

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний університет "Львівська політехніка"
Освітня програма	30870 Маркетинг (освітньо-наукова програма)
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний університет "Львівська політехніка"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	30870
Назва ОП	Маркетинг (освітньо-наукова програма)
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-наукова

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Карпенко Віталій Леонідович, Лойко Єлизавета Миколаївна, Шипуліна Юлія Сергіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	-
Дати візиту до ЗВО	10.04.2023 р. – 12.04.2023 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://lpnu.ua/sites/default/files/2021/program/17398/vso075magonp.pdf
Програма візиту експертної групи	https://lpnu.ua/sites/default/files/2021/program/17398/programavizitueg075.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

Освітньо-наукова програма "Маркетинг" другого рівня вищої освіти у Національному університеті "Львівська політехніка" справила позитивне враження. ОНП розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти та відповідає законодавству України. До перегляду ОНП залучаються стейкхолдери, що дозволяє враховувати сучасні потреби ринку, а також готувати конкурентоздатних фахівців з маркетингу. На випусковій кафедрі маркетингу та логістики сформовано одну з найвідоміших шкіл з маркетингу. Слід відзначити високий рівень кваліфікації викладачів, що задіяні для реалізації ОНП, які мають високий рівень публікаційної активності, залучені до міжнародних проєктів, постійно підвищують власний професійний рівень. Матеріально-технічне забезпечення університету, яке використовується для підготовки здобувачів знаходиться на високому рівні. В процесі реалізації ОНП учасниками освітнього процесу поєднуються навчання та наукові дослідження, що підтверджується наявністю наукових публікацій у здобувачів, їх участю в науково-практичних конференціях. Освітньо-наукова програма "Маркетинг" є практично орієнтованою. В цілому ОНП відповідає критеріям 1-9. Виявлені під час проведення акредитаційної експертизи недоліки суттєво не впливають на якість освітньої програми та можуть бути оперативно виправлені до початку нового навчального року.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

Цілі ОНП відповідають стратегічним цілям НУ "ЛП"; при формуванні цілей враховано досвід вітчизняних та закордонних ЗВО, а також міжнародних партнерів. Розроблено та дотримуються процедури формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів, є можливість обрання ОК з інших ОП. Вибір ОК здійснюється в автоматизованому режимі. ОНП передбачає набуття здобувачами soft skills в достатньому обсязі. Інформація для вступника є доступною на сайті; укладені договори про міжнародне співробітництво надають здобувачам можливості щодо міжнародної академічної мобільності. Налагоджена система онлайн навчання через Zoom, Microsoft Teams, VNC; реалізований для різних категорій здобувачів системний підхід до інформування щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання; ефективне поєднання навчання і досліджень шляхом реалізації обов'язкових складових ОНП; наявність можливостей залучення НПП та здобувачів до міжнародних освітніх проєктів/стажувань, зокрема за програмою «Erasmus+». Наявність чітких схем організації поточного і семестрового контролю та процесу ліквідації академічних заборгованостей; можливість здійснення публічного захисту кваліфікаційних робіт іноземною мовою; чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності. Існування на кафедрі відомої наукової школи з маркетингу; високий рівень публікаційної активності в т.ч. у виданнях Scopus, WoS; професіоналізм НПП; участь викладачів у міжнародних проєктах; залучення професіоналів-практиків до навчального процесу. Наявність широких можливостей для професійного розвитку та підвищення кваліфікації НПП, стимулювання розвитку викладацької майстерності на високому рівні. Створено систему стимулювання та мотивації для формування і розвитку людських ресурсів. Наявні фінансові, матеріально-технічні та навчально-методичні ресурси забезпечують досягнення цілей та ПРН ОНП. Наявність обладнаного укриття на 5 тис. осіб. Сучасний інноваційний освітній простір; безоплатний доступ до інфраструктури. Усі навчальні та адміністративні приміщення відповідають вимогам техніки безпеки та забезпечують умови життєдіяльності здобувачів під час навчання. Чітка та зрозуміла політика вирішення конфліктних ситуацій. Наявність Центру правової та психологічної допомоги, практика студентського капеланства для надання психологічної допомоги. Чіткі процедури розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОНП із публічною системою зворотного зв'язку; налагоджена система аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників; сертифікована система управління якістю; наявність інституційного і кафедрального аудиту системи управління якістю; ефективна система реагування і врахування результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти. На сайті міститься вся необхідна інформація щодо внутрішніх нормативних документів; обсяг оприлюднення інформації достатній для обґрунтованого вибору ОНП вступниками та розуміння роботодавцями цілей та змісту підготовки за даною ОНП.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

1.Обговорення ОНП із роботодавцями та академічною спільнотою відбувається виключно під час спілкування та різних заходів, відсутнє регулярне опитування. 2.Недотримання рішень, ухвалених на розширеному засіданні кафедри щодо виключення вибіркового блоку "Інтернет-маркетинг" зі складу ОНП. 3.Нерівномірний розподіл ПРН між дисциплінами, зокрема ПРН 3 віднесено до 9 обов'язкових ОК, ПРН 10, ПРН15 - до 8 ОК, ПРН 13, ПРН19 забезпечуються лише однією ОК. 4.Обмеженість переліку вибірових дисциплін інших ОП, суттєве зменшення кількості дисциплін для вибору в ОНП 2022 р. 5.Наявність у силабусі ОК «Фінансовий менеджмент» технічних помилок. 6. Наявність у силабусах ОК «Соціальна відповідальність бізнесу», «Управління інноваційним розвитком підприємства», «Маркетингова політика розподілу», «Економіко-математичні методи і моделі маркетингу» та «Прямий маркетинг» застарілих джерел літератури. 7.Представлена у розділі 7 ОНП тематика наукових досліджень протягом реалізації даної ОНП не оновлювалась. 8.Відсутність перевірки курсових робіт на академічний плагіат у системі Unichek. 9.Наявність технічних помилок у розділі 7 в ОНП 2021, 2022 рр. та проєкті 2023 р. (дублювання 1-го та 4-го абзаців). 10.На сайті ЗВО відсутня інформація про результати обговорення ОНП, а також рецензії на ОП. 11.На сайті кафедри МІЛ розміщена неактуальна інформація за ОНП «Маркетинг», яка не може бути використана вступниками на ОП. Рекомендовано: 1.З нового навчального року започаткувати анкетування стейкхолдерів на

регулярній основі з оприлюдненням результатів на сайті кафедри або ЗВО. 2. У ОНП 2023 р. виключити вибірковий блок "Інтернет-маркетинг" або провести розширене засідання кафедри щодо скасування прийнятого рішення. 3. До наступного навчального року переглянути розподіл компетентностей та ПРН для ОК та забезпечити більш рівномірний їх розподіл між дисциплінами. 4. Розширити перелік вибіркових дисциплін з інших ОП. 5. Усунення до початку нового навчального року технічних помилок у силабусі ОК «Фінансовий менеджмент». 6. До початку нового навчального року оновлення рекомендованої літератури у силабусах ОК «Соціальна відповідальність бізнесу», «Управління інноваційним розвитком підприємства», «Маркетингова політика розподілу», «Економіко-математичні методи і моделі маркетингу» та «Прямий маркетинг». 7. Оновити в ОНП «Маркетинг» 2023 року тематику наукових досліджень. 8. Запровадити процедуру перевірки курсових робіт на наявність академічного плагіату у системі Unicheck, починаючи з нового навчального року. 9. Під час остаточного затвердження проєкту 2023 року усунути дублювання інформації в розділі 7 ОНП. Запровадження перехресного перегляду гарантими описів освітніх програм. 10. До початку вступної кампанії 2023 р. оприлюднити на сайті Університету результати обговорення пропозицій від всіх зацікавлених осіб щодо освітньої програми. 11. Перевірити актуальність інформації на сайті кафедри маркетингу і логістики та оновити інформацію щодо освітніх програм до вступної кампанії 2023 р.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

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

Основна ціль ОНП "Маркетинг" НУ "Львівська політехніка", яка полягає у підготовці фахівців, що здатні вирішувати практичні завдання і застосовувати науково-дослідницький інструментарій для розв'язання складних дослідницьких та інноваційних завдань в сфері маркетингу, що відповідає місії та цілям Університету, що визначені в Стратегії розвитку "Львівська політехніка-2025": "залучити талановиту молодь, мотивовану до навчання в університеті", "створити середовище, сприятливе для навчання, праці та розвитку особистості", "розвиток освітньо-наукової інфраструктури" (<https://cutt.ly/V7vPVMi>). ЕГ констатує, що цілі ОНП є чіткими та зрозумілими, відповідають місії та стратегії НУ "Львівська політехніка". Переваги ОНП "Маркетинг" полягають у використанні багатoproфільної системи підготовки фахівців, забезпеченні можливостей академічної свободи здобувачів, наданні можливостей навчання за програмами міжнародної мобільності та подвійних дипломів. Під час зустрічі Гарант ОНП підкреслив, що перевагами програми є також є опанування аналітичного наукового апарату здобувачами, що дозволяє їм брати участь у написанні наукових публікацій.

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

За результатами вивчення відомостей самоаналізу, зустрічей зі здобувачами, НПП та роботодавцями, експертною групою було з'ясовано, що стейкхолдери долучаються до процесу розробки та удосконалення освітньо-наукової програми. Під час онлайн зустрічі Гарант ОНП зазначив, що, оскільки освітня програма є науковою, то велику увагу при обговоренні приділяється думці академічної і наукової спільноти. Інформацію про постійну співпрацю з кафедрою та обговорення ОНП "Маркетинг" підтвердили представники академічної спільноти під час зустрічей, зокрема зав.каф. економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету Дейнега І.О. (Зустріч 6), зав.каф. підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу Перевозова І.В. та зав.каф. маркетингу НУ водного господарства та природокористування Мальчик М.В. У ОНП 2022 р. за пропозицією стейкхолдерів обов'язкову ОК "Стратегічний маркетинг" було замінено на ОК "Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент", введено до переліку обов'язкових ОК дисципліну "Управління інноваційним розвитком", переглянуто змістовне наповнення вибіркових ліній "Маркетинг", де вилучено ОК "Товарна інноваційна політика" та додано ОК "Логістичний менеджмент", а також "Маркетингова логістика", в якій ОК "Комерційна діяльність посередницьких підприємств" замінено на ОК "Управління ланцюгами поставок" (<http://ml.lp.edu.ua/?p=5695>). Інформація щодо запропонованих змін оприлюднена на офіційному сайті кафедри маркетингу і логістики НУ "Львівська політехніка", а також зафіксована у витягу з протоколу розширеного засідання кафедри маркетингу і логістики №8 від 28.02. 2022 р., представленою гарантом ОНП за запитом експертної групи. Обговорення ОНП проводиться під час круглих столів, засідань кафедри, а також за допомогою анкетування. Здобувачі під час зустрічі з ЕГ підтвердили, що вони ознайомлені із такою можливістю. Результати опитувань здобувачів оприлюднено на сайті ЗВО (<https://cutt.ly/y7JgD7J>). На сайті ЗВО розміщена форма для

отримання відгуків щодо освітньої програми (<https://cutt.ly/F75UxcV>), проте анкетування роботодавців щодо ОНП "Маркетинг" на регулярній основі не проводиться, про що повідомили роботодавці ЕГ під час зустрічі.

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

ОНП "Маркетинг" 2021 р. була прорецензована директором ТзОВ "Авто Лідер Захід", генеральним директором ТзОВ "Фінарт Смарт Солюшн", заступником директора з наукової роботи ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього", а 2022 р. - директором з персоналу Міжнародного поштово-логістичного холдингу Meest, директором департаменту продажу ТзОВ СП "РосанПак", заступником директора з розвитку мережі АТ "Укрпошта". Всі рецензії позитивні та свідчать про актуальність і своєчасність ОНП "Маркетинг". Під час зустрічі з керівництвом Університету завідувач кафедри маркетингу і логістики наголосив на тому, що останнім часом ОНП "Маркетинг" стає все більш затребуваною серед вступників, оскільки кількість наукових магістерських програм з маркетингу на українському ринку вищої освіти обмежена кількістю. Випускники даної ОНП під час онлайн зустрічі підтвердили, що знання, отримані під час навчання, є корисними і допомогли їм влаштуватися на роботу та працювати за фахом. Стейкхолдери наголосили та тому, що ОНП "Маркетинг" є конкурентоздатною програмою, відповідає потребам сучасного ринку, випускники даної ОНП успішно працюють в різних галузях. Актуальність та конкурентоздатність ОНП була також підтверджена академічною спільнотою, яка доєдналася до відкритої зустрічі. Галузевий та регіональний аспект ОНП враховано під час обрання тематики курсових проєктів, зокрема з таких дисциплін, як "Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент", "Рекламний менеджмент", "Маркетинг професійних послуг" тощо, а також при розгляді кейсових завдань на практичних роботах. Під час роботи над ОНП робочою групою враховувався досвід як вітчизняних (КНУ ім. Тараса Шевченка, Хмельницького національного університету, Києво-Могилянської академії), так і закордонних (Vienna University of Economics and Business, Austria; Hofstra University, USA; Johns Hopkins University, USA; University of Southampton, GB) ЗВО. Окрім цього, враховано досвід міжнародних партнерів, отриманих в результаті досліджень за програмою Erasmus+ KA1. Таким чином, ЕГ констатує, що ОК, визначені в ОНП "Маркетинг" відповідають сучасним світовим тенденціям в маркетингу, при формуванні та оновленні ОНП враховуються сучасні тренди розвитку сфери маркетингу, вітчизняний та зарубіжний досвід, галузевий і регіональний аспекти, а також вимоги ринку.

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

Програмні результати, визначені в ОНП "Маркетинг", включають всі ПРН, вказані у стандарті вищої освіти спеціальності "Маркетинг" для другого рівня вищої освіти, затв. Накзам № 960 від 10.07.2019 р. Окрім цього, для дисциплін вибіркового блоку визначено додаткові фахові компетентності (ФКП 1.1., ФКП 1.2, ФКП 4.1, ФКП 4.2) та ПРН (ПРНС 1.1, ПРНС 1.2, ПРНС 4.1, ПРНС 4.2). Для дисциплін вибіркового ліній також виокремлено додаткові компетентності (ФКП 1 - ФКП 14) та ПРН (ПРНС 1 - ПРНС 14), що дозволяють розширити професійні можливості випускників даної програми. Результати перевірки ОНП, відомостей самооцінювання, робочих програм, а також інформація, отримана в результаті спілкування з гарантом, здобувачами та НПП дозволяють зробити висновок про можливість повного досягнення визначених результатів в процесі навчання.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

У контексті Критерію 1 до сильних сторін ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня експертна група відносить наступне: цілі ОНП відповідають стратегічним цілям НУ "Львівська політехніка"; при формуванні цілей ОП враховано досвід як вітчизняних, так і закордонних ЗВО (КНУ ім. Тараса Шевченка, Хмельницького національного університету, Києво-Могилянської академії, Vienna University of Economics and Business, Austria; Hofstra University, USA; Johns Hopkins University, USA; University of Southampton, GB), а також міжнародних партнерів (участь у Міжнародному проєкті Еразмус+ KA1), що дозволяє враховувати кращі передові практики для підготовки здобувачів.

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

Обговорення ОНП із роботодавцями та академічною спільнотою відбувається виключно під час спілкування та різних заходів, відсутнє регулярне опитування. Рекомендовано: з нового навчального року започаткувати

анкетування стейкхолдерів на регулярній основі з оприлюдненням результатів на сайті кафедри маркетингу і логістики або ЗВО.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Враховуючи сильні сторони та позитивні практики ОНП "Маркетинг", зокрема чіткість та коректність цілей, їх відповідність стратегії ЗВО, урахування думки стейкхолдерів, відповідність тенденціям розвитку спеціальності та можливість досягнення заявлених ПРН, суттєвий рівень узгодженості за підкритеріями 1.1., 1.3, 1.4 критерію 1, а також той факт, що виявлені недоліки за підкритерієм 1.2 суттєво не впливають на якість ОНП "Маркетинг" та можуть бути оперативно виправлені, експертна група констатує, що ОНП "Маркетинг" за критерієм 1 відповідає рівню В.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Загальний обсяг освітньої програми згідно навчального плану становить 7200 акад. год. або 240 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам ст. 5 Закону України «Про вищу освіту». Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів, що спрямовані на формування компетентностей, визначених ОП становить 179 кредитів ЄКТС (75 %), в тому числі: 25 кредитів - дисципліни циклу загальної підготовки та 154 кредити - дисципліни професійної підготовки. Обсяг, який відводиться на дисципліни за вибором здобувачів вищої освіти – 61 кредит ЄКТС (25 %).

2. Зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, складають логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

ОНП "Маркетинг" має чітку структуру та логічно взаємопов'язані освітні компоненти. Структура і зміст ОНП регламентовані Положенням про формування, затвердження і оновлення освітніх програм НУ "Львівська політехніка", затв. Наказом № 294-1-03 від 17 травня 2021 р. (<https://cutt.ly/77MoOeH>). Зв'язок та послідовність вивчення ОК відображені в структурно-логічних схемах, розміщених в ОНП окремо для кожної вибіркової лінії. Всі програмні результати, які визначено Стандартом другого рівня вищої освіти спеціальності Маркетинг (ПРН 1-19) досягаються в результаті вивчення обов'язкових ОК. Змістовний аналіз відомостей самооцінювання, ОНП, НП та робочих програм навчальних дисциплін показав, що окремі обов'язкові ОК забезпечують досягнення від 6 до 16 ПРН одночасно. Окремі ПРН, зокрема ПРН 3 віднесено до 9 обов'язкових ОК, ПРН 10, 15 - до 8 ОК. Разом з тим, згідно Матриці забезпечення ПРН ОК, досягнення ПРН 13 "Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання" забезпечується лише однією обов'язковою ОК "Маркетинговий менеджмент". Аналогічна ситуація з ПРН19. Проаналізувавши робочі програми дисциплін, ЕГ дійшла висновку, що ПРН 13 може забезпечується ОК "Фінансовий менеджмент" (теми: Теоретичні і методичні основи прийняття рішень у фінансовому менеджменті, Управління прибутком, Управління грошовими потоками на підприємстві тощо), а також ОК "Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент" (теми: Стратегічне планування та планування маркетингу, Стратегії розвитку підприємства, Стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства тощо). Набуття ФК4 "Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом" забезпечується однією ОК "Виконання магістерської кваліфікаційної роботи". ЕГ вважає за потрібне розширити перелік обов'язкових ОК для набуття вказаної компетентності. ОНП має також додатково визначені ПРН (ПРНС 1.1-1.2, 4.1-4-2, ПРНС 1-14), які досягаються виключно за рахунок вивчення вибірових дисциплін. Аналіз змісту РПНД, курсових робіт, звітів з практики, а також матеріалів, викладених в освітньому навчальному середовищі, доступ до якого було надано ЕГ, дозволи зробити висновок, що освітні компоненти, включені до складу ОНП, в повній мірі дозволяють досягти зазначених результатів навчання. Разом з тим, ЕГ вважає, що необхідно забезпечити більш рівномірний розподіл компетентностей та програмних результатів навчання між освітніми компонентами.

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

ОП "Маркетинг" розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю "Маркетинг". ЕГ було проаналізовано ОП та НП за 2019-2022 рр., робочі програми обов'язкових ОК та анотації вибіркових ОК, програму виробничої практики для 3 та 6 семестрів, звіти з практики, щоденники та інші документи, що дозволило зробити висновок про те, що зміст ОП "Маркетинг" відповідає предметній області спеціальності 075 "Маркетинг". Відповідність підтверджується зокрема такими ОК як "Маркетинг І", "Маркетинг ІІ", "Інформаційні технології в маркетингу", "Маркетинг-статистика", "Контроль в маркетингу", "Формування маркетингового контенту" тощо. Під час вивчення дисциплін здобувачі опановують сучасні навички та технології, необхідні для роботи маркетолога. Зв'язок ОП з іншими спеціальностями забезпечується викладанням таких ОК як: "Економетрика", "Фінанси, гроші та кредит", "Бухгалтерський облік і аудит", "Менеджмент", "Управлінська економіка", "Нормативно-правове забезпечення маркетингової діяльності" тощо.

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

Згідно НП, на вибіркові дисципліни в ОНП відведено 44 кредити ЄКТС, що становить 37 % від загального обсягу. Процедура формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів НУ "Львівська політехніка" регламентовано внутрішньою нормативною базою ЗВО, зокрема «Положенням про організацію навчального процесу» (<https://cutt.ly/L71blZL>), «Положенням про формування та реалізацію індивідуальних навчальних планів студентів» (<https://cutt.ly/u71bnRv>) та «Порядком вибору студентами навчальних дисциплін» (<https://cutt.ly/x71bomh>). Під час спілкування зі здобувачами, гарантом, НПП та представниками структурних підрозділів університету ЕГ було з'ясовано, що вибір дисциплін здійснюється здобувачами за допомогою персонального кабінету в електронному вигляді. ОНП передбачає обрання одного з двох вибіркових блоків: "Маркетинг" та "Інтернет-маркетинг", кожен з яких включає 3 обов'язкові ОК. Блок "Маркетинг" додатково передбачає обрання однієї з 4 вибіркових ліній, які містять по 5 ОК: "Маркетинг", "Маркетинг послуг", "Маркетинг у сфері торгівлі", "Маркетингова логістика". Блок "Інтернет-маркетинг" включає 2 вибіркові лінії: "Digital-маркетинг", "E-commerce маркетинг". За результатами спілкування зі здобувачами та перевірки індивідуальних планів здобувачів, було підтверджено, що процедури обрання дисциплін в ЗВО дотримуються. Разом з тим, здобувачі повідомили про те, що вся група за попередньою домовленістю між здобувачами, обирає однаковий перелік дисциплін, оскільки згідно Порядку вибору навчальних дисциплін (<https://cutt.ly/x71bomh>) мінімальна кількість здобувачів, які можуть вивчати дисципліни вибіркового блоку становить 10 осіб (п.2.1), що також відображено в індивідуальних планах. Так, всі здобувачі 2021 та 2022 років вступу, індивідуальні плани яких було надано ЕГ (6 штук), обрали для вивчення блок "Інтернет-маркетинг", здобувачі 2021 р. вступу - вибірковою лінію "Digital-маркетинг". Однак, згідно протоколу засідання кафедри № 6 від 13.01.2021 р., що представлений ЗВО, було ухвалено рішення щодо вилучення блоку вибіркових дисциплін лінії підготовки "Інтернет-маркетинг" в ОНП "Маркетинг" у зв'язку з започаткуванням нової ОПП "Інтернет-маркетинг", проте ці зміни не відображені в ОНП 2021 р., ОНП 2022 р. В ОНП передбачено також вивчення двох ОК інших освітніх програм (однієї ОК обсягом 3 кр. та однієї ОК обсягом 5 кр.). В ОНП 2021 р. пропонувалося на вибір 5 трикредитних ОК та 3 п'ятикредитні ОК. В ОНП 2022 року цей перелік суттєво зменшено - по 2 ОК кожного обсягу. ЕГ вважає, що можливості для формування індивідуальної освітньої траєкторії є дещо обмеженими.

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

Практична підготовка здобувачів за ОНП "Маркетинг" здійснюється на практичних заняттях з допомогою розгляду ситуаційних вправ та кейсових завдань, до проведення занять періодично залучаються фахівці-практики. Обсяг годин, що відведені на практичні та лабораторні роботи, переважає над лекційними годинами, що підкреслює практичну спрямованість ОНП. Окрім цього, ОНП включає блок дослідницької підготовки, до складу якого входить ОК4.1 Практикум з підготовки наукових публікацій, матеріалів конференцій та презентацій наукових доповідей, ОК 4.2 Навчально-дослідницька практика, ОК 4.3. Практика за тематикою магістерської роботи, загальним обсягом 24 кр. Всі здобувачі ОНП "Маркетинг" мають наукові публікації (тези або статті), що доводить можливість досягнення ПРН визначених в ОК 4.1, зокрема ПРН 3, 5. Навчально-дослідницька практика передбачена у 3 семестрі. Ознайомлення з робочою програмою практики та звітами здобувачів, представленими ЗВО свідчать про те, що під час практики здобувачі знайомляться з номенклатурою справ кафедри, готують доповідь, розробляють кейс за одним з наукових напрямів кафедри, а також готують тези чи наукову статтю. Згідно з матрицями відповідності програмних компетентностей та ПРН ОК практика за темою магістерської кваліфікаційної роботи має забезпечити формування загальних (ЗК-3-5, 9) та фахових компетентностей (ФК 2, 3, 5, 7, 9, ФПК 1, 11), а також досягнення ПРН 1-4, 6,7, 9-12, 15-18, ПРНС 1, 4, 8, 10, 14. Під час практики, яку здобувачі проходять згідно договорів на підприємствах, проводиться вивчення специфіки маркетингової діяльності, аналізуються фінансово-економічні показники досліджуваного об'єкта, проводиться стратегічний аналіз діяльності, формуються пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності. Окрім загальних завдань, для кожного здобувача формується індивідуальне завдання, яке пов'язане із тематикою дипломної роботи. Проведення практики здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про організацію проведення практики здобувачів ВО НУ "Львівська політехніка" (<https://cutt.ly/e70na10>). Під час зустрічі з випускниками ОНП та роботодавцями, ЕГ було з'ясовано, що здобувачі даної ОНП під час навчання здобувають достатній рівень практичної підготовки, що підтверджується їх працевлаштуванням за фахом та доводить їх затребуваність на ринку праці.

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

Основними соціальними навичками, які здобувачі ОНП здобувають під час навчання є презентація та обговорення результатів досліджень, використання методів комунікації, ведення наукових дискусій, формування соціальної відповідальності за прийняті рішення, дотримання морально-культурних цінностей тощо. Набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills) відбувається під час вивчення таких ОК як: "Соціальна відповідальність бізнесу", "Маркетинговий менеджмент", "Рекламний менеджмент", "Стратегічний маркетинг і стратегічний менеджмент". Волонтерська діяльність, до якої залучені здобувачі, також сприяє формуванню soft skills. Соціальні навички формуються під час участі в наукових конференціях, проходження практичної підготовки на кафедрі та в організаціях, обговоренні кейсів, а також колективній роботі у групах на практичних роботах.

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

Професійний стандарт з маркетингу на теперішній час відсутній.

8. Обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання.

У Положенні про організацію освітнього процесу НУ "Львівська політехніка" (<https://cutt.ly/R70Uy9M>), визначено, що для дисциплін магістерського рівня вищої освіти, як правило, має бути 33% аудиторних занять. Відповідно до Положення про організацію і контроль самостійної позааудиторної роботи студентів (<https://cutt.ly/170NJRk>) обсяг самостійної позааудиторної роботи студента з кожної навчальної дисципліни регламентує навчальний план спеціальності, а її зміст визначається робочою програмою навчальної дисципліни та навчально-методичними матеріалами до неї (п. 1.5). Проаналізувавши НП 2021 та 2022 рр. прийому, ЕГ дійшла висновку, що здобувачі не перенавантажені в процесі навчання аудиторною роботою та мають достатньо вільного часу для виконання самостійної роботи та індивідуальних завдань. На аудиторну роботу протягом всього терміну навчання відведено 648 год, що становить 18 % від загального обсягу ОНП. В структурі аудиторного навантаження лабораторні та практичні заняття переважають над лекційними (369 год. проти 289 год.), що опосередковано свідчить про практичну орієнтованість ОНП. Під час зустрічі здобувачі підтвердили, що обсяг аудиторного навантаження є достатнім для вивчення дисциплін і в той же час не перенавантажує їх. За результатами опитування, затв. на засіданні кафедри маркетингу і логістики протоколом № 7 від 26.01.2022 р. 75 % здобувачів ОНМ "Маркетинг" повністю погодилися, що їм вистачає часу, відведеного в НП на опанування навчальних дисциплін, 25 % переважно погодилися. Аналогічні результати були отримані щодо часу на самостійну роботу - 75 % повністю задоволені кількістю годин, відведених на самостійне опрацювання дисциплін, 25 % - переважно задоволені. Результати опитування оприлюднені на сайті ЗВО (<https://cutt.ly/5701PrS>). Станом на вересень 2022 р. (протокол № 3 від 29.09.2022 р.) кількість повністю задоволених обсягом аудиторних годин становила 66,7 %, а обсягом годин на самостійну роботу 55,6% (<https://cutt.ly/F700PYm>). Разом з тим здобувачів, повністю незадоволених розподілом аудиторного навантаження протягом двох періодів опитування не виявлено. Здобувачі під час онлайн зустрічі зазначили, що опитування проводяться через індивідуальний кабінет студента.

9. У разі здійснення підготовки здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти структура освітньої програми та навчальний план узгоджені із завданнями та особливостями цієї форми здобуття освіти.

В НУ "Львівська політехніка" є затверджене Тимчасове Положення про дуальну форму здобуття вищої та фахової передвищої освіти у Національному університеті «Львівська політехніка» (<https://lpnu.ua/polozhennia-pro-dualnu-formu-zdobuttia-vyshchoi-ta-fakhovoї-peredvyshchoi-osvity>), однак підготовка здобувачів ОНП "Маркетинг" за дуальною формою навчання не здійснюється.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

У контексті Критерію 2 до сильних сторін ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня експертна група відносить наступне: в Університеті розроблено та дотримуються процедури формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів, є можливість обрання дисциплін з інших освітніх програм. Вибір дисциплін здійснюється в

автоматизованому режимі. ОНП "Маркетинг" передбачає набуття здобувачами соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям, в достатньому обсязі.

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

Недотримання рішень, ухвалених на розширеному засіданні кафедри щодо виключення вибіркового блоку "Інтернет-маркетинг" зі складу ОНП у зв'язку із започаткуванням окремої ОП з однойменною назвою. Нерівномірний розподіл ПРН між дисциплінами (від 6 до 16 ПРН на кожен ОК), зокрема ПРН 3 віднесено до 9 обов'язкових ОК, ПРН 10, ПРН15 - до 8 ОК, ПРН 13, ПРН19 забезпечуються лише однією ОК. Обмеженість переліку вибірових дисциплін інших ОП, суттєве зменшення кількості дисциплін для вибору в ОНП 2022 р. Рекомендовано: У ОНП 2023 р. виключити вибіровий блок "Інтернет-маркетинг" або провести розширене засідання кафедри щодо обговорення та скасування прийнятого раніше рішення; до наступного навчального року переглянути розподіл компетентностей та ПРН для ОК та забезпечити більш рівномірний їх розподіл між освітніми компонентами; розширити перелік вибірових дисциплін з інших ОП.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

ОНП "Маркетинг" має сильні сторони та недоліки. Обсяг ОК відповідає нормам законодавства України та внутрішнім нормативним документам ЗВО, має чітку логічну структуру. Зміст ОНП відповідає предметній області маркетингу, НП реалістично відображає навантаження здобувачів, обсяг аудиторної роботи дозволяє повною мірою опрацювати навчальний матеріал. ОНП є практично орієнтованою, а також дозволяє формувати соціальні навички у здобувачів. Недоліки, виявлені під час аналізу суттєво не впливають на якість ОНП та можуть бути усунені до початку наступного навчального року. Враховуючи значний рівень узгодженості за підкритеріями критерію 2, ОНП "Маркетинг" відповідає рівню В.

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

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

Правила прийому до НУ «Львівська Політехніка» розміщені на сайті університету та затверджені наказом ректора від 11.07.2022 р. Зокрема, деталі вступу на ОП «Маркетинг» зазначені у п. 4.7 «Правил прийому...». Усі положення Правил прийому достатньою мірою структуровані, є чіткими, зрозумілими для вступників та не містять дискримінаційних положень. Для знаходження правил прийому абітурієнту потрібно зайти на сайт університету знайти вкладку «Вступнику», далі перейти на вкладку «Умови вступу» і обрати вкладку «Правила прийому» (<https://bit.ly/3AdGsJJ>). Враховуючи сучасні умови, процедура вступу на ОНП у 2022 році передбачала тестування у дистанційному форматі. За Правилами прийому конкурсний відбір вступників на навчання за ОНП у 2022 р. проводився на основі конкурсного балу, який обчислювався як сума результатів середнього балу додатку до диплому бакалавра, кількості додаткових балів за наукові й навчальні досягнення, вступного випробування з фахових дисциплін, єдиного вступного іспиту з іноземної мови у формі тесту з відповідними ваговими коефіцієнтами. Значення вагових коефіцієнтів затверджуються щорічно. Виходячи із інформації, отриманої під час зустрічі зі здобувачами вищої освіти, правила прийому на навчання за освітньою програмою були чіткими та зрозумілими, доступними у пошуку на сайті Університету. ЕГ дійшла висновку, що правила прийому є чіткими, зрозумілими та доступними для потенційних вступників і не містять дискримінаційних положень.

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

Аналіз правил прийому свідчить про відповідність умов, встановлених для вступу на навчання за ОНП «Маркетинг», вимогам даної освітньої програми. Програма вступного випробування для кожної спеціальності складається окремо і оприлюднюється на сайті ЗВО. Програма вступного випробування для вступу на рівень магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» оприлюднена на сайті Університету <https://bit.ly/3onQmfF> і є доступною для кожної зацікавленої особи. Програма фахового іспиту складається з тестових питань за наступними навчальними дисциплінами: «Логістика», «Макроекономіка», «Промисловий маркетинг», «Маркетингова цінова політика», «Мікроекономіка» <https://bit.ly/3onQmfF>. Фахове вступне випробування проводиться у вигляді тесту, який складається із 25 завдань, 5

завдань 1 рівня, кожне з них оцінюється по 2 бали, 15 завдань 2 рівня по 4 бали, 5 завдань 3 рівня по 6 балів. Критерії оцінювання фахового вступного іспиту наведено на сайті Університету <https://bit.ly/3mNUdSH>. ЕГ проаналізувала обсяг рекомендованої літератури для кожної навчальної дисципліни, яка включена у "Перелік дисциплін для вступу на навчання за освітньою програмою підготовки магістр за спеціальністю 075 Маркетинг" і дійшла висновку, що кількість вказаних літературних джерел у списку літератури є достатнім (від 5 до 12). У «Відомостях про самооцінювання освітньої програми» (с.9) подана інформація, що конкурсний відбір вступників на ОНП «Маркетинг» відбувається на основі конкурсного балу, «який обчислюється як сума результатів середнього балу додатку до диплому бакалавра, кількості додаткових балів за наукові й навчальні досягнення, вступного випробування з фахових дисциплін, єдиного вступного іспиту з іноземної мови у формі тесту з відповідними ваговими коефіцієнтами», що суперечить п.2.8. «Правил прийому» (<https://bit.ly/3onQmfF>) «2.8. Додаткових балів для вступників на навчання для здобуття ступеня магістра – не передбачено». За «Правилами прийому» конкурсний бал (КБ) для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра розраховується за такою формулою: Конкурсний бал (КБ) = 0,5 × П1 + 0,5 × П2, де П1 – оцінка магістерського тесту навчальної компетентності (або індивідуальної усної співбесіди з іноземної мови) (за шкалою від 100 до 200 балів); П2 - оцінка фахового іспиту (за шкалою від 100 до 200 балів). Під час зустрічі з здобувачами освіти ЕГ отримала інформацію від Подарин Валерії про те, що під час вступної кампанії до магістратури були враховані їхні здобутки з наукової роботи, проте яким чином це було враховано здобувачка освіти відповісти не змогла.

3. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, що відповідають Конвенції про визнання кваліфікацій з вищої освіти в Європейському регіоні (Лісабон, 1997 р.), є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Процедура визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності або під час навчання в інших ЗВО, детально описана у "Порядку перезарахування (зарахування) навчальних дисциплін чи інших компонентів навчального плану в Національному університеті «Львівська політехніка» та доступна усім учасникам навчального процесу, зокрема на офіційному сайті Національного університету «Львівська політехніка» у розділі «Нормативні документи» <https://bit.ly/40AAfsV>. «Порядком...» передбачено здійснення процедури перезарахування за заявою студента, яка подається не пізніше, ніж через 10 днів від початку навчання та академічної довідки. Ці документи студент подає директору навчально-наукового інституту. Директор впродовж 10 днів приймає рішення або про перезарахування ОК або формує експертну комісію, яка приймає рішення на основі поданих документів та співбесіди із студентом. «Порядком...» визначена процедура ліквідування академічних заборгованостей під час академічної мобільності і внесення інформації про навчальні дисципліни, які були зараховані у закордонному ЗВО до Додатку до диплому. Право здобувачів освіти на НПП на здійснення академічної мобільності та регламентація процесу організації такої діяльності визначено у нормативних документах Університету "Положення про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників у НУ "Львівська політехніка" (<https://bit.ly/43HVKdE>). Здобувачі освіти, які навчаються за ОНП "Магістр" мають можливість прийняти участь у програмі отримання подвійного диплому, що регламентовано нормативним документом Університету "Порядок організації навчання студентів за міжнародними програмами подвійних дипломів" (<https://bit.ly/40qdg38>). ЕГ за запитом від ЗВО було отримано договори про міжнародне співробітництво кафедри маркетингу та логістики, зокрема Договір про вступ та проходження навчання іноземних студентів в AGN університеті науки та технологій (м. Краків, Польща), Договір про співпрацю з кафедрою управління та інформаційних систем Познанської політехніки (Польща), які свідчать про можливість залучення здобувачів до академічної мобільності. На зустрічі зі здобувачами вищої освіти ЕГ отримала інформацію про те, що практики застосування правил визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти на ОНП "Маркетинг" не було.

4. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті регламентовані нормативним документом Університету "Порядком визнання у Національному університеті "Львівська політехніка" результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті" (<https://bit.ly/3MVLWGR>). Цим "Порядком..." передбачено, що "здобувачам освіти можуть визнати результати навчання та компетентності, здобутих у неформальній чи інформальній освіті, в обсязі, що, як правило, не перевищує 15 % від загального обсягу кредитів, передбачених освітньою програмою в межах навчального року" (п. 2.2). У "Порядку..." чітко прописана процедура подання документів та визнання результатів здобутих кваліфікацій та результатів навчання. Правила визнання результатів навчання під час неформальної освіти є чіткими та зрозумілими і нормативні документи знаходяться у вільному доступі на сайті університету. Під час зустрічі зі здобувачами та НПП ЕГ отримала інформацію про те, що практичних випадків визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті на ОНП «Маркетинг» не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

У контексті Критерію 3 до сильних сторін ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня експертна група відносить: по-перше, вся необхідна інформація для вступника, включаючи правила прийому, є доступною на сайті НУ «ЛП», зокрема, програма вступного випробування за спеціальністю 075 «Маркетинг», терміни подання документів, терміни проведення вступних випробувань, критерії оцінювання фахового вступного іспиту; по-друге, укладені договори про міжнародне співробітництво кафедри маркетингу і логістики надають здобувачам ОНП «Маркетинг» широкі можливості щодо міжнародної академічної мобільності.

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

Недоліків за критерієм 3 не виявлено. Однак, оскільки за ОНП "Маркетинг" не було практичних випадків визнання результатів неформальної освіти та результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, ЕГ рекомендує активізувати діяльність кафедри із залучення здобувачів до участі у міжнародній академічній мобільності та неформальній освіті.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Враховуючи сильні сторони ОНП "Маркетинг", зокрема наявність чітких та логічних правил вступу, що враховують особливості даної ОНП, наявність можливостей для академічної мобільності здобувачів, розробленість положень щодо урахування результатів навчання, отриманих в інших ЗВО та в неформальній освіті, ЕГ вважає, що ОНП "Маркетинг" має суттєвий рівень узгодженості за всіма підкритеріями Критерію 3 та відповідає рівню В. Висловленні ЕГ зауваження носять рекомендаційний характер.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Навчання здобувачів на ОНП «Маркетинг» здійснюється на денній формі. Під час проведення експертизи на ОНП навчалось 20 здобувачів (11 – на 1-му та 9 – на 2-му курсі). Дослідження ЕГ відомостей про СО, внутрішніх нормативних документів НУ «ЛП», результатів анкетувань та аналіз результатів, проведених під час експертизи зустрічей, дав можливість встановити, що форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявленим в ОП цілям та ПРН. Вивчення ЕГ «Положення про організацію освітнього процесу в НУ «ЛП»» (<https://bit.ly/43uWpxS>), ОНП та НП дозволило встановити, що освітній процес здійснюється за такими формами: навчальні заняття, виконання індивідуальних завдань, самостійна робота студентів, практична підготовка, контрольні заходи (п. 4.1). ОНП передбачено виконання курсової роботи, практикуму з підготовки наукових публікацій, навчально-дослідницької практики та практики за темою магістерської кваліфікаційної роботи та виконання магістерської кваліфікаційної роботи. Здобувачі (зустріч 4) та студентське самоврядування (зустріч 5) підтвердили, що навчання на ОНП відповідає вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. На зустрічах 1-5 ЕГ встановила, що навчання на ОНП відбувається або у змішаному форматі (лекції – онлайн, практичні/лабораторні – очно), або повністю у онлайн форматі. Навчання у онлайн форматі відбувається за допомогою платформ Zoom/Microsoft Teams. З метою забезпечення якості навчання в університеті функціонує Віртуальне навчальне середовище (ВНС), в межах якого функціонує платформа Moodle де створені навчальні курси за кожним ОК, на зустрічі 7 ЕГ отримала підтвердження того, що кожен курс є сертифікованим і відповідає встановленій структурі. Результати опитувань здобувачів (<https://bit.ly/3MFI5h7>) та результати зустрічі 4 засвідчили те, що 100 % студентів вважають, що їм вистачає часу на дисциплін (рис. 3) і 100 % студентів вважають, що їм вистачає часу для виконання завдань самостійної роботи (рис. 4). Для комунікації між здобувачами та викладачами використовуються популярні месенджери та соцмережі, корпоративна пошта та ВНС. Здобувачі та НПП розглядають один одного як повноцінних партнерів, зокрема, здобувачі самостійно обирають теми і напрями наукових досліджень, курсової та кваліфікаційної роботи, ОК вільного вибору, беруть участь в оновленні ОП та змісту ОК, а НПП стимулюють студентів до вільного обговорення наукових проблем за їхніми ОК, вибору тем досліджень тощо. НПП вказали на використання під час навчання сучасних програмних продуктів, таких як Canva, Survey Monkey (платна версія), IBM SPSS Statistics та хмарних сервісів Google Ads та Google Analytics – здобувачі підтвердили використання зазначених програмних продуктів у навчальному процесі. І НПП і здобувачі зауважили на використанні сучасних форм та методів навчання: лабораторні заняття з використанням наукового пошуку і дискусій, ділові рольові ігри, обговорення ситуаційних завдань та кейсів тощо.

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

ЕГ встановила, що акредитована ОНП розміщена у вільному доступі в «Каталозі освітніх програм» університету (<https://bit.ly/3UH1q3A>). Через зазначене посилання в усіх зацікавлених осіб є можливість ознайомитись із силабусами обов'язкових і вибіркового ОК. Структура силабуса містить такі стандартні розділи як: мета, завдання, результати навчання, зміст, опис дисципліни, критерії оцінювання, уніфікований додаток і академічна доброчесність. Наявність у силабусі «уніфікованого додатку» із зазначенням контактних даних та адреси для звернень, на думку ЕГ забезпечує додаткову зручності та реалізацію права осіб з інвалідністю на здобуття вищої освіти. ЕГ зауважує на наявності технічних помилок, що потребують усунення, у розділі «Результати навчання» силабусу ОК «Фінансовий менеджмент» (<https://bit.ly/41dF38c>). ЕГ зауважує на необхідності оновлення рекомендованої літератури у силабусах: ОК «Соціальна відповідальність бізнесу» (<https://bit.ly/3mzidJo>), ОК «Управління інноваційним розвитком підприємства» (<https://bit.ly/3GMRZtA>), ОК «Маркетингова політика розподілу» (<https://bit.ly/3GNdPo6>), ОК «Економіко-математичні методи і моделі маркетингу» (<https://bit.ly/3MIVUv4>) та ОК «Прямий маркетинг» (<https://bit.ly/3GKK6Vt>). На зустрічі 7 ЕГ отримала підтвердження, що у інформаційній платформі Moodle міститься інформація по кожній ОК: робоча програма, анотація, глосарій, лекції, методичні вказівки до практичних робіт та самостійної роботи, рекомендована література, критерії оцінювання тощо. На зустрічі 4 здобувачі підтвердили, що отримують усю необхідну інформацію з навчального процесу за кожною ОК в середовищі Moodle та від викладачів на початку навчання за кожним ОК. Результати опитувань (<https://bit.ly/3MFI5h7>) засвідчили те, що 100% здобувачів задоволені інформуванням щодо освітнього процесу впродовж навчання (рис. 5). На зустрічі з НПП також підтвердили надання здобувачам інформації про ОК на першому занятті, в середовищі Moodle, а також і в будь-який інший спосіб (месенджери та соцмережі), що буде зручним і доступним для здобувачів і викладачів.

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

ЕГ встановлено, що реалізація в НУ «ЛП» ОНП «Маркетинг» передбачає виконання здобувачами елементів, спрямованих на формування дослідницьких компетенцій, зокрема це курсові проекти з обов'язкових та вибіркового ОК, спецкурс з наукових досліджень, практикум з підготовки наукових публікацій, матеріалів конференцій та презентацій наукових доповідей, науково-дослідницька практика, наукові дослідження та семінари за тематикою обраних ОК, написання 1-го та 3-го розділів магістерської роботи. Вивчення НП, на зустрічі 1 із гарантом, на зустрічах 3 та 4 ЕГ отримала підтвердження, що протягом 3-го семестру здобувачі отримують практичні вміння та навички у сфері наукових досліджень, зокрема в частині написання та оформлення наукових результатів, виокремлення об'єктів наукового дослідження, методів наукового дослідження; планування науково-дослідних робіт; етапів та форм процесу наукового дослідження тощо. Завідувач кафедри Крикавський Є.В. та низка здобувачів підтвердили, що планують продовжити навчання на здобуття освітнього ступеня доктор філософії. Наукова та науково-технічна діяльність НУ «ЛП» регламентується положенням та низкою нормативних документів, розміщених на сайті університету (<https://bit.ly/43BQKY0>). Дослідження відбуваються із врахуванням НД тем кафедри маркетингу і логістики «Сучасні підходи маркетингового забезпечення розвитку соціальних та економічних систем» (№ ДР 0118U007357, керівник доц. Глинський Н.Ю. – гарант даної ОНП) та «Інноваційна логістика в розвитку економічних систем різних інтеграційних рівнів» (№ ДР 0118U100596, керівник проф. Бочко О.Ю.). Апробація результатів відбувається на різноманітних конференціях, зокрема «Маркетинг та логістика в системі менеджменту», що організовується кафедрою маркетингу і логістики з 1996 року. Інформація про можливості і результати наукової діяльності здобувачів висвітлюється і на сайті університету у розділі «Наука» (<https://bit.ly/41881GH>), і на сторінці кафедри «Маркетингу і логістики» в розділі «Наукова діяльність кафедри» (<https://bit.ly/41rYDo8>). Наданий на запит ЕГ перелік публікаційної активності здобувачів підтвердив поєднання навчання і досліджень під час реалізації даної ОНП. Зокрема, у 2022/2023 н.р. студентки Велика Марія та Шибунька Уляна отримали 3 місце у СНТК-80 на секції «Digital-marketing як інструмент розвитку бізнесу». В цілому, підсумовуючи результати зустрічей 1-5, ЕГ відмічає зацікавленість і долученість учасників освітнього процесу до поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОНП «Маркетинг» в НУ «ЛП».

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

На зустрічах з гарантом, НПП, здобувачами та адміністративним персоналом ЕГ отримала підтвердження того, що оновленню змісту освіти на кафедрі приділяється значна увага. Зокрема, оновлення змісту ОК відбувається на основі моніторингу в процесі обговорення ОНП не рідше ніж один раз на рік. В університеті розроблена відповідна нормативна база, що регламентує процеси оновлення змісту освіти, зокрема «Порядок формування та перегляду робочої програми навчальної дисципліни» (<https://bit.ly/3mB6VUO>), у розділі 3 якого представлено відповідальність, погодження та підстави для оновлення робочої програми навчальної дисципліни. На зустрічі з НПП кафедри маркетингу і логістики навели приклади оновлення змісту освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у галузі маркетингу, зокрема у редакції ОНП 2022 року порівняно з попередньою оновлено змісту

ОК «Соціальна відповідальність у маркетингу» зі зміною її назви на «Соціальна відповідальність бізнесу» (<https://bit.ly/3mzidJo>) та ОК «Стратегічний маркетинг» назва даного ОК змінена на «Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент» (<https://bit.ly/4189Ao3>) із відповідним розширенням тематичного наповнення. Гарант, завідувач та НПП зауважили, що з 2019 року кафедра маркетингу і логістики бере участь у міжнародному проекті «Logistics and Supply Chain Management: dissemination of European experience», одним із завдань якого було удосконалення викладання навчальних дисциплін на основі використання Європейського досвіду. Здобувачі на зустрічі 4 і роботодавці на зустрічі 6 також підтвердили їх долученість до процесу оновлення змісту ОК (<https://bit.ly/3A2YZ1u>). Результати опитувань (<https://bit.ly/3MFI5h7>) засвідчили те, що 100% здобувачів вважають, що мають можливість особисто подати пропозиції щодо покращення якості освітнього процесу для досягнення позитивних якісних змін (рис. 8), зокрема повністю погоджуються 61,5% студентів, переважно погоджується 30,8% студентів, швидше погоджуються, ніж не погоджуються – 7,7% студентів. Вивчення наданих на запит ЕГ протоколів засідань робочих груп (засідання кафедри та навчально-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг») щодо обговорення ОНП з однієї сторони підтвердило, що НПП оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у галузі маркетингу, проте з іншої ЕГ відмічає, що протягом терміну реалізації даної ОНП представлена у розділі 7 опису ОНП «Маркетинг» тематика наукових досліджень жодного разу не оновлювалась, що також підтвердив гарант на зустрічі 1.

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

Ознайомлення ЕГ зі «Стратегією інтернаціоналізації НУ «ЛП» до 2025 року» (<https://bit.ly/41rEsPZ>), на реалізації якої в університеті наголошував проректор Давидчак О.Р., інформацією, отриманою на зустрічах 1-4, та документами кафедри маркетингу і логістики, розміщеними у вкладці «Міжнародна діяльність» (<https://bit.ly/41MZokP>) дозволяє зробити висновок, що інтернаціоналізації діяльності в НУ «ЛП» як на інституційному рівні, так і на рівні реалізації ОНП «Маркетинг» приділяється значна увага. Так, у 2015 році в Львівській політехніці створений «Центр міжнародної освіти» (<https://bit.ly/3oedIUR>), робота якого скерована на налагодження освітніх, наукових, політичних та економічних міжнародних зв'язків в рамках двосторонніх та багатосторонніх міжнародних угод з 110 ЗВО 23 країн світу та 160 рамкових та угод інститутів і кафедр про міжнародне співробітництво із закордонними ЗВО (<https://bit.ly/41puJto>). НПП та здобувачі кафедри маркетингу і логістики також активно долучаються до міжнародних освітніх проєктів/стажувань, зокрема за програмою «Erasmus+» у 2021/2022 рр. відвідали Познанський технологічний університет (Познань, Польща), Університет Марії Кюрі-Склодовської (м. Люблін, Польща), Технічний університет Оствестфален-Ліппе (м. Лемго, Німеччина), Вільнюський університет (Литва). На зустрічі 1 директор інституту і завідувач кафедри зауважили, що найкращі магістри кафедри за спеціальностями «Маркетинг» та «Логістика» мають можливість навчатись за програмою подвійних дипломів в університеті-партнері у Польщі – Гірничо-металургійній академії ім. С. Сташиця (м. Краків). Окрім цього магістри кафедри мають змогу навчатись за новою програмою подвійних дипломів у Познанському технологічному університеті (м. Познань). На зустрічі 4 та зустрічі 6 ЕГ отримала підтвердження того, що здобувачі ознайомлені із програмами академічної мобільності, а випускники брали участь у програмі «Erasmus+». Результати опитувань (<https://bit.ly/3MFI5h7>) засвідчили те, що 100% здобувачів ознайомлені із програмою академічної мобільності для студентів, але не цікавилися ними (рис. 13). Можливості академічної мобільності учасників освітнього процесу в університеті регулюються «Положенням про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, наукових, науково-педагогічних, педагогічних та інших працівників» (<https://bit.ly/3LbOvnb>). НПП кафедри беруть активну участь у міжнародній науковій діяльності, зокрема їх включено до складу редколегій таких міжнародних журналів: Spoleczna Akademia Nauk (Lodz, Poland), Law, Business and Sustainability Herald (Czech Republic) тощо. НПП, що задіяні в реалізації даної ОНП, публікуються у виданнях, що індексуються у наукометричних базах даних Scopus та Web of Science (Крикавський Є.В., Косар Н.С., Глинський Н.Ю., Мних О.Б. та інші) та в рамках програм академічного обміну читають лекції іноземним студентам та виконують міжнародні наукові проєкти, зокрема в рамках конкурсу фонду «Konrad Adenauer Stiftung».

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

У контексті Критерію 4 до сильних сторін ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня експертна група відносить: по-перше, налагоджену систему он-лайн навчання в НУ «ЛП», що реалізується через платформи Zoom та Microsoft Teams й Віртуальне навчальне середовище, що реалізується через платформу Moodle, що сприяє швидкій адаптації здобувачів до змінних умов освітньої діяльності; по-друге, реалізований із врахуванням потреб різних категорій здобувачів, в тому числі інклюзивних, системний підхід до інформування учасників освітнього процесу щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК; по-третє, ефективне поєднання навчання і досліджень шляхом реалізації таких обов'язкових складових ОНП як: спецкурс з наукових досліджень, практикум з підготовки наукових публікацій, матеріалів конференцій та презентацій наукових доповідей, науково-дослідницька практика; по-четверте, наявність в НУ «ЛП» потужної бази щодо можливостей залучення НПП та здобувачів ОНП «Маркетинг» до міжнародних освітніх проєктів/стажувань, зокрема за програмою «Erasmus+».

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

У контексті Критерію 4 до слабких сторін ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня ЕГ відносить: по-перше, наявність у силабусі ОК «Фінансовий менеджмент» технічних помилок, що потребують усунення до початку нового навчального року; по-друге, наявність у силабусах ОК «Соціальна відповідальність бізнесу», «Управління інноваційним розвитком підприємства», «Маркетингова політика розподілу», «Економіко-математичні методи і моделі маркетингу» та «Прямий маркетинг» застарілих джерел рекомендованої літератури, які також необхідно оновити до початку нового навчального року; по-третє, у зв'язку з тим, що представлена у розділі 7 опису ОНП «Маркетинг» тематика наукових досліджень протягом реалізації даної ОНП не оновлювалась, передбачити у новому проєкті ОНП «Маркетинг» 2023 року її оновлення.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

За результатами акредитаційної експертизи, ЕГ дійшла висновку, що ОНП «Маркетинг» за Критерієм 4 відповідає рівню В. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та ПРН й відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів (у формі силабусу або в інший подібний спосіб). НПП оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у галузі маркетингу. Здобувачі залучені до процесу оновлення змісту освіти. НУ «ЛП» володіє потужною базою для реалізації стратегії інтернаціоналізації. Навчання та викладання на ОНП «Маркетинг» узгоджується з якісними характеристиками Критерію 4, виявлені недоліки, суттєво не впливають на якість та результати освіти і можуть бути усунені до початку нового навчального року.

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

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

ЕГ встановлено, що форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти в НУ «ЛП» регламентуються «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання студентів» (<https://bit.ly/3mEcO3x>). Згідно положення, що заздалегідь оприлюднене на офіційному сайті, основними видами контролю результатів навчання студентів є поточний та семестровий контроль – форми контрольних заходів та критерії оцінювання є чіткими, зрозумілими та дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компоненту та/або освітньої програми в цілому. ЕГ відмічає, що наявність чіткої «Схеми організації поточного і семестрового контролю результатів навчання студентів» та «Схеми процесу ліквідації академічних заборгованостей» (додаток 1 та 2) забезпечує прозорість і зрозумілість зазначених процедур для усіх учасників освітнього процесу. На зустрічах 1, 3,4 ЕГ отримала підтвердження, що усі учасники освітнього процесу чітко орієнтуються в правилах і процедурах реалізації контрольних заходів та критеріях оцінювання. Зокрема, НПП і здобувачі зауважили, що під час очного навчання екзамену навчальної дисципліни складають у письмово-усній формі, а під час он-лайн навчання – у формі комп'ютерного тестування у системі Moodle. І НПП і здобувачі підтвердили що надають та отримують інформацію про форми контрольних заходів та критерії оцінювання із силабусів, на першому занятті і за допомогою різноманітних каналів зв'язку (ВНС, корпоративна пошта, месенджери), а кількість отриманих балів поточного контролю виставляється здобувачам в електронний журнал. Результати опитувань здобувачів (<https://bit.ly/3MFI5h7>) засвідчили те, що 100 % студентів вважають, що були завчасно проінформовані про критерії, порядок, форми та строки проведення поточного контролю знань та 100 % – підсумкового контролю знань (табл. 2). Також усі здобувачі зауважили, що критерії оцінювання рівня набутих знань були зрозумілими.

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

Згідно розділу VI стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи (<https://bit.ly/3VKGjTL>). В НУ «ЛП» атестація здобувачів регулюється «Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу екзаменаційних комісій» (<https://bit.ly/3zXR71t>), а переддипломна

практика (за темою кваліфікаційної роботи) – «Положенням про організацію проведення практики здобувачів вищої освіти...» (<https://bit.ly/3GJp7lX>). Вивчення змісту положень дозволяє ЕГ стверджувати, що їх процедури відповідають вимогам стандарту. Зокрема, на зустрічах з гарантом, НПП та здобувачами ЕГ встановила, що усі кваліфікаційні роботи проходять обов'язкову перевірку на наявність академічного плагіату (Unicheck) і здобувачі усвідомлюють ступінь відповідальності при виявленні такого плагіату. На зустрічі 8 представник науково-технічної бібліотеки підтвердила факт зберігання кваліфікаційних робіт в репозитарії університету. У відповіді на запит ЕГ переконалась, що теми кваліфікаційних робіт відповідають напрямам наукових досліджень керівників і визначеним ОНП і проходять перевірку на наявність академічного плагіату. Перевірка на наявність академічного плагіату здійснюється у відповідності до «Регламенту перевірки на академічний плагіат кваліфікаційних робіт студентів, рукописів дисертацій та монографій, рукописів статей, поданих до опублікування у періодичних наукових виданнях, в університеті» (<https://bit.ly/43yszJX>). Захист кваліфікаційної роботи є публічним і здійснюється на засіданні екзаменаційної комісії та може здійснюватися іноземною мовою, про що ЕГ зауважив завідувач кафедри на зустрічі 2. Окрім керівника, НПП кафедри, стейкхолдерів у засідання екзаменаційної комісії можуть брати участь усі бажаючі. Отже, і зміст нормативних документів і практики підготовки і захисту кваліфікаційних робіт на ОНП «Маркетинг» відповідають вимогам стандарту.

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

ЕГ встановила, що організація та проведення поточного контролю та оцінювання досягнень студентів під час семестрового контролю регламентують розділами 2 та 3 «Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання студентів» (<https://bit.ly/3mEcO3x>). У зазначених розділах визначено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, вони є доступними для всіх учасників освітнього процесу та забезпечують об'єктивність екзаменаторів. НПП і здобувачі на зустрічах продемонстрували добре розуміння правил проведення контрольних заходів, зокрема особливо наголошували на трьохрівневій складності підсумкових завдань, усній та письмовій компонентах. Здобувачі вказали на те, що усі вимоги до контрольних заходів є для них легкодоступними як на сайті, так і в системі Moodle, а при необхідності вони завжди їх можуть уточнити у викладачів. Викладачі також підтвердили контакти зі здобувачами щодо зазначених питань. Зі сторони здобувачів жодних зауважень чи застережень щодо упередженості викладачів, чи їх необ'єктивності під час проведення контрольних заходів, висловлено не було. Факт відсутності конфліктних ситуацій під час проведення контрольних заходів на ОНП «Маркетинг» підтвердив відповідальний за антикорупційну діяльність ІНЕМ на зустрічі 8. ЕГ встановила, що об'єктивність екзаменаторів також забезпечується впровадженою практикою проведення семестрових контролів і захисту письмових робіт комісією у складі двох осіб. Підсумовуюча оцінка виставляється за результатами відкритого обговорення в присутності здобувача. В тому випадку, якщо здобувач не погоджується із отриманою оцінкою в НУ «ЛП» передбачено «Порядок розгляду звернень студентів» (<https://bit.ly/3L1JX2r>). На зустрічах з НПП та здобувачами ЕГ підтвердила факт, зазначений у відомостях СО, що за час здійснення освітньої діяльності на ОНП конфліктних ситуацій стосовно об'єктивності оцінювання результатів навчання не виникало. Проте, здобувачі продемонстрували розуміння і обізнаність з процедурою оскарження результатів контрольних заходів та правил їхнього повторного проходження. Зокрема, за результатами опитування (<https://bit.ly/3MFI5h7>), 100 % студентів вважають (таблиця 2 з коментарями), що мали можливість розв'язання спірних ситуацій оцінювання та оскарження отриманих оцінок (23,1 % – переважно погоджуються, 76,9 % – повністю погоджуються).

4. У закладі вищої освіти визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. Заклад вищої освіти популяризує академічну доброчесність (насамперед через імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності.

ЕГ встановила, що політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності в НУ «ЛП» регламентуються «Положенням про академічну доброчесність...» (<https://bit.ly/3oeCcNM>) та «Положенням про Кодекс корпоративної культури...» (<https://bit.ly/4ogxmN3>). Інституційно академічна доброчесність в НУ «ЛП» забезпечується «Центром забезпечення якості вищої освіти» (<https://bit.ly/3ML9xdf>). Перераховані нормативні документи розміщені на сайті університету і доступні усім учасникам освітнього процесу. На зустрічах 3,4 і 5 (НПП, здобувачі та студентське самоврядування) ЕГ отримала підтвердження того, що усі учасники освітнього процесу за ОНП «Маркетинг» ознайомлені з нормативними документами університету у сфері академічної доброчесності й чітко дотримуються правил академічної доброчесності. Зокрема, за результатами опитування (<https://bit.ly/3MFI5h7>) студентів щодо використання проявів академічної недоброчесності під час навчання (таблиця 3 з коментарями) 92,3 % студентів дотримуються принципів та правил академічної доброчесності на екзаменах та під час підготовки до поточного контролю та 100,0% дотримуються принципів та правил академічної доброчесності, що стосуються списування при написанні випускних робіт. На зустрічах 1 і 2 ЕГ встановила, що університетом укладено договір щодо використання програми Unicheck для виявлення текстових збігів та академічного плагіату. Гарант ОНП зауважив, що за результатами перевірки текст кваліфікаційної роботи може мати такий типовий рівень оригінальності: «допустимий» – оригінальність 70-100%; «низький» – оригінальність 40-69%; «незадовільний» – оригінальність менше 40%, і за кожним рівнем передбачені чіткі процедури подальших дій. Разом з тим, ЕГ на

зустрічах з гарантом, НПП та адміністративним персоналом встановила, що процедуру перевірки на плагіат за даною ОНП у системі Unichek не проходять курсові роботи, оригінальність курсових робіт контролює керівник. Здобувачі, НПП та адміністрація засвідчили, що випадків порушення академічної доброчесності на ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти зафіксовано не було. ЕГ встановила, що у НУ «ЛП» визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації даної ОНП, а ЗВО використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

У контексті Критерію 5 до сильних сторін ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня експертна група відносить: по-перше, наявність чітких ліюстрованих схем організації поточного і семестрового контролю результатів навчання студентів та процесу ліквідації академічних заборгованостей, що забезпечує чіткість, прозорість і зрозумілість зазначених процедур для усіх учасників освітнього процесу; по-друге, можливість здійснення публічного захисту кваліфікаційних робіт іноземною мовою; по-третє, чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, в контексті перевірки текстів кваліфікаційних робіт, що можуть мати такі типові рівні оригінальності: «допустимий», «низький» та «незадовільний» і наявність за кожним рівнем передбачених чітких процедур подальших дій.

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

Відсутність за даною ОНП практики перевірки курсових робіт на наявність академічного плагіату у системі Unichek і фактичне перекладання функцій контролю за академічним плагіатом на керівників, у зв'язку з цим ЕГ рекомендує запровадити процедуру перевірки курсових робіт на наявність академічного плагіату у системі Unichek, починаючи з нового навчального року.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

За результатами акредитаційної експертизи, ЕГ дійшла висновку, що ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня за Критерієм 5 відповідає рівню В. Усі підкритерії мають високий рівень узгодженості з якісними характеристиками. Нормативні документи знаходяться на сайті університету і доступні усім учасникам освітнього процесу. Учасники освітнього процесу добре орієнтуються у формах контрольних заходів, критеріях оцінювання, процедурою врегулювання конфліктів, оскарження результатів та принципах академічної доброчесності. Недоліки є можливість усунути до початку нового навчального року.

Критерій 6. Людські ресурси:

1. Академічна та/або професійна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації освітньої програми, забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання.

Наукова школа маркетингу Львівської політехніки є однією з найбільш визнаних наукових шкіл в галузі маркетингу в Україні та за кордоном. Вона базується на кафедрі маркетингу та логістики, яка має висококваліфікований науковий колектив, що забезпечує високий рівень науково-дослідної роботи. Аналіз представлених даних у відомостях про самооцінювання (таблиця 2) ОНП "Маркетинг", у додатку до табл. 2 (обґрунтування в кабінеті Нац. агентства), на сайті університету, а також відкритих джерел інформації дозволяє стверджувати про академічну та професійну кваліфікацію викладачів, що задіяні до викладання дисциплін ОНП, та доводить їх відповідність освітнім компонентам, які вони викладають. Викладання основних дисциплін ОНП здійснює 10 НПП, 5 з яких мають науковий ступінь доктора економічних наук, 5 - кандидата економічних наук; 9 викладачів мають вчене звання, в т.ч. 3 особи вчене звання професора, 6 осіб - доцента. Всі НПП мають високу публікаційну активність щодо фахових публікацій, в тому числі статті, у виданнях, що індексуються у наукометричних базах Scopus, WoS. Викладачі кафедри активно беруть участь у наукових та науково-практичних конференціях різного рівня, мають сертифікати про підвищення кваліфікації, беруть участь у наукових стажуваннях в Україні та країнах ЄС. На кафедрі

маркетингу і логістики проводиться постійно діюча Міжнародна науково-практична конференція "Маркетинг і логістика в системі менеджменту". Професіоналізм викладачів підтверджено чисельними Подяками та Грамотами, частина з яких представлена на сайті кафедри (http://ml.lp.edu.ua/?page_id=3336). На кафедрі маркетинг і логістики здійснюються наукові дослідження за темами: "Сучасні підходи маркетингового забезпечення розвитку соціальних та економічних систем" (№ 0118U007357), керівник - Гарант ОНП "Маркетинг", д.е.н., доц. Глинський Н.Ю.; "Інноваційна логістика в розвитку економічних систем різних інтеграційних рівнів" (№ 0118U100596), керівник - д.е.н., проф. Бочко О.Ю. Викладачі кафедри Крикавський Є.В., Гайванович Н.В. та Глинський Н.Ю. брали участь у програмі академічного обміну Erasmus+ International Credit Mobility (KA107) Staff Mobility for Teaching, та відповідно до підписаної Міжінституційної угоди (Inter-institutional agreement 2020-21-22) між НУ «Львівська політехніка» та Університетом Марії Кюрі-Склодовської (м.Люблін), викладачі провели лекції для студентів (<http://ml.lp.edu.ua/?p=5532>). Згідно Положення про рейтингування кафедр НУ "Львівська політехніка" (<https://cutt.ly/479hYsb>), кафедра маркетингу і логістики займає високі місця у загальному університетському рейтингу (<https://lpnu.ua/laboratoriia-upravlinnia-zvo/reitynh-kafedr>), що також доводить професіоналізм колективу викладачів. Високий рівень професіоналізму НПП кафедри підтвердили також стейкхолдери та академічна спільнота під час онлайн зустрічей (Зустріч 6 та Відкрита зустріч).

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

В НУ "Львівська політехніка" діє Положення про конкурсний відбір претендентів на заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників у Національному університеті «Львівська політехніка» від 15.11.2022 р. (<https://cutt.ly/X79jYPf>), згідно якого відбувається прийом на роботу працівників. Конкурсний відбір ґрунтується на принципах рівності, об'єктивності та неупередженості. В положенні прописано вимоги до претендентів на вакантні посади (п. 3), згідно яких до участі у конкурсі допускаються особи, що мають науковий ступінь або вчене звання, а також повну вищу освіту. Всі претенденти, окрім тих, хто подається вперше, повинні мати сертифікати про підвищення кваліфікації за останні 5 років обсягом 6 кредитів ЄКТС, вміти користуватися сервісами електронної пошти, відеоконференцій, сервісами інформаційного супроводу навчального процесу (LMS Moodle, Google Workspace, Microsoft Office 365, Google Meet тощо). Для осіб, що претендують на посаду професора, допускаються особи, що мають науковий ступінь доктора наук або вчене звання професора, стаж науково-педагогічної роботи не менше 5 років, опубліковані навчальні посібники / підручники / монографії, 3 статті за останні 5 років у періодичних виданнях, індексованих міжнародними наукометричними базами даних Scopus або Web of Science, що належать до квартилю Q1 або Q2, фахові видання, досвід керування аспірантами/докторантами, науковими темами. Окремо визначені вимоги до претендентів на посаду доцента. Конкурс на заміщення вакантних посад НПП оголошується наказом ректора. Після успішного проходження конкурсу з претендентом укладають контракт. До контракту додаються планові індивідуальні показники результативності (додаток 4 Положення <https://cutt.ly/X79jYPf>), які, за словами НПП, впливають на термін дії контракту. До відомостей про самооцінювання ЗВО додатково було надано додаток до табл. 2 (обґрунтування), в якому детально відображено відповідність НПП п.38 Ліцензійних вимог провадження освітньої діяльності. Аналіз даного документа доводить, що всі викладачі відповідають чинним Ліцензійним вимогам щодо кадрового забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти, а також внутрішнім вимогам ЗВО. Під час фокус-груп НПП продемонстрували високий рівень ознайомленості з процедурами конкурсного відбору працівників, представники структурних підрозділів та керівництва Університету повідомили, що проблем з добором викладачів даної кафедри не було. ЕГ констатує, що процедури конкурсного добору викладачів є прозорими і дозволяють забезпечити високий рівень професіоналізму для реалізації ОНП.

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

До організації та реалізації освітнього процесу за ОНП «Маркетинг» залучено роботодавців та академічну спільноту. Зокрема, до організації навчального процесу, перегляду ОНП та НП залучаються представники державних організацій та бізнесу: Львівської міської ради (Зустріч 6), ТзОВ "Авто Лідер Захід", ТзОВ "Фінарт Смарт Солюшн", ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього", Міжнародного поштово-логістичного холдингу Meest, ТзОВ СП "РосанПак", АТ "Укрпошта" (Рецензії на ОНП 2021 р., 2022 р.). Про постійну співпрацю з кафедрою, в тому числі щодо організації навчального процесу, говорили під час зустрічей представники академічної спільноти: зав.каф. економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету Дейнега І.О. (Зустріч 6), зав.каф. підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу Перевозова І.В. та зав.каф. маркетингу НУ водного господарства та природокористування Мальчик М.В. (Відкрита зустріч). Однак, роботодавці, що були присутні під час онлайн зустрічі, повідомили, що їх співпраця з кафедрою має більш точковий характер, тобто їх в основному залучають до обговорення тематичи наукових та кваліфікаційних робіт, нависання відгуків та рецензій, а також висловили готовність до більш широкого залучення до освітнього процесу. Керівниця відділу навчання та розвитку персоналу ТОВ "ELEKS" Мокій О.А. повідомила, що в їх компанію працює випускник даної ОНП та відмітила високий рівень підготовки працівника і вільне володіння англійською мовою, що для компанії є дуже важливим.

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

В НУ "Львівська політехніка" існує практика залучення професіоналів-практиків до навчального процесу. В Університеті розроблено Положення про реалізацію Програми "Візит-професор" / "Гостьовий лектор", затв. Наказом № 779-1-10 від 22.12.2021 р. (<https://cutt.ly/u79SQIE>), згідно якого передбачено можливості залучення лекторів як з працевлаштуванням, коли викладаються дисципліни згідно навчального плану обсягом не менше 60 год, так і без працевлаштування на добровільних засадах, якщо заняття не відносяться до НП ОНП. Для здобувачів ОНП було проведено наступні заходи: експерт від Інституту громадянського суспільства з розробки Стратегії розвитку громад, директор Західно-українського регіонального навчального центру Петро Мавко читав лекцію для здобувачів на тему: "Особливості стратегічного маркетингу на територіальному рівні" (<http://ml.lp.edu.ua/?p=5570>), директор з персоналу мережі «Сільпо» Павло Сич розповідав про мотивацію персоналу (<http://ml.lp.edu.ua/?p=5562>), викладачі з Університету Марії Кюрі-Склодовської (м. Люблін) проводили лекцію на тему "Планування бренд-стратегії підприємства" (<http://ml.lp.edu.ua/?p=5560>), к.е.н., доц. Дмитрів А.Я. (ТОВ «Глобал Кідз» викладає дисципліну «Маркетинговий менеджмент», к.е.н., доц. Таранський І.П. (ТОВ «Росан-Цінні папери») проводить заняття з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємств», у якості консультанта з стратегічного розвитку, маркетингу та брендингу до навчального процесу залучено экс-директора з маркетингу компанії «Молокія» к.е.н. Стець О.М.

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

Відповідно до Положення про підвищення кваліфікації НПП НУ "ЛП", затв. Наказом № 265-1-10 від 02.06.2020 р. (<https://cutt.ly/Y79GQiT>) визначено процедуру, види, форми, обсяг (тривалість), періодичність, умови підвищення кваліфікації НПП. НПП Університету можуть підвищувати кваліфікацію в Україні та за кордоном, однак не в державі, визнаній Верховною Радою України державою-агресором чи державою-окупантом. Результати підвищення кваліфікації враховуються під час обрання на посаду за конкурсом. Формами підвищення кваліфікації є інституційна, дуальна, на робочому місці, на виробництві. Основними видами є навчання за програмою підвищення кваліфікації, стажування. НПП підвищують кваліфікацію не рідше 1 разу на 5 років. В Університеті створено Відділ навчання та розвитку персоналу (<https://lpnu.ua/nrp>), метою якого є забезпечення покращення якості персоналу, розроблення та впровадження системи навчання та розвитку персоналу з метою реалізації Стратегічного плану розвитку Національного університету «Львівська політехніка» до 2025 р., проведення тренінгів, пошук персоналу на вакантні посади, участь у моніторингу та формуванні сприятливого організаційного середовища та вдосконаленні корпоративної культури Університету тощо. На базі відділу проводиться навчання НПП зп 6 напрямками: 1. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в науково-педагогічній діяльності (3 навчальні модулі), 2.Формування ключових компетентностей (softskills). Навички XXI століття (6 модулів), 3.Формування методологічної компетентності (3 модулі), 4.Юридично-правові та фінансові аспекти діяльності науково-педагогічних працівників (3 модулі), 5. Створення безпечного та інклюзивного освітнього середовища, соціальна інклюзія (2 модулі), 6. Формування та розвиток управлінських компетентностей (5 модулів). Викладачі кафедри маркетингу і логістики проходили стажування на базі відділу та отримали відповідні сертифікати: Косар Н.С. (2022 р.), Гринкевич С.С. (2021 р.), Гайванович Н.В. (2018 р.), Мащак Н.М. (2020 р.), Чернописька Н.В. (2021 р.) тощо. Окрім цього, у НУ "Львівська політехніка" діє Центр інноваційних освітніх технологій (<https://lpnu.ua/ciot>), основними напрямками роботи якого є перепідготовка та підвищення кваліфікації НПП з використанням інноваційних педагогічних технологій, консультування з питань інноваційної педагогіки, організація та проведення курсів, тренінгів, семінарів, майстер-класів з питань інноваційної освітньої діяльності. Центр пропонує курси підвищення кваліфікації за 10 напрямками (<https://cutt.ly/t797L7M>). Кафедра педагогіки та інноваційної освіти НУ "Львівська політехніка" також пропонує курси підвищення кваліфікації. Тематика 2022-2023 н.р. включає 6 освітніх модулів (<https://cutt.ly/B795dAi>). В Університеті широко розвинута міжнародна наукова співпраця у межах міжнародних програм, за грантами міжнародних фондів, організацій, у межах спільних проєктів (<https://cutt.ly/N796oxy>). Викладачі кафедри беруть участь у міжнародних проєктах, зокрема Erasmus+.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Процедуру матеріального заохочення НПП викладено у Положенні про матеріальне заохочення та інші виплати працівникам НУ "Львівська політехніка", від 15.11.2022 р. (<https://cutt.ly/C7zehCe>), згідно якого передбачено встановлення надбавок, преміювання за особистий внесок в роботу університету, преміювання згідно інших положень (Про конкурс монографій, Про найкращого молодого науковця тощо). Нематеріальне заохочення працівників проводиться відповідно до Положення про нагородження відзнаками НУ "Львівська політехніка" від 27.05.2022 р. (<https://cutt.ly/z73tvdF>), в якому визначено 5 рівнів відзнак. Викладачі кафедри маркетингу та логістики, задіяні освітньому процесі за ОНП "Маркетинг" неодноразово отримували винагороди різного ступеня. Так, Мних О.Б., Глинський Н.Ю., Косар Н.С., Чернописька Н.В., Мащак Н.М. мають відзнаки університету (http://ml.lp.edu.ua/?page_id=3336), Бочко О.Ю. за значні досягнення в науковій роботі отримала у 2020 р. нагрудний знак Університету. Під час онлайн зустрічей із НПП, гарантом та іншими працівниками університету, ЕГ переконалася, що в ЗВО частково відшкодовуються витрати за публікацію наукових статей у виданнях, що індексуються в Scopus та Web of Science. Стимулюванню розвитку викладацької майстерності сприяє міжнародна співпраця Університету та можливості академічної мобільності (Положення про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників у "Львівська політехніка"

(<https://cutt.ly/U73sUA2>). ЕГ констатує, що в Університеті діють нормативні положення про стимулювання працівників.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Сильними сторонами є існування на кафедрі відомої в Україні та за кордоном наукової школи з маркетингу; високий рівень публікаційної активності в т.ч. у виданнях, що включено до міжнародних баз Scopus, WoS; професіоналізм НПП, що залучені до викладання на ОНП; участь викладачів у міжнародних проєктах; залучення професіоналів-практиків до навчального процесу. Наявність широких можливостей для професійного розвитку та підвищення кваліфікації НПП, стимулювання розвитку викладацької майстерності на достатньо високому рівні. Завдяки підходу, що включає в себе низку інноваційних методів, у НУ "Львівська політехніка" створено систему стимулювання та мотивації для формування і розвитку людських ресурсів, необхідних для успішної реалізації ОНП "Маркетинг".

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

Не виявлено.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Враховуючи визначені сильні сторони та позитивні практики, зокрема, професіоналізм викладачів, можливості для професійного розвитку, співпрацю зі стейкхолдерами, постійне підвищення професійної майстерності, наявність відомої потужної наукової школи, інноваційних підходів та взірцевих практик щодо стимулювання та мотивації персоналу, повну відповідність за всіма підкритеріями критерію 6, а також відсутність слабких сторін та недоліків, ЕГ констатує, що за критерієм 6 ОНП "Маркетинг" відповідає рівню А.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Під час огляду матеріально-технічної бази НУ «Львівська політехніка» ЕГ переконалася, що Університет має розширену інфраструктуру: великі навчальні приміщення, комп'ютерні лабораторії, бібліотеку, читальний зал, буфети, конференц-залу та інше. В ході огляду матеріально-технічної бази члени експертної групи переконались, що університет в повній мірі забезпечує здобувачів ОНП комп'ютерною технікою для реалізації цілей та програмних результатів навчання: для проведення освітнього процесу в очному форматі для здобувачів освіти за ОНП «Маркетинг» передбачено використання 4 спеціалізованих навчальних аудиторій № 401А (31,4 кв.м), № 417 (70,5 кв.м) (спільне використання з іншою кафедрою на 50%), № 426А (35,3 кв.м) та № 429 (64,1 кв.м), а також 2 комп'ютеризовані навчальні лабораторії № 426В (18,7 кв.м) та № 405 (17,2 кв.м). В бібліотеці Університету створено сучасний, інноваційний освітній простір, який розподілено на зони для навчання та відпочинку студентів. Під час віртуального огляду ЕГ переконалась, що бібліотечний освітній простір користується значною популярністю серед студентів. Інформація про склад матеріально-технічної бази НУ «Львівська політехніка» наведена на сайті Університету <https://bit.ly/3A99wrZ>. Фінансовий Звіт про використання коштів публікується на сайті Університету <https://bit.ly/3GRp1sj>. Фінансування Університету відбувається переважно за кошти Державного бюджету на умовах державного замовлення на оплату послуг з підготовки фахівців. Навчально-методичне забезпечення освітнього процесу за ОНП «Маркетинг» розроблено науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу та логістики, розглянуто та рекомендовано до впровадження в освітній процес на засіданні кафедри та схвалено і затверджено НМК спеціальності 075 «Маркетинг» (протокол №1 від 27.08.2021 р., протокол №4 від 29.06.2022 р.). Навчально-методичне забезпечення освітнього процесу за ОНП «Маркетинг» складається із Робочих програм навчальних дисциплін та методичних рекомендацій до виконання практичних робіт і проведення семінарських занять.

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

Під час зустрічі з НПП ЕГ отримала інформацію від к.е.н, доц. кафедри маркетингу та логістики Косар Н.С. про те що здобувачі вищої освіти можуть безкоштовно використовувати під час освітнього процесу програмне забезпечення (ПЗ) для ПК SurveyMonkey, яке придбане за кошти університету. Здобувачі освіти використовують це ПЗ при обробленні маркетингової інформації. Також на рівні університету є можливість використання програми Grammarly, якою безкоштовно можуть користуватися, як НПП так і здобувачі освіти. Під час зустрічі із здобувачами освіти ЕГ отримала інформацію, що в Університеті є вільний доступ до WiFi, віртуального навчального середовища (ВНС) та електронного кабінету здобувача. Здобувачі освіти, які мешкають у гуртожитках, мають вільний доступ до Інтернету. Марта Ткаченко повідомила, що вони мають безоплатний доступ до всіх ресурсів у бібліотеці університету. Ярина Яришевська повідомила, що вони мають можливість безкоштовно відвідувати спортивні секції. Під час зустрічей з фокус-групами ЕГ не виявлено фактів обмеження доступу до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для забезпечення провадження освітнього процесу, викладацької та наукової діяльності учасників освітнього процесу. Під час зустрічей з фокус-групами було підтверджено, що Університет не перешкоджає вільному доступу здобувачів та викладачів до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів університету.

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

Під час огляду матеріально-технічної бази Університету, ЕГ переконалась у тому, що всі навчальні та адміністративні приміщення відповідають вимогам техніки безпеки та забезпечують умови життєдіяльності здобувачів освіти під час освітнього процесу. Належний стан охорони праці в Університеті забезпечується постійним наглядом з боку відділу охорони праці, який виконує роботу з контролю за станом охорони праці у підрозділах університету спільно з комісією з охорони праці профкому університету і громадськими інспекторами з охорони праці. Під час зустрічі з адміністрацією ЗВО ЕГ отримала інформацію від першого проректора Матвійківа О.М. про забезпечення безпечних умов навчання при проведенні занять в очному форматі. Для тієї кількості студентів які навчаються в аудиторному режимі в ЗВО забезпечено укриття. Укриття університету розраховано на перебування у ньому 5 тис. осіб одночасно. Під час зустрічі з НПП ЕГ отримала інформацію від к.е.н, доц. Гринкевич С.С. про те, що здобувачі освіти отримують необхідну їм психологічну підтримку, зокрема, від своїх наукових керівників за необхідністю. В університеті існує студентське капеланство, на території університету є студентський храм де капелани надають психологічну підтримку тим, хто її потребує. Доцент Косар Н.С. доповнила відповідь, що вона, як куратор другого курсу, спілкується з кожним здобувачем освіти і допомагає вирішувати їхні проблеми, якщо вони виникають. В університеті є Центр правової та психологічної допомоги, у якому здобувачі освіти та НПП можуть отримати безоплатні консультації <https://bit.ly/43Iedqs>.

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

Організаційна підтримка здобувачів освіти забезпечується у взаємодії зі структурними підрозділами Університету, органами студентського самоврядування, відповідальними посадовими особами. Інформаційна підтримка забезпечується через офіційні канали розповсюдження інформації. Під час зустрічі з НПП ЕГ отримала інформацію від к.е.н, доц. кафедри маркетингу та логістики Косар Н.С., що для комунікації зі здобувачами освіти викладачі використовують корпоративну пошту та віртуальне навчально середовище (ВНС). Її відповідь доповнила к.е.н, доц. кафедри маркетингу та логістики Гайванович Н.В. інформацією, що комунікації відбуваються також за допомогою месенджерів і чату ВНС. Навчальні заняття у дистанційному форматі та інші заходи, а також зустрічі НПП зі здобувачами освіти відбуваються із застосуванням наступних каналів комунікації: Zoom, Google meets, Microsoft Teams. Доцент Довгунь О.С. повідомила інформацію, що при обиранні каналів для комунікації завжди враховуються побажання здобувачів освіти. Під час зустрічі із здобувачами освіти ЕГ отримала інформацію про те, що вони отримують всю необхідну їм організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку від своїх кураторів та викладачів кафедри. На сайті Університету у розділі "Нормативні документи" розташоване "Положення про викладача-куратора індивідуального навчального плану", яке датоване 2013 р. Інформації щодо інших нормативних документів, які стосувались би інституту кураторства на сайті Університету не знайдено. На зустрічі з НПП ЕГ отримала інформацію, що викладачі кафедри постійно підтримують зв'язок із здобувачами освіти і надають здобувачам освіти всю необхідну інформаційну, наукову, та психологічну підтримку. В ході зустрічей зі здобувачами вищої освіти та представниками студентського самоврядування встановлено, що скарги на роботу кафедри, інших підрозділів університету відсутні.

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

За результатами огляду матеріально-технічної бази Університету можна стверджувати, що інфраструктура в повній мірі пристосована для осіб з особливими освітніми потребами. Серед контингенту здобувачів ОНП «Маркетинг» такі особи відсутні. Правила прийому на навчання до університету не містять дискримінаційних положень, які б обмежували права осіб з особливими потребами. Під час зустрічі з адміністрацією ЗВО ЕГ отримала інформацію від першого проректора Матвійківа О.М. про те, що здобувачі освіти з особливими освітніми потребами підтримуються через центр «Інтеграція»» (<https://bit.ly/3KMN5hi>), а також є Служба доступності до можливостей навчання «Без обмежень» (<https://bit.ly/3GXfu30>). Центр «Інтеграція» у ЗВО працює вже досить довгий час і був створений за рахунок партнерських коштів при реалізації міжнародних проєктів з канадським та німецьким університетами. При створенні цього центру був врахований досвід іноземних партнерів щодо створення сприятливих умов навчання для осіб з особливими освітніми потребами. Перший проректор Університету також повідомив, що корпуси університету є пам'ятками історії та архітектури, тому добудувати щось всередині них складно, проте адміністрація Університету намагається створити всі умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами. Головний корпус Університету забезпечений механізмом, який підіймає людей на візку. Для здобувачів освіти з вадами зору забезпечується супровід. Проректор повідомив, що університет є єдиним в Україні, який відправив здобувача освіти з особливими освітніми потребами навчатися за програмою академічної мобільності.

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

Політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій, зокрема, пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією регламентовано нормативними документами Університету, зокрема, «Правилами внутрішнього розпорядку НУ «Львівська політехніка» <https://bit.ly/3mF1EM5> «Правилами...» визначено права та обов'язки працівників Університету, зокрема, гарантовано захист професійної честі та гідності (п. 4.1). В Університеті прийнята Антикорупційна програма НУ «ЛП» (<https://bit.ly/4oiXBTb>), якою регламентований нульовий рівень терпимості до будь-яких проявів корупції і наголошено на вживанні заходів щодо запобігання, виявлення та протидії корупції в Університеті. В Університеті затверджений Порядок розгляду звернень студентів Національного університету «Львівська політехніка» <http://surl.li/eubeq>. Під час зустрічей з фокус-групами інформації щодо випадків конфліктних ситуацій на ОНП «Маркетинг» виявлено не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Сильні сторони: наявні фінансові, матеріально-технічні та навчально-методичні ресурси забезпечують досягнення цілей ОНП «Маркетинг» та програмних результатів навчання. В Університеті обладнане укриття на 5 тис. осіб. В бібліотеці Університету створено сучасний, інноваційний освітній простір. Викладачі та здобувачі освіти мають безоплатний доступ до інфраструктури Університету та інформаційному забезпеченню освітнього процесу. Усі навчальні та адміністративні приміщення відповідають вимогам техніки безпеки та забезпечують умови життєдіяльності здобувачів освіти під час освітнього процесу. В Університеті існує чітка та зрозуміла політика вирішення конфліктних ситуацій, зокрема, пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією регламентовано нормативними документами Університету. Позитивні практики: наявність Центру правової та психологічної допомоги, у якому здобувачі освіти та НПП можуть отримати безоплатні консультації, практика студентського капеланства для надання психологічної допомоги здобувачам освіти.

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

Слабкі сторони не виявлено.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

У ході аналізу фактів та доказів за критерієм 7, ЕГ дійшла висновку, що ОНП «Маркетинг» має високий рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 7.1 – 7.6 та відповідає рівню А. Сильні сторони та позитивні практики, що полягають у високому рівні матеріально-технічного та навчально-методичного забезпечення, соціальної підтримці здобувачів завдяки діяльності Центру правової та психологічної допомоги, у якому здобувачі освіти та НПП можуть отримати безоплатні консультації та діяльності студентського капеланства для надання психологічної допомоги здобувачам освіти, сприяють досягненню цілей та програмних результатів ОНП "Маркетинг". Слабких сторін не виявлено. Враховуючи високу узгодженість за усіма підкритеріями, ЕГ констатує, що відповідність вимогам Критерію 7 ОНП "Маркетинг" є високою з елементами взірцевих практик.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

ЕГ встановила, що регулювання процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в НУ «ЛП» здійснюється на основі «Положення про формування, затвердження та оновлення освітніх програм» (<https://bit.ly/41cSogo>), у якому зазначені чітка структура та зміст освітніх програм, їх порядок формування і затвердження й процедури моніторингу, періодичного перегляду та оновлення. На зустрічах з гарантом та адміністративним персоналом ЕГ встановила, що робоча (проектна) група під час здійснення моніторингу, періодичного перегляду та оновлення ОНП «Маркетинг» чітко дотримувалась п. 3-5 діючого положення. Гарант на зустрічі 1 зауважив, що проєкт ОНП 2023 року знаходиться на стадії затвердження з наданням йому чинності наказом ректора (<https://bit.ly/3KCbzvH>). На основі порівняльного аналізу ОНП 2021, 2022 років та проєкту 2023 року ЕГ констатує, що у розділі 7 усіх ОНП є технічні помилки, які потребують усунення, також ЕГ відмічає, що тематика наукових досліджень за спеціальністю 075 «Маркетинг» (ст. 27-29 ОНП 2021, 2022 років та проєкту 2023 року) не оновлювалась, хоча у п. 4.3 діючого положення зазначається, що «Моніторинг ОП передбачає оцінювання: в т.ч. відповідності ОП досягненням науки у відповідній сфері знань, тенденціям розвитку економіки і суспільства». На запит ЕГ було надано витяги з протоколів розширених засідань кафедри маркетингу і логістики зі стейкхолдерами щодо перегляду ОНП «Маркетинг» у січні 2021 року, у лютому 2022 року та у листопаді 2022 року – надані протоколи підтверджують діяльність кафедри маркетингу і логістики щодо виконання затверджених процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в НУ «ЛП» як на рівні кафедри, так і на рівні інституту економіки і менеджменту. На зустрічі 8 директор Центру забезпечення якості освіти університету підтвердив ЕГ, регулярність моніторингу та періодичного перегляду ОНП, а завідувач відділу навчання та розвитку персоналу – організацію періодичного навчання для гарантів та членів робочих (проектних) груп.

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

На зустрічах 4 та 5 зі здобувачами та представниками студентського самоврядування ЕГ отримала підтвердження того, що здобувачі та студентське самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Здобувачі ОНП підтвердили свою участь в процесі оновлення ОНП: через дискусії з викладачами під час занять, через особистий кабінет і форму у ВНС, через спеціальну feedback-форму на сайті університету (<https://bit.ly/3ohwbQn>) та через анкетування (<https://bit.ly/3MFI5h7>), за результатами якого вони пропонували додати до вибіркового блоку ОК «Холістичний маркетинг» та вилучити ОК «Товарна інноваційна політика». На рівні університету також регулярно проводяться опитування (<https://bit.ly/41anbv3>): дистанційне навчання очима студентів, викладач очима студентів, в яких на інституційному рівні піднімаються перегляду освітніх програм. У наданих на запит ЕГ витягах з протоколів розширених засідань кафедри маркетингу і логістики зі стейкхолдерами щодо перегляду ОНП «Маркетинг» в якості учасників обговорень зазначені здобувачі другого РВО Кириленко А. та Бабич О. ЕГ відмічає, що у п. 8.3 відомостей СО зазначено, що у процесі обговорення проєкту ОНП 2022 року здобувачка Бабич О. запропонувала розширити зміст ОК «Стратегічний маркетинг», а у протоколі від 28 лютого 2022 року проф. Крикавський Є.В., враховуючи побажання здобувачки, замінити ОК «Стратегічний маркетинг» на ОК «Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент», що, на думку ЕГ, підтверджує партнерські відносини між здобувачами і НПП кафедри маркетингу і логістики. На зустрічі 5 ЕГ переконалась, що студентське самоврядування через вчені ради інституту (<https://bit.ly/3L1DdS3>) та університету (<https://bit.ly/3Mh5nb6>) залучені до процесу перегляду освітніх програм в НУ «ЛП». ЕГ відмічає активну позицію студентського самоврядування ІНЕМ щодо питань забезпечення якості освітньої діяльності та участі в процедурах перегляду освітніх програм.

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

На зустрічах 1, 2 та 6 ЕГ переконалась, що кафедра МіЛ активно, на партнерських засадах, залучає роботодавців до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості. Кафедра МіЛ має

тісні взаємозв'язки з представниками бізнес-середовища та органів публічної влади, зокрема: виконавчий директор ТзОВ «Аккорд-тур» Андрющенко О.В., директор ПП «ВІКНА-ЦЕНТР» Вірт М.Я., економіст ТОВ «БУДІВЕЛЬНИЙ АЛЬЯНС МОНТАЖПРОЕКТ» Лазоренко І.О., в.о. начальника управління економіки Львівської міської ради Заяць Г.О., керівниця відділу навчання та розвитку персоналу ТОВ «ELEKS» Мокій О.А., директорка Комунальної установи змішаного типу «Львівський міський центр соціальних послуг та реабілітації «Джерело» Люльчак З.С. Із наданих на запит ЕГ протоколів розширених засідань кафедри зі стейкхолдерами та за результатами зустрічі 6 ЕГ зроблено висновок, що роботодавці долучені до формулювання цілей, ПРН, змістовного наповнення ОНП, до проведення практики за темою магістерської кваліфікаційної роботи, до роботи державної екзаменаційної комісії, круглих столів, що, безумовно, сприяє поглибленню знань здобувачів у досліджуваних маркетингових сферах. Пропозиції, що надають роботодавці, переважно стосуються наближення змісту ОК до практики із урахуванням нових змін у бізнес-середовищі. Наприклад, за рекомендацією роботодавців у 2022 році удосконалено структуру дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» з урахуванням необхідності забезпечення більш обґрунтованого підходу до прийняття стратегічних і тактичних рішень в умовах впровадження у діяльність підприємств концепції соціально-відповідального бізнесу, використання ними новітніх інструментів формування соціальної відповідальності. Роботодавці співпрацюють з кафедрою через безпосередні контакти з гарантом та НПП, через написання відгуків та рецензій на ОНП в цілому та окремі ОК, а також через спеціальну feedback-форму на сайті університету (<https://bit.ly/3KFon2c>), що розміщена на сайті університету в розділі «Про освітні програми» у стовпчику «Зауваження та пропозиції стейкхолдерів». Аналіз відгуків та рецензій роботодавців, представлений у відомостях СО, засвідчив наявність в них конструктивних пропозицій в контексті цифрової та логістичної складових, що дозволяє забезпечувати якість ОНП «Маркетинг» в майбутньому.

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

ЕГ під час проведення акредитаційної експертизи встановила, що в НУ «ЛП» питанням збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників приділяється належна увага як на інституційному (<https://bit.ly/3GLz7Lo>), так і на кафедральному (<https://bit.ly/3L1hMR8>) рівні. На зустрічі 8 начальник відділу працевлаштування та зв'язків з виробництвом докладно розповіла ЕГ про напрями роботи відділу, зокрема на «Весняному кар'єрному інтенсиві» 3-7 квітня рекрутери, HR-менеджери та бізнес-тренери топових компаній України на воркшопах і вебінарах розказали про те, як покращити свої навички, отримати першу роботу й успішно стартувати у кар'єрі; через «Tech StartUp School» на безкоштовному 20-годинному інтенсиві «Gist Bootcamps» у студентів, стартаперів та молодих підприємців розвивають актуальні бізнес-навички з цифрового маркетингу тощо. Випускники ОНП «Маркетинг», які були присутні на зустрічі 6, акцентували увагу на їх залученні до процесу перегляду ОНП та на важливих складових, що необхідні сучасному маркетологу для побудови успішної кар'єри – це знання іноземної мови, та робота з міжнародними партнерами на міжнародних ринках. Маркетологиня ТОВ «ЗФ Логістик» Чипак А.А., менеджерка з маркетингу продуктів ТОВ «Ю-Ай-Пас Україна» Ясевич А.М., інтернет-маркетологиня, ТзОВ «Мінпрод Галичини» Кучменда М.Р., програмна координаторка ТОВ «Глобал Лоджик Україна» Крошна І.В. на зустрічі з ЕГ розповіли, що своє перше місце роботи вони отримали на заходах, які організувала кафедра МіЛ. Усі присутні на зустрічі випускники ОНП, а також директор компанії NewOldStamp Inc Заставний В.С. висловили готовність продовжувати активно долучатися до читання гостьових лекційних і практичних занять для здобувачів освітніх програм кафедри МіЛ, і, зокрема, даної ОНП «Маркетинг».

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

ЕГ встановлено, що як на інституційному рівні, так і на рівні кафедри МіЛ створено умови для забезпечення вчасного реагування на виявлені недоліки в освітній програмі та/або освітній діяльності з реалізації освітньої програми. Так, в НУ «ЛП» розроблено низку нормативних документів, що регламентують систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти в університеті, ключовим з яких в даному контексті є «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти» (<https://bit.ly/41dQCfw>). На зустрічі 8 директор центру забезпечення якості освіти докладно розповів, що щорічно в університеті формується група аудиту, яка проводить внутрішній аудит системи управління якістю, в тому числі кафедри МіЛ, що є випусковою для ОНП «Маркетинг». За результатами аудиту керівництвом університету також щорічно, під час дослідження функціонування системи управління якістю із застосуванням методики SWOT-аналізу, визначаються зовнішні і внутрішні чинники, що стосуються стратегічного розвитку та впливають на досягнення запланованих результатів функціонування системи управління якістю університету, сильні та слабкі сторони, можливості і загрози. На кафедрі МіЛ заступник завідувача з питань управління якістю розробляє цілі у сфері якості, паспорт ризиків та план-факт заходів щодо управління ризиками на поточний рік. Розроблені документи затверджуються на засіданні кафедри та враховують процедури внутрішнього забезпечення якості даної ОНП. Окреслений підхід покликаний сприяти вчасному реагуванню на виявлені недоліки в освітній діяльності з реалізації освітньої програми, проте, зважаючи на виявлені технічні помилки в описі ОНП, ЕГ рекомендує заступнику завідувача з питань управління якістю удосконалити процедуру перегляду освітніх програм на кафедрі МіЛ шляхом запровадження перехресного перегляду гарантими описів освітніх програм.

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

ЕГ встановлено, що оскільки акредитація ОНП є первинною, результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти, які мали б враховуватися під час удосконалення цієї ОНП немає. Проте, на зустрічі з керівництвом ЕГ отримала підтвердження того, що в НУ «ЛП» за результатами проведених акредитаційних експертиз інших ОП видано 11 наказів, в яких враховано 191 рекомендацію ЕГ та ГЕР. Зокрема, протягом 2019-2021 років в університеті розроблено та затверджено такі документи: «Порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті», «Положення про гарантів освітніх програм», «Порядок розгляду звернень студентів», «Положення про Кодекс корпоративної культури», упорядковано розміщення інформації про ОП та силабуси освітніх компонентів на сайті університету, розроблено спеціальну форму для подачі пропозицій та рекомендацій стейкхолдерами на проекти ОП тощо. Щодо ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО, то ЕГ на зустрічі з гарантом встановила, що в результаті врахування рекомендацій ЕГ та ГЕР сформованих під час акредитацій ОНП «Маркетинг» та ОНП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» третього РВО відбулось підвищення публікаційної активності викладачів у закордонних виданнях, що індексуються наукометричними базами WoS та Scopus та впроваджена практика документального підтвердження опитування здобувачів, можливостей внесення пропозицій онлайн до проекту ОП. На зустрічі 8 директор центру забезпечення якості освіти запевнив ЕГ, що робота із врахування результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти здійснюється систематично.

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

На всіх зустрічах, під час проведення виїзної частини експертизи, ЕГ відмічає, що в академічній спільноті НУ «ЛП» сформована культура якості, яка сприяє постійному розвитку та освітньої діяльності за ОНП «Маркетинг» магістерського рівня. На інституційному рівні створено «Центр забезпечення якості освіти» (<https://bit.ly/3ML9xdf>), який координує діяльність університету в сфері внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Система управління якістю в університеті сертифікована у відповідності до стандартів ISO 9001:2015 (<https://bit.ly/43Ad586>). В університеті розроблені внутрішні стандарти забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти (<https://bit.ly/41AXWBX>). Університет щорічно визначає цілі у сфері якості (<https://bit.ly/43EisDi>), серед яких пріоритетними на 2023 рік є: Міжнародна акредитація ІНЕМ в ВГА, впровадження опитувань роботодавців-стейкхолдерів освітніх програм щодо пріоритетності компетенцій у випускників університету, розроблення інформаційного ресурсу для оприлюднення на офіційному сайті університету кваліфікаційних робіт здобувачів освіти та підготовка репозитарію кваліфікаційних робіт до оприлюднення й розвиток академічної мобільності студентів, аспірантів, докторантів. Загалом здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в НУ «ЛП» забезпечується 16-ма підрозділами. В університеті затверджено «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти» (<https://bit.ly/41dQCfw>), у відповідності до якого щорічно формується група аудиту, яка проводить внутрішній аудит системи управління якістю, в тому числі кафедри МіЛ, що є випусковою для ОНП «Маркетинг». До процесів забезпечення якості вищої освіти на інституційному, кафедральному рівнях, і на рівні ОНП через опитування, бесіди, участь у засіданнях кафедри та роботі ЕК залучаються усі групи стейкхолдерів: здобувачі, НПП, випускники, роботодавці. ЕГ відмічає ґрунтовність підходів до опитувань стейкхолдерів в НУ «ЛП» (<https://bit.ly/41anbv3>) – результати опитувань репрезентативні і систематизовані. Про культуру якості свідчать результати опитувань студентів (<https://bit.ly/3MFI5h7>) щодо їх «спостереження» проявів академічної недоброчесності під час навчання (табл. 4.) – 84,6% студентів ніколи не спостерігали, 15,4% – дуже рідко спостерігали прояви академічної недоброчесності при підготовці до практичних і лабораторних занять, 92,3% студентів не спостерігали, 7,7% дуже рідко спостерігали списування в одногрупників на екзамені, 92,3% студентів не спостерігали, 7,7% – дуже рідко спостерігали прояви академічної недоброчесності на екзаменах, 100% студентів не спостерігали списування при написанні випускних робіт. Зусилля кафедри МіЛ в частині розробки цілей у сфері якості, паспорту ризиків та план-факту заходів щодо управління ризиками забезпечують формування культури якості, яка сприяє постійному розвитку ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО та освітньої діяльності за цією програмою.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

У контексті Критерію 8 до сильних сторін ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня ЕГ відносить: по-перше, наявність чітких процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП із публічною системою зворотного зв'язку зі стейкхолдерами через feedback-форму на сайті університету; по-друге, налагоджена, як на інституційному, так і на кафедральному рівні, система аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників; по-третє, сертифікована у відповідності до стандартів ISO 9001:2015 система управління якістю в університеті; по-четверте, наявність інституційного і кафедрального аудиту системи управління якістю із застосуванням прогресивних методик; по-п'яте, наявність ефективної системи реагування і врахування результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти.

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

У контексті Критерію 8 до слабких сторін ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня ЄГ відносить наявність технічних помилок у розділі 7 в ОНП 2021, 2022 років та проєкті 2023 року (дублювання 1-го та 4-го абзаців), які ЄГ рекомендує усунути під час остаточного затвердження проєкту 2023 року. В контексті виявлених недоліків ЄГ рекомендує заступнику завідувача кафедри МіЛ з питань управління якістю удосконалити процедуру перегляду освітніх програм на кафедрі шляхом запровадження перехресного перегляду гарантими описів освітніх програм.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

За результатами акредитаційної експертизи, ЄГ дійшла висновку, що ОНП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня за Критерієм 8 відповідає рівню В. Усі підкритерії мають високий рівень узгодженості з якісними характеристиками. Найвні чіткі процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП із публічною системою зворотного зв'язку зі стейкхолдерами. Налагоджена на інституційному і кафедральному рівнях система аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників. Сертифікована у відповідності до стандартів ISO 9001:2015 система управління якістю із наявністю інституційного і кафедрального аудиту. Ефективна система реагування і врахування результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти. Недоліки є можливість усунути під час перегляду ОНП 2023 року.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

В університеті визначені чіткі і зрозумілі правила та процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, які відображені у документах університету, зокрема, Статутом Національного університету «Львівська політехніка» (<https://bit.ly/3MRtdwf>), Правилами внутрішнього розпорядку Національного університету «Львівська політехніка» (<https://bit.ly/4opp6dQ>). Нормативні документи, серед яких Накази, посадові інструкції, форми контрактів, розпорядження тощо є у вільному доступі на сайті університету (<https://cutt.ly/a768SLW>). На зустрічах з НПП і здобувачами вищої освіти було підтверджено, що правила, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу, є доступними, зрозумілими та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

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

Проєкт ОНП «Маркетинг» на 2023 р. опублікований на сайті НУ «Львівська політехніка» (<https://bit.ly/3ohwbQn>). На цій же сторінці <https://bit.ly/3ohwbQn> розміщено ОНП 2021 та 2022 рр., що є дуже зручним для порівняння змін, які відбуваються в ОНП. Проте узагальнена інформація щодо внесених змін в результаті обговорення освітніх програм та рецензії стейкхолдерів відсутні. Рецензії Для надсилання зауважень чи пропозицій можна скористуватися Гугл-формою «Зауваження та пропозиції щодо освітньої програми» <https://bit.ly/3KFon2c>. Під час зустрічі з НПП ЄГ отримала інформацію від к.е.н, доц. кафедри маркетингу та логістики Косар Н.С. що після засідання науково-методичної комісії програма ОП розміщується на сайті університету для отримання пропозицій та зауважень. Проєкт ОНП на наступний рік оприлюднюється на сайті університету, протягом місяця на нього збираються пропозиції та зауваження і потім цей проєкт затверджується за усталеною процедурою. На зустрічах з НПП, здобувачами освіти та роботодавцями ЄГ отримала підтвердження, що до ОНП є вільний доступ на сайті Університету. Всі НПП, здобувачі освіти та роботодавці проінформовані про зміст ОНП та можуть вільно подавати пропозиції та зауваження щодо її покращення.

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

На офіційному сайті Університету наведена інформація про ОНП «Маркетинг» 2022 р. (<https://cutt.ly/v76732F>), яка містить: загальну інформацію про ОНП, мету освітньої програми, характеристики освітньої програми (предметну область, орієнтацію, основний фокус, особливості), придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, програмні результати навчання, ресурсне забезпечення, інформацію про академічну мобільність. У ОНП «Маркетинг» також представлений розподіл змісту за групами компонентів, перелік компонентів, форма атестації здобувачів та матриці відповідності програмних компетентностей навчальним компонентам і матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними ОК. Обсяг оприлюдненої на сайті Університету інформації є достатнім для обґрунтованого вибору ОНП «Маркетинг» потенційними вступниками та розуміння роботодавцями цілей та змісту підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за даною ОНП. Під час зустрічі зі здобувачами вищої освіти було підтверджено, що вони вільно можуть знайти програми на офіційному сайті закладу та ознайомитись із нею. В результаті аналізу сайту кафедри маркетингу і логістики ЕГ було виявлено, що у вкладці «Магістерська програма за спеціальністю Маркетинг» розміщена презентація про освітню програму освітнього рівня «бакалавр» http://ml.lp.edu.ua/?page_id=1099.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Сильні сторони: на сайті Університету міститься вся необхідна інформація щодо внутрішніх нормативних документів, ОНП «Маркетинг», робочі програми навчальних дисциплін. Обсяг оприлюднення на сайті Університету інформації достатній для обґрунтованого вибору ОНП «Маркетинг» потенційними вступниками та розуміння роботодавцями цілей та змісту підготовки магістрів за даною ОНП, зокрема розміщення проєкту ОНП «Маркетинг» на 2023 р. та наявність ОНП 2021 та 2022 років є дуже зручним для порівняння змін, які відбуваються в ОНП.

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

На сайті ЗВО відсутня інформація про результати обговорення освітніх програм, а також рецензії, отримані від стейкхолдерів на ОП. На сайті кафедри маркетингу і логістики розміщена неактуальна інформація за ОНП «Маркетинг», яка не може бути використана вступниками на ОП. Рекомендовано: до початку вступної кампанії 2023 р. оприлюднити на сайті Університету результати обговорення пропозицій від всіх зацікавлених осіб щодо освітньої програми. Перевірити актуальність інформації на сайті кафедри маркетингу і логістики та оновити інформацію щодо освітніх програм до вступної кампанії 2023 р.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

За Критерієм 9 ОНП "Маркетинг" має сильні сторони, зокрема своєчасне оприлюднення на сайті Університету внутрішніх нормативних документів, актуальної інформації про освітні програми. Виявлені недоліки щодо відсутності узагальненої інформації про результати обговорення ОНП на сайті, наявність технічних помилок на сайті кафедри маркетингу і логістики суттєво не впливають на якість підготовки за ОНП "Маркетинг" та можуть бути виправлені до початку вступної кампанії 2023 р. ЕГ дійшла висновку, що ОНП «Маркетинг» має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями критерію 9 та відповідає рівню В.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Відсутні

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Шипуліна Юлія Сергіївна

Члени експертної групи

Карпенко Віталій Леонідович

Лойко Єлизавета Миколаївна