобувачі вищої освіти, які за підсумками екзамену отримали оцінку «незадовільно» (1-60 балів зі 100 можливих),

допускаються до перескладання екзамену за розкладом, затвердженим директором інституту (у випадку отримання 35-59 балів). Терміни підсумкового контролю можуть бути змінені здобувачу з поважних причин за погодженням з директором навчально-наукового інституту (при наявності документів, які обґрунтовують ці підстави). У випадку отримання менше ніж 35 балів, здобувач повинен пройти повторне навчання за цією дисципліною. За несприятливої безпекової ситуації передбачено проведення контрольних заходів із використання асинхронних платформ (у випадку ОНП «Маркетинг» - Class Room) та засобів відео-зв'язку (вид використовуваного сервісу – за погодженням між викладачами та слухачами курсу)

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

Під час виїзної експертизи було встановлено, що політика і процедури дотримання академічної доброчесності, з якими аспіранти ознайомлюються в беззмінному порядку, відображені у цілому ряді документів: Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності (<https://op.edu.ua/document/8818>); Положенні про академічну доброчесність (<https://op.edu.ua/document/13802>); Порядку перевірки навчальних, кваліфікаційних, навчально-методичних та наукових робіт на унікальність та наявність академічного плагіату (<https://opu.ua/document/2754>); Кодексі професійної етики та поведінки працівників (<https://opu.ua/document/2436>); Положенні про групу сприяння академічній доброчесності (https://opu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/polo-76.pdf); Положення про кафедральні комісії з академічної доброчесності (https://opu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/polo-17.pdf); Процедурі організації моніторингу оцінювання здобувачів вищої освіти та аналізу освітньої діяльності (<https://opu.ua/document/2536>); Положенні про робочу програму навчальної дисципліни (<https://op.edu.ua/document/16535>); Положенні про організацію та проведення поточного та підсумкового контролів рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни» (<https://opu.ua/document/2490>); Положенні щодо порядку присудження ступеня доктора філософії (https://opu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/polozhennya_shchodo_prysudzhennya_stupenya_df.pdf). Вибудована чітка структура моніторингу за академічною доброчесністю (від центрального рівня управління до рівня кафедри) дає змогу забезпечити дотримання цих вимог. Окрім того, практика академічної доброчесності пропагується серед аспірантів, зокрема за рахунок розгляду цього питання в рамках дисципліни «Управління науковою діяльністю» наукових статей, монографій, дисертацій, інших наукових та методичних матеріалів використовується платний ресурс Strike Plagiarism

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Усі матеріали та нормативні документи, необхідні для забезпечення освітнього процесу в рамках освітньо-наукової програми «Маркетинг» навчання за ОНП «Маркетинг» розміщені у вільному доступі на офіційному інтернет-ресурсі ЗВО та платформі Google Classrooms. Робочі програми та силабуси дисциплін, що викладаються на програмі, містять усю необхідну інформацію для здобувача щодо контрольних заходів та їх форми. Сильною стороною є наявність чітко прописаних процедур та механізмів забезпечення, дотримання академічної доброчесності, процедури реагування на порушення академічної доброчесності та притягнення до відповідальності. Усі аспіранти знайомі з цими процедурами, проявили належне розуміння актуальності поняття «академічна доброчесність та декларують дотримання цих процедур. Позитивні практики: В НУ «Одеська політехніка» діє ієрархія «груп сприяння академічній доброчесності» на університетському, інститутському та кафедральному рівнях, що (разом з загальним несприйняттям цих негативних практик серед професорсько-викладацького складу та здобувачів - висновки експертів за результатами розмови зі стейкхолдерами, проведені в рамках виїзного візиту) забезпечує нульову толерантність до недоброчесності та плагіату.

Недоліки

Здобувачі вищої освіти, з якими спілкувалась ЕГ в другий день візиту, не в повній мірі знайомі з усім спектром ймовірних конфліктних ситуацій, не всі змогли дати вичерпну відповідь щодо процедур їх вирішення.

Рекомендації

Рекомендовано: гаранту ОНП та науковим керівникам на початку першого семестру поширювати серед здобувачів РВО знання чітких процедур вирішення ймовірних конфліктних ситуацій, пов'язаних із необ'єктивним оцінюванням, конфліктом інтересів тощо. Попри те, що в рамках забезпечення зворотного зв'язку зі здобувачами (з

метою моніторингу навчально-наукового процесу в рамках ОП та збору ймовірних пропозицій щодо її вдосконалення) як дієвий спосіб практикуються індивідуальні розмови з ними з боку їхніх наукових керівників, гаранта, НПП, що забезпечують виконання освітньої складової ОНП, доцільно більш активно стимулювати проходження цими здобувачами опитувань щодо оцінювання якості ОНП - за допомогою спеціалізованої анкети, яку розміщено у вільному доступі на офіційному ресурсі ЗВО

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

ЕГ засвідчує, що кваліфікація НПП, що реалізують ОНП, забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів, визначених в ОК. ЕГ проаналізувала якісний склад НПП даної ОП. До реалізації залучено 6 НПП: якісний склад НПП представлений 4 докторами економічних наук (67 %), з них мають вчене звання професора – 4 (100% з числа докторів) та 2 кандидати економічних наук (33 %), які мають вчене звання доцента. Найякший якісний склад повністю задовольняє освітній та науковий процес підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Залучені до реалізації ОНП НПП мають наукові та науково-практичні доробки, які відповідають профілю їх освітньої діяльності; мають публікації, які пройшли апробацію у міжнародному науковому просторі (зокрема, у виданнях, що індексуються у наукометричних базах Scopus та Web of Science); пройшли підвищення кваліфікацій у наукових та практичних установах; беруть участь у міжнародних проектах, НДР, представлені у якості членів редакційних колегій наукових фахових видань України; мають низку методичних розробок для забезпечення освітнього процесу, зокрема, на ОНП «Маркетинг».

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

В процесі акредитаційної експертизи ЕГ пересвідчилась, що процедури конкурсного добору викладачів на ОНП є прозорими, недискримінаційними і, завдяки, чітко сформованому алгоритму дають можливість забезпечити потрібний рівень професіоналізму для успішної реалізації ОНП. Конкурсний добір ОНП регламентує «Порядок про проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (контрактів)...» <https://ori.ua/document/2485> . Положення відповідає принципам прозорості та публічності, гуртуються на принципах змагальності, рівності, об'єктивності та неупередженості. При конкурсному доборі особлива увага приділяється наявності публікацій у фахових та наукометричних виданнях, підвищення кваліфікації, практичний досвід щодо ОК, участь у міжнародній мобільності. Добір відбувається за конкурсною процедурою та за умови попереднього обговорення претендентів трудовим колективом кафедри, зокрема щодо рівня наукової та професійної активності та володіння державною мовою. До заяви претендента додаються анкета-резюме, список наукових праць, звіт про роботу за попередній період, копії документів про підвищення кваліфікації протягом останніх п'яти років, тощо. Під час добору викладачів для роботи на ОНП також враховуються участь викладача у процесах забезпечення якості вищої освіти та відгуки здобувачів. При проходженні конкурсного відбору, особа приймається на роботу із укладанням контракту: завідувач кафедри – на 5 років, із професором / доцентом – на термін не менше 2-х та не більше 5 років. В процесі інтерв'ю академічний персонал підтвердив процедуру проходження конкурсного відбору (зустріч 3, зустріч 7).

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

Під час експертизи ЕГ пересвідчилась, що кафедра маркетингу активно співпрацює із роботодавцями, їх організаціями, професіоналами-практиками та експертами галузі. Це відбувається шляхом: проведення лекцій, проведення спільних науково-методичних заходів. Зокрема, здобувачі РВО за ОНП брали участь у семінарах на базі ТОВ «Телекомунікаційні технології». Здобувачі РВО, які є практикуючими маркетологами (Бут О., Карандін О., Летницький А., Сербін В.) викладали на ОП Маркетинг бакалаврського рівня, а також проводили тренінги для здобувачів ВО та НПП кафедри маркетингу. До освітнього процесу також долучалися керівник SMM агенції «Weberg» Пронькіна Н., керівник відділу маркетингу ТОВ «ДК Одеком девелопмент» Левковський О., керівник відділу маркетингу «Цитрус» Тонін Д. Представники цих організацій на зустрічах підтвердили процес співробітництва з учасниками ОНП щодо залучення до освітнього процесу, стажування викладачів, надання доцільних рекомендації щодо змісту ОНП (зустріч 6, відкрита зустріч). Така взаємодія значно актуалізує ОНП.

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

Процедури, за якими ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності включають як матеріальне, так і нематеріальне заохочення, що передбачено «Положенням про заохочення працівників за високі досягнення в науковій діяльності» https://opu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/scopus_2019.pdf , зокрема, НПП, результати дослідження яких оприлюднені у періодичних наукових виданнях міжнародних науко-метричних баз SCOPUS або Web of Science, признається надбавка до посадового окладу терміном на два місяці. На зустрічах 2 та 3 НПП зазначали, що відповідно до «Процедури соціальної підтримки здобувачів вищої освіти та працівників» https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/node_docs/socialna_pidtrymka_studentiv_ta_pracivnykiv_onpu_03_11_2019.pdf) здійснюється заохочення НПП за високі досягнення в навчальній, методичній та організаційній роботі, а також отримання ними доплат за складність та напруженість у роботі, за виконання особливо важливої роботи у відсотках від посадового окладу працівника; матеріальна допомога для можливості відпочинку, зокрема, у спортивно-оздоровчому таборі «Чайка». Стимулює постійний саморозвиток і удосконалення викладацької майстерності система рейтингування навчальної та наукової діяльності викладачів кафедри і відповідно до цього заохочення: оголошення подяки, нагородження грамотами і почесними відзнаками. Так, у 2022-2023 н.р. за результатами роботи кафедри та досягненням успішного виконання планових завдань були премійовані працівники кафедри економіки і маркетингу. За результатами наукових досягнень у 2023-2024 рр., безпосередньо за публікування наукових статей у виданнях, які належать до наукометричних баз даних WoS, Scopus отримала надбавку проф. Яшкіна О.І.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ вважає, що структура та зміст ОНП «Маркетинг» за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти має достатній рівень відповідності та узгодженості за якісними характеристиками за підкритеріями 6.1-6.4. На ОНП задіяний компетентний викладацький склад. Зокрема, Програма забезпечена фахівцями з досвідом роботи у сфері цифрового маркетингу, досліджень ринку, що дозволяє здобувачам отримати сучасні знання від практиків. Освітня діяльність за цією програмою відповідає вимогам, що висуваються до Критерію 6.

Недоліки

Недоліки за Критерієм 6 відсутні

Рекомендації

При виборі бази проведення стажування чи підвищення кваліфікації викладачів враховувати спрямування ОНП «Маркетинг», обираючи ті освітні установи, де наявні кафедри маркетингу та аналогічні програми.

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

Під час акредитаційної експертизи матеріально-технічних ресурсів експертною групою було встановлено, що дані ресурси забезпечують досягнення визначених ОНП цілей. Матеріально-технічна база ЗВО мала всі належні умови для навчання здобувачів ОНП. Аудиторії, що були задіяні у процесі навчання у головному корпусі університету обладнані новою комп'ютерною технікою з ліцензованим програмним забезпеченням (пакет Microsoft, SPSS Statistics, програмний пакет R, програмний продукт NVivo), доступом до інтернету та мультимедійними дошками,

що було продемонстровано НУ “Одеська політехніка” під час огляду матеріально-технічної бази. Для ЗО у вільному доступі є спортивна зала, їдальня, гуртожитки, психологічний центр. Проте головний корпус НУ “Одеська політехніка”, та кілька інших будівель університету було зруйновано та пошкоджено влучанням російської ракети, через що наразі навчання в університеті проводиться дистанційно. Навчально-методичне забезпечення дистанційного навчання ОНП сприяє досягненню цілей, завдань, ПРН, про що засвідчують здобувачі та НПП. Також за ОК ОНП розроблені силабуси навчальних дисциплін (<http://surl.li/ertjpt>), ЕНК на платформі Google Classroom, наповнення та зміст яких було продемонстровано ЕГ під час огляду ресурсів дистанційного навчання. Система дистанційного навчання і консультування забезпечується завдяки платформам й інструментам Google які мають розширений корпоративний функціонал, та ліцензованим продуктам Microsoft. На базі НУ “Одеська політехніка” функціонує науково-технічна бібліотека (<http://surl.li/nhmvmv>), яка забезпечує доступ до відкритих архівів, пошукової платформи Web of Science, бібліографічної і реферативної бази даних Scopus.

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

Під час проведення зустрічей зі здобувачами, НПП та іншими структурними підрозділами НУ “Одеська політехніка” ЕГ було визначено, що ЗВО на достатньому рівні забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОНП. Зокрема, здобувачі вільно користуються бібліотекою університету, мають доступ до електронних ресурсів за допомогою системи Google Classroom. ЗВО дає можливість безоплатної перевірки студентських та викладацьких робіт на наявність плагіату спеціалізованим сервісом Unicheck тощо. Доступ до літератури та методичного матеріалу надається також у режимі онлайн. Публікації результатів дослідження у збірниках праць Університету для аспірантів є безкоштовними. Це було підтверджено ЕГ під час проведення зустрічей з фокус-групами.

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

ЕГ констатує, що ЗВО був оснащений необхідними засобами для дотримання техніки безпеки життєдіяльності, проте внаслідок влучання російської ракети, головний корпус ЗВО, та інші будівлі зруйновано, що унеможливило повноцінне офлайн навчання. Проте онлайн інфраструктура функціонує відповідним чином, та забезпечує всім необхідним здобувачів на ОНП. Також, за потреби, здобувачі також можуть бути заселеними в гуртожитки, в яких облаштовано укриття. Під час зустрічей з фокус-групами підтверджено факт функціонування психологічної служби НУ “Одеська політехніка” для підтримки психічного здоров'я здобувачів, проводяться заходи для поширення обізнаності серед студентів про програми підтримки психічного здоров'я, зокрема створені спільні “Дисципліни” в Google Classroom, через які проводяться загальні лекції, та надається можливість записатись на персональну, конфіденційну психологічну консультацію, що було продемонстровано ЕГ під час огляду матеріально-технічної бази. У колективі ЗВО панує взаємоповага. Також ОНПУ регулярно проводяться опитування серед здобувачів освіти на ОНП щодо їхніх потреб та інтересів. Результати обговорюються на засіданнях кафедр, що було підтверджено НПП. За свідченнями здобувачів умови навчання є сприятливими. При огляді матеріально-технічної бази та під час спілкування із запрошеними особами, ЕГ було встановлено, що освітнє онлайн середовище дозволяє задовольнити потреби та інтереси здобувачів. Здобувачі окремо виділили прозорість спілкування та готовність працівників НУ “Одеська політехніка” підтримати та проконсультувати їх стосовно будь-якого питання. Задоволеність здобувачами матеріально-технічною базою та науковими ресурсами університету підтверджено під час зустрічі з фокус-групою.

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

Освітня підтримка: - здобувачі можуть ознайомитись із необхідною нормативно-правовою базою на офіційному сайті ЗВО (<http://surl.li/jlwpvj>), отримати актуальну інформацію щодо освітнього процесу (розклад, графіки освітнього процесу, призначення стипендій, оплата за навчання на сайті НУ “Одеська політехніка”. Організаційна підтримка: - взаємостосунки здобувачів із НУ “Одеська політехніка” із адміністративних та організаційних питань реалізуються через наукових керівників, відділ аспірантури та докторантури, через офіційний сайт, соціальні мережі та інші засоби електронного зв'язку. Інформаційна, соціальна та консультативна підтримка: - НУ “Одеська політехніка” та студентське самоврядування постійно інформує здобувачів через мережі Telegram (<http://surl.li/lwehup>, <http://surl.li/shmboo>), Facebook (<http://surl.li/firtyq>, <http://surl.li/ifjnac>); - ЕГ засвідчилась у тому, що інформація про міжнародні гранти і стипендії доступна на сторінці Міжнародної співпраці, а також окремо для аспірантів в розділі “Аспірантам всіх форм навчання” (<http://surl.li/xsjrlj>); - інформаційна підтримка ЗО реалізується через висвітлення новин та офіційної інформації на сайті ЗВО та сторінках в соціальних мережах. Потреби та інтереси здобувачів та інших стейкхолдерів визначаються за допомогою щорічних опитувань (<http://surl.li/zkrvur>), які можна пройти за бажанням в будь-який час, та зустрічей на кафедрах, включаючи

спілкування з науковими керівниками (для здобувачів). Позитивною практикою є наявність платформи дистанційного навчання на базі Google Classroom, яка дозволяє здобувачам ознайомитись з описом та метою ОК, силабусами, навчальними ресурсами, теоретичним навчальним матеріалом, практичними завданнями, інформацією про зміст іспиту/заліку та додатковими навчальними матеріалами. Контент ОК продемонстрований ЕГ на зустрічах з фокус-групами. Також позитивною практикою є функціонування окремого телеграм боту (<http://surl.li/gueyqd>) від студради, який дозволяє автоматизувати звернення здобувачів з будь-яких питань.

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

В Університеті триває трансформація інклюзивної інфраструктури у безбар'єрний навчальний простір, реалізується інклюзивна освітня політика на основі «Положення про організацію інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми потребами» (<http://surl.li/ytfxrz>) та «Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення під час перебування на території (в приміщеннях) університету» (<http://surl.li/gmuwyz>). В університеті створено групу психологічно-педагогічного супроводу інклюзивного навчання. Під час реалізації ОНП, що акредитується, здобувачів з особливими освітніми потребами не було. Проте, в Університеті є досвід інклюзивної освіти. Наразі навчання в НУ «Одеська політехніка» проводиться дистанційно.

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

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) базується на унормованій антикорупційній політиці Університету і регламентовані нормативними документами. Відповідно до ст.8 «Кодексу професійної етики та поведінки працівників університету» (<http://surl.li/lhumyx>), що розміщено на сайті університету в розділі «Нормативно-правові акти», НПП та здобувачі повинні дотримуватись норм етики, моралі, поважати гідність, національні особливості, права, свободи і законні інтереси осіб; настановленням й особистим прикладом утверджувати повагу до суспільної моралі та суспільних цінностей. Згідно з процедурою «Соціальна підтримка здобувачів вищої освіти та працівників» (<http://surl.li/klgmfy>), для працівників та здобувачів під час освітнього процесу не є прийнятними будь-які форми фізичного, сексуального та психічного насильства, приниження їх честі та гідності. Шляхи вирішення конфліктних ситуацій в Університеті прописані у вказівці «Про запровадження обліку повідомлень працівників про наявність конфлікту інтересів та результатів їх розгляду» № 3-у від 06.02.2018р. Вона передбачає, що конфлікти врегулюються після надходження звернення. Реагуючи на це, наказом ректора створюється Комісія з розгляду конфліктної ситуації, яка перевіряє факти, які викладено у заяві. У випадку підтвердження до порушника застосовуються види відповідальності, передбачені законами України та Статутом університету (звільнення або відрахування з університету). Згідно із Законом «Про запобігання корупції», в університеті діє Антикорупційна програма, що розміщена на сайті НУ «Одеська політехніка» (<http://surl.li/gmlfbp>). Розроблено і функціонує Положення про комісію з оцінки корупційних ризиків (<http://surl.li/wtzcjd>) та загальні засади її діяльності (<http://surl.li/gihiuo>). Щорічно викладачі підписують попередження про кримінальну відповідальність за корупційні дії. З ініціативи керівництва НУ «Одеська політехніка» проводяться анонімні опитування щодо виявлення випадків корупції під час навчального процесу. Під час реалізації ОНП, що акредитується, випадків виникнення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) не зафіксовано, що підтвердилось під час спілкування з фокус-групами.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП відповідає вимогам критерію 7. Зокрема, наявна відповідність підкритеріям: 7.1 Наявні матеріально-технічні умови сприяють набуттю зазначених в ОНП компетентностей та ПРН; 7.2 Заклад вищої освіти забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми. 7.4 НУ «Одеська політехніка» регулярно проводить опитування, має комфортну для здобувачів та якісну комунікацію з ними шляхом використання актуальних соціальних мереж та безпосередньої залученості наукових керівників; 7.5 Для осіб з особливими потребами створені умови; 7.6 Політика врегулювання конфліктних ситуацій зрозуміла та чітка, що підтвердили всі залучені навчального процесу. В рамках підкритерію 7.3, забезпечення офлайн матеріально-технічною базою можна вважати недостатнім, через обставини війни в Україні. Проте онлайн інфраструктура організована належним чином. Позитивні практики: Наявність платформи дистанційного навчання на базі Google Classroom, яка дозволяє здобувачам ознайомитись з описом та метою ОК, силабусами, навчальними ресурсами, теоретичним навчальним матеріалом, практичними завданнями, інформацією про зміст іспиту/заліку та додатковими навчальними матеріалами. Контент ОК продемонстрований ЕГ на зустрічах з фокус-групами. Функціонування окремого телеграм боту (<http://surl.li/gueyqd>) від студради, який дозволяє автоматизувати звернення здобувачів з будь-яких питань.

Недоліки

Слабкі сторони: недостатнє забезпечення здобувачів офлайн матеріально-технічною базою, через те, що головний корпус університету зазнав руйнувань внаслідок збройної агресії росії.

Рекомендації

Керівництву ЗВО за можливості реалізувати необхідну підтримку здобувачів матеріально-технічною базою для проведення навчання в інших навчальних корпусах.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

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 освітніх програм в ЗВО регулюються окремими документами – «Процедура з розроблення освітніх програм» (<https://op.edu.ua/document/11604>) та «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості» (<https://op.edu.ua/document/8818>). Відповідно до зазначених документів, процедура розроблення та оновлення ОП є повністю транспарентною та передбачає залучання здобувачів вищої освіти, роботодавців та стейкхолдерів.

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

Метою моніторингу ОНП «Маркетинг» є виявлення досягнення нею встановленої мети та відповідність ОНП потребам здобувачів, стейкхолдерів, наукової спільноти. Щодо здобувачів, такими прикладами їхнього залучення можна вважати практику періодичного запрошення здобувачів на тематичні засідання кафедри (засіданнях, присвячених обговоренню ОНП). Це підтверджується відповідними протоколами засідань :№ 1 від 30.08.2021 р., № 4 від 4.11.2021 р., № 12 від 21.06.2022 р., № 7 від 15.12.2023 р.). Також, здобувачі мають змогу пройти опитування (<https://op.edu.ua/quality/monitordis>), в якому вказати власний рівень задоволення з освітньо-наукового процесу, надати власні пропозиції. З огляду на особливий характер взаємовідносин між здобувачами вищої освіти, що навчаються на ОНП та викладачами, які її забезпечують, дієвим механізмом забезпечення зворотнього зв'язку є також безпосереднє спілкування з відповідальною за програму особою – її гарантом.

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

Аналіз процедур, спілкування з потенційними роботодавцями в рамках 2 дня візиту дозволяють стверджувати, що роботодавці належним чином залучені до процесу перегляду ОНП та інших процедур забезпечення її якості. Так, У 2021 р. було оновлено програму шляхом затвердження ініціативи в тому числі роботодавців, пов'язаної із включенням в ОНП ОК «Соціально-етичний маркетинг». Також, у 2022 р. проф. Хумарова Н.І. (заст. директора ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень» НАН України) запропонувала додати до ОНП дисципліну «Методологія дослідження ринку». Лилик І.В. (президент ГО «УАМ») підтримала принципи організації педагогічної практики, висловила позитивно щодо слухності введення додаткової спеціальної компетентності та програмного результату навчання: СК9 «Здатність виконувати дослідження в межах омніканальної парадигми та кросфункціональної взаємодії маркетингу з використанням сучасного технологічного та інформаційно-аналітичного забезпечення» та ПРН10 «Використовувати інноваційні технології, методи та моделі щодо підвищення ефективності омніканального маркетингу» (протокол № 12 від 21.06.2022 р.)

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

Наразі єдиним випускником ОНП є Кудіна А.В., яка у жовтні 2021 року успішно захистила дисертацію. До вересня 2024 р. вона працювала на кафедрі на посаді доцента, наразі з сімейних обставин змінила місце проживання, але з нею тримається постійний контакт. Подібна практика індивідуального підходу до відслідковування кар'єрного шляху випускників декларується гарантом у майбутньому. Враховуючи тісний контакт здобувачів з ним та/або з науковими керівниками (це продемонструвало спілкування з аспірантами), ця інформація має високий прогнозований рівень достовірності.

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

Опитування заінтересованих сторін забезпечується відповідними анкетуваннями як здобувачів (про це йшлося вище) та роботодавців (<https://opu.ua/quality/stakeholders>). Також, опитування стейкхолдерів є можливим і зовні ЗВО - на засіданнях підкомісії «Маркетинг» НМК з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти НМР МОН України (гарант є її членом) та в рамках діяльності Міжнародного інституту маркетингу, до діяльності якого залучені проф. Окландер М.А. та проф. Яшкіна О.І. Окремий центральний орган університету – Рада з якості – забезпечує постійний моніторинг усіх освітніх програм.

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 ОНП «Маркетинг» є первинною, тому зауваження та пропозиції, сформульовані під час попередніх акредитацій, стосуються інших ОП, які проходили цю процедуру в університеті. Координацію цієї роботи забезпечує структурний підрозділ «Центр з забезпечення якості вищої освіти» (<https://op.edu.ua/quality/czjvo>)

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

Відповідно до «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності...» (<https://op.edu.ua/document/8818>) передбачено трирівнева структура системи забезпечення якості вищої освіти: кафедральний рівень (із залученням здобувачів), рівень інститутський та рівень центральний – через діяльністю Ради з якості освітньої діяльності (<https://opu.ua/about/eqb>) та Центру забезпечення якості вищої освіти (виконавчий орган) (<https://opu.ua/quality/czjvo>). Водночас, поза вказаними вище формальними процедурами, які є підтвердженням того, що в університеті загалом та в рамках акредитованої ОНП зокрема сформована культура якості, яка сприяє постійному розвитку освітньої програми, слід відзначити також інші прямі та опосередковані свідчення цього: результати розмови в рамках виїзної експертизи з усіма групами стейкхолдерів (1); висновки з ретроспективного аналізу внесення змін в ОНП та до змістовної частини її ОК (2).

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Університет послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм. Підтверджена документація та спілкування зі здобувачами та роботодавцями дають підстави стверджувати, що їх залучають до перегляду ОНП на постійній основі.

Недоліки

Опитування здобувачів вищої освіти в рамках забезпечення зворотного зв'язку з ними та збору пропозицій щодо оновлення освітніх програм в університеті здійснюється на підставі стандартизованого інструменту - анкети. Такий підхід не дозволяє врахувати специфіки освітньо-наукових програм, зокрема - ОНП «Маркетинг»

Рекомендації

Гаранту та науковим керівникам посилити роз'яснювальну роботу серед здобувачів вищої освіти, які навчаються на ОНП «Маркетинг» щодо структури сайту та інформації, яка на ньому міститься

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

Права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу прописані в Статуті університету (<https://drive.google.com/file/d/19kmVuh1VPiKtAc5Dn9hUKpP8NJbBhIEi/view>), Правилах внутрішнього розпорядку (<https://opu.ua/document/3695>); Положенні про організацію освітнього процесу (<https://op.edu.ua/document/9419>), Колективному договорі (<https://opu.ua/staff/collective-agreement>); Контракту здобувача вищої освіти (<https://opu.ua/document/2565>); Положенні про академічну доброчесність (<https://op.edu.ua/document/13802>); Положенні про організацію інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми потребами (<https://opu.ua/document/2486>); Положенням про проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти (<https://opu.ua/document/2304>) тощо. Увесь перелік відповідних документів знаходяться у фільному доступі на офіційному інтернет-ресурсі НУ «Одеська політехніка» у розділах «Нормативна база» (https://opu.ua/education/normative_base) та «Основні документи» (https://opu.ua/about/set_up_documents). Загалом, усі нормативно-правові документи, в тому числі ті, де визначені чіткі і зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, є доступними для перегляду і розміщені у вільному доступі на сайті ЗВО

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

Проєкт ОНП «Маркетинг» знаходиться у відкритому доступі на сайті університету: <https://op.edu.ua/education/programs/phd-075-0>. Зауваження та пропозиції заінтересованих сторін до проєктів освітніх програм можна подати на сторінці: <https://op.edu.ua/quality/stakeholders>

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

Під час проведення акредитаційної експертизи встановлено наявність ОНП «Маркетинг» у вільному доступі на сайті ЗВО (<https://op.edu.ua/education/programs/phd-075-0>). Змістовне наповнення програми є вичерпним та таким, що відповідає встановленим загальним нормам та вимогам до подібного роду документів, які визначаються керівництвом НУ «Одеська політехніка». Сама тематична сторінка ОНП містить розділи «Чому варто обрати цю програму», «Освітні компоненти програми», «Вартість навчання за програмою», «Вступ на навчання за програмою», електронні версії ОНП та навчального плану

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОНП відповідає вимогам усіх підкритеріїв Критерію 9. Сильною стороною є те, що Уся необхідна інформація є публічною та прозорою і розміщена на офіційному сайті ЗВО, усі документи мають підтверджувати їхню легітимність елементи: підписані відповідальними особами, проставлені печатки

Недоліки

Недоліком у контексті критерію 9 є неповна обізнаність здобувачів вищої освіти, які навчаються за програмою ОНП «Маркетинг», щодо інформації про наявність на сайті усієї документальної інформації про окремі аспекти освітнього процесу

Рекомендації

Гаранту та науковим керівникам посилити роз'яснювальну роботу серед здобувачів РВО щодо структури сайту та інформації, яка на ньому міститься

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

В процесі аналізу ВСО, онлайн-зустрічей у фокус-групах ЗВО, розгляду інформації, розміщеної у відкритому доступі, ЕГ встановила, що всі обов'язкові компоненти ОНП (2024 р.) відповідають науковим інтересам здобувачів вищої освіти третього освітньо-наукового рівня ОНП «Маркетинг» щодо забезпечення фахових компетентностей. ОНП містить дисципліни загальної та професійної підготовки загальним обсягом 34 кредити, що формують навички дослідницької діяльності з урахуванням специфіки наукового дослідження у сфері маркетингу. Під час проведення експертизи встановлено, що на забезпечення наукових інтересів здобувачів третього освітньо-наукового рівня спрямовані вибіркові дисципліни із загальноуніверситетського каталогу. При проведенні фокус-груп (зустріч 2, 3, 5) підтвердився факт, що в межах кожної ОК тематика практичних самостійних та індивідуальних завдань для аспіранта визначається з урахуванням та відповідно теми дисертаційної роботи. Повноцінну підготовку у ЗВО за спеціальністю 075 Маркетинг здобувачів третього освітньо-наукового рівня до дослідницької діяльності забезпечують: ОК «Управління науковою діяльністю», «Філософія та методологія наукових досліджень», «Методологія дослідження ринку»; стосовно викладацької діяльності: ОК5 «Психологія та педагогіка вищої школи» та ОК «Педагогічна практика за професійним спрямуванням», які розвивають здатність до формування, презентування, обговорення та захисту власних поглядів здобувачів в усній та письмовій формах перед фаховою та нефаховою аудиторією, зокрема, в іншомовному середовищі. Зміст ОНП враховує індивідуальні освітні траєкторії здобувачів, що також підтверджується обраними темами дисертаційних робіт.

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

На момент проходження акредитаційної експертизи ЗВО надано інформацію про контингент здобувачів ОНП «Маркетинг». ЕГ підтверджує інформацію стосовно того, що за ОНП здійснюють підготовку 18 здобувачів (4 рік навчання – 1 здобувач; 3 рік навчання – 5 здобувачів; 2 рік навчання – 12 здобувачів; 1 рік навчання – здобувачі відсутні). Науковими керівниками здобувачів виступають: Окландер М. А., д.е.н., проф.; Яшкіна О. І., д.е.н., проф.; Кірносова М. В., к.е.н., доц.; Радкевич Л. А., к.е.н., доц.; Панченко М. О., к.е.н., доц. Златова І. О., к.е.н. Тематика дисертаційних робіт затверджується на засіданні кафедри маркетингу та Вченої ради ІЕМ. Теми дисертацій плануються у рамках кафедральних НДР, що також забезпечує відповідність напрямів досліджень здобувачів РВО і наукових керівників. Проведений у процесі акредитаційної експертизи моніторинг, а також інформація, надана на запит ЕГ, засвідчили дотичність тем наукових досліджень здобувачів напрямам досліджень наукових керівників. Зокрема, здобувач Костюк П. – тема «Маркетингова діяльність органів місцевого самоврядування», керівник проф. Окландер М.А. має статтю «Methods of Calculating the Integrated Indicator for Assessing the Socio-Economic Development of the Territory: A Marketing Approach. Conference Paper Digitalisation: Opportunities and Challenges for Business. Lecture Notes in Networks and Systems. https://doi.org/10.1007/978-3-031-26953-0_36. Здобувач Сербін В. –

тема «Цифровий маркетинг підприємств електронної комерції з використанням штучного інтелекту», керівник проф. Яшкіна О.І. має статтю «Маркетингова інтернет-стратегія управління лояльністю з використанням штучного інтелекту». <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-9>.

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

У процесі проведення акредитаційної експертизи підтвердився той факт, що ЗВО здатний сформувати разові спеціалізовані вчені ради для атестації аспірантів, які навчаються на відповідній освітній програмі. Зокрема, кафедра маркетингу НУ «Одеська політехніка» має потужний викладацький склад, наукові показники якого дозволяють формувати разові спеціалізовані вчені ради для атестації аспірантів. Лише упродовж 2020-2024 рр. викладачами кафедри опубліковано понад 70 статей, з яких: 16 - у виданнях, проіндексованих у міжнародній наукометричній базі даних Scopus; 5 - у виданнях, проіндексованих у міжнародній наукометричній базі даних Web of Science; 39 статей - у фахових виданнях України. Гарант ОНП - проф. Окландер М.А. є членом наукового комітету журналу «Marketing of Scientific and Research Organizations». Lukaszewicz Institute of Aviation in Warsaw (Poland) <https://minib.pl/en/scientific-committee/>. Про спроможність створення разових спеціалізованих вчених рад зазначила директор навчально-наукового інституту економіки та менеджменту - д.е.н., проф. Філіппова С. В. (зустріч 1), а також інформація, надана на запит ЕГ.

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, колоквиумів, концертів, спектаклів, майстер-класів, персональних виставок, публічних виступів, надання доступу до використання лабораторій, обладнання, інформаційних та обчислювальних ресурсів тощо)

Під час роботи в НУ «Одеська політехніка» ЕГ мала змогу переконатися, що здобувачі вищої освіти мають вільний доступ до наукової літератури в бібліотеці ЗВО (із дистанційним доступом), наукометричних баз Scopus і WoS, чим забезпечується можливість проведення наукових досліджень аспірантів. У межах ОНП для апробації результатів наукових досліджень здобувачів: на кафедрі видається журнал «Маркетинг і цифрові технології» – фахове наукове видання категорії «Б» (<http://surl.li/bgckah>), де здобувачі мають можливість публікувати власні наукові дослідження на безоплатній основі. Серед здобувачів, які публікувались в журналі: Сербін В., Карандін О., Летницький А. Також, на кафедрі що два роки проводиться Міжнародна наукова конференція «Маркетинг і цифрові технології» (<http://surl.li/mywgqe>), яка націлена на сприяння поєднання здобувачами навчання та досліджень у вигляді доповідей. Під час зустрічі із роботодавцями всі присутні засвідчили, що мають тісну багаторічну співпрацю із НУ «Одеська політехніка», у тому числі з аспірантами у рамках спільних наукових досліджень, публікації у наукових журналах тощо. Здобувачі також приймають участь у науково-дослідних роботах кафедри маркетингу. Так, в межах держбюджетної НДР «Трансформація маркетингу в умовах зміни технологічного укладу» (№0119U000418) працювали здобувачі Сербін В., Карандін О., Бут О., Летницький А. В межах госпдоговорної НДР «Роль маркетингу охоронних агентств для підвищення якості життя громадян міста» (договір № 1893-158) працювали здобувачі Гарник М., Костюк П. В межах госпдоговорної НДР «Вплив сервісу на ефективність електронної комерції брендів товарів» (договір № 1911-158) працювали здобувачі Чорний В., Сирма В., Голуб О. В межах гранту «Розробка «дорожньої карти» інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії» працював Добровольський В.

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

НУ «Одеська політехніка» орієнтований на участь у міжнародних дослідженнях та навчанні (<http://surl.li/lkusep>), має велику кількість різних міжнародних програм, що реалізуються (Програма академічних обмінів імені Фулбрайта в Україні, ініціатива побратимства Великобританія-Україна, яку координує Comack Consultancy Group тощо (<http://surl.li/qppzkc>)), та закордонних університетів-партнерів (Університет Штефана чел Маре, Університет Портсмута, Університет Анхальт тощо (<http://surl.li/ymxbvr>)). Також ОНПУ створює сприятливі умови та забезпечує можливості для реалізації права здобувачів на міжнародну академічну мобільність завдяки участі в міжнародних програмах проєктах (<http://surl.li/xjkngu>). На сайті Університету подається інформація про події, проєкти і гранти. Університет забезпечує долучення здобувачів до міжнародної академічної спільноти через участь у міжнародних конференціях, в тому числі до Міжнародної наукової конференції «Маркетинг і цифрові технології» (<http://surl.li/mywgqe>). Деякі здобувачі за ОНП публікують результати досліджень у різних міжнародних виданнях, в тому числі, що індексуються у базах даних Scopus та/або WoS, приймають участь у програмах і проєктах міжнародного співробітництва. Так, здобувач з року навчання Добровольський В. станом на 1.03.2024 р. має 4 статті, що індексовані у базі даних Scopus. У 2023 р. Добровольський В. прийняв участь у програмі Twinning допомоги українським університетам у партнерстві з університетом Портсмута, що було підтверджено на зустрічах з

фокус-групами. Проте залученість здобувачів за ОНП, що акредитується в міжнародних програмах та заходах лишається на низькому рівні. ЕГ рекомендує активніше залучати аспірантів до участі в міжнародних проектах, конференціях, публікаціях.

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

Ід час візиту ЕГ з'ясувало, що наукові керівники, як і здобувачі ОНП, приймають участь у виконанні грантових та держбюджетних науково-дослідних робіт. На кафедрі маркетингу, де працюють наукові керівники здобувачів, виконується: держбюджетна НДР «Модернізація маркетингу підприємств в умовах цифровізації та екологізації економіки», № ДР 0119U000418; 5 госпдоговірних НДР 1807-158 «Розробка методики оцінювання лояльності споживачів»; 1810-158 «Оптимізація інтернет-маркетингових комунікацій підприємства»; 1850-158 «Методика використання інструментів машинного навчання в маркетингу підприємств»; 1893-158 «Роль маркетингу охоронних агентств для підвищення якості життя громадян міста»; № 1904-158 «Вплив маркетингу і логістики промислових підприємств на формування лояльності споживачів під час впровадження товарних інновацій»; міжнародний проєкт UUT27 «Розробка дорожньої карти інтернет-маркетингу для малого бізнесу з урахуванням досвіду Великої Британії». Керівниками і відповідальними виконавцями проєктів були проф. Окландер М.А., проф. Яшкіна О.І., доц. Кірносова М.В. В самих проєктах також беруть участь здобувачі, що навчаються за ОНП, що акредитується: Сербін В., Карандін О., Бут О., Летницький А. та інші.

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

В університеті діє трирівнева система, яка пропагує та забезпечує дотримання академічної доброчесності як серед наукових керівників та їхніх аспірантів. До цієї системи входить інституційний рівень управління (через Центр забезпечення якості вищої освіти та Раду якості), середній та нижній рівні відповідно. Окрім цього, при перевірці більшості видів науково-методичної літератури, перевірці (обов'язково) дисертації використовують платний (для університету, безкоштовний для здобувачів) інтернет-ресурс Strike Plagiarism/ Під час розмови зі здобувачами підтвердилось, що вони обізнані про процедури перевірки дисертаційних досліджень, наукових публікацій, доповідей тощо

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ констатує високий рівень узгодженості ОНП «Маркетинг» з якісними характеристиками Критерію 10 за всіма підкритеріями. Зміст ОНП враховує ІОТ здобувачів, що підтверджується обраними темами наукових досліджень та їх актуальністю в контексті сучасних тенденцій та трендів маркетингу. ЗВО забезпечує дотримання академічної доброчесності та протидіє будь-яким проявам плагіату у науковій діяльності наукових керівників та аспірантів через діючу систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Бібліотека ЗВО надає здобувачам третього науково-освітнього рівня прямий безкоштовний доступ до наукової літератури та наукометричних баз Scopus і Web of Science. Наукові керівники здобувачів третього освітньо-наукового рівня ОНП Маркетинг мають публікації у високо рейтингових журналах, які входять до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science. Напрями досліджень наукових керівників виконуються в рамках міжнародних угод та грантових програм і корелюють з напрямками наукових досліджень здобувачів РВО. Виявлено тісну взаємодію керівництва, науково-педагогічного персоналу, адміністративного персоналу ЗВО, здобувачів ОНП, яка дає можливість досягати покращення якості освіти, використання інноваційних методів в освітньому процесі та науковій роботі, нульової толерантності до недоброчесної поведінки, дотримання академічної доброчесності.

Недоліки

Недоліки не виявлено

Рекомендації

Посилити міжнародну та публікаційну активність здобувачів третього ОНР за ОНП Маркетинг шляхом залучення до грантових програм, програм міжнародного співробітництва, стажувань та заохочення до оприлюднення результатів наукових досліджень у періодичних виданнях країн ЄС та фахових виданнях категорії А.

Рівень відповідності Критерію 10.

Рівень В

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	ID 50848.pdf	coMz7iHKI+Cr3cr6VCF1ApQCSFhxqfvKpWoswTLHy6Q=

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Ковальчук Світлана Володимирівна

Члени експертної групи

Глинський Назар Юрійович

Шинкевич Денис Костянтинович