

ЗВІТ
експертної групи

Заклад вищої освіти	Вищий навчальний заклад "Університет економіки та права "КРОК"
Освітня програма	25605 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Вищий навчальний заклад "Університет економіки та права "КРОК"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	25605
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Робул Юрій Володимирович, Приймак Наталія Сергіївна, Мальнов Дмитро Валерійович, Шипуліна Юлія Сергіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	02.02.2026 р. – 04.02.2026 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://library.krok.edu.ua/media/library/category/litsenzuvannia-ta-akredytatsiia/potochni-akreditatsiji/vidomosti-samootsiniuvannia-25065-marketynh-bak-2026.pdf
Програма візиту експертної групи	https://library.krok.edu.ua/media/library/category/litsenzuvannia-ta-akredytatsiia/potochni-akreditatsiji/prohrama-vizytu-25605-marketynh-ta-25742-menedzhment-2026.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

Підготовка здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» здійснюється на належному якісному рівні. Освітня програма загалом відповідає вимогам Положення про акредитацію освітніх програм. Виявлені недоліки мають локальний, організаційно-методичний характер, не є критичними та можуть бути усунені у стислі терміни. За результатами оцінювання за Критеріями 1–9 освітню програму «Маркетинг» віднесено до рівня відповідності «В». До позитивних практик реалізації ОП експертна група відносить: узгодженість мети програми з місією та стратегією ЗВО, урахування тенденцій розвитку ринку праці, цифровізації та регіонального контексту; системне залучення роботодавців, випускників і здобувачів до формування, перегляду та реалізації ОП; використання вітчизняного й міжнародного освітнього досвіду та результатів стажувань НПП для посилення практичної спрямованості програми. Освітні компоненти ОП логічно структуровані, взаємопов'язані та забезпечують досягнення програмних результатів навчання відповідно до стандарту спеціальності 075 «Маркетинг». Забезпечено достатній обсяг і поетапність практичної підготовки з різноманітними базами практики. Процедури вступу та визнання результатів навчання є прозорими, публічними та недискримінаційними. Освітній процес реалізується із застосуванням студентоцентрованого підходу, різноманітних форм і цифрових технологій навчання (LMS Moodle, MS Teams), забезпечується доступність навчальної інформації та ефективний зворотний зв'язок. Функціонує чітко регламентована система контролю й оцінювання, сформована нормативна база та заходи з дотримання академічної доброчесності. Університет забезпечує прозорі процедури добору та професійного розвитку НПП, сучасну матеріально-технічну базу, розвинене корпоративне цифрове середовище, доступ до бібліотечних і наукометричних ресурсів, а також консультативну й психологічну підтримку. Інформація про освітню програму, навчальні плани та освітні компоненти є відкритою та доступною на офіційному сайті ЗВО.

Недоліки

- Недостатньо систематизовано опрацювання результатів опитувань і консультацій зі стейкхолдерами в розрізі освітньої програми «Маркетинг», а також недостатньо поінформовано стейкхолдерів про результати розгляду, урахування або відхилення їх пропозицій. - В освітній програмі не зазначено можливі форми набуття вищої освіти; - У навчальному плані форма підсумкового контролю за навчально-ознайомчою та виробничою практиками формально визначена як курсова робота, тоді як фактично передбачено підготовку і захист звіту з практики. - Зміст звітів з виробничої практики не завжди має чітко виражену маркетингову спрямованість, що знижує фахову складову практичної підготовки. - Інтеграція Цілей сталого розвитку реалізується фрагментарно та не має системного відображення у програмних результатах навчання. - На офіційному вебсайті ЗВО відсутні попередні редакції ОП «Маркетинг» для здобувачів старших курсів. - Результати зворотного зв'язку від здобувачів щодо методів і технологій навчання недостатньо відображені в управлінських рішеннях. - Інтернаціоналізація освітньої програми переважно спирається на інституційні можливості ЗВО та поодинокі приклади мобільності без чітко визначених програмно орієнтованих механізмів інтеграції міжнародного досвіду. - У частині силабусів оцінювання самостійної роботи не виокремлено як окремий складник поточного контролю. - Не в усіх силабусах повною мірою відображено шкалу оцінювання, механізм переведення результатів у шкалу ЄКТС, особливості оцінювання за формами навчання та формами проведення контрольних заходів. - Відсутня усталена практика обов'язкової перевірки курсових робіт на дотримання принципів академічної доброчесності із застосуванням програмних засобів. - Назва підсумкової атестації в освітній програмі не повністю відповідає формулюванню, визначеному стандартом вищої освіти. - Окремі науково-педагогічні працівники, які забезпечують викладання освітніх компонентів «Вища математика та теорія ймовірності», «Українська мова за професійним спрямуванням» і «Статистика», не повною мірою відповідають вимогам п. 37 Ліцензійних умов щодо публікаційної активності. - У Порядку конкурсного відбору НПП Університету «КРОК» відсутні вимоги щодо обов'язкового дотримання пп. 37–38 Ліцензійних умов для працівників ЗВО. - Архітектурна та навігаційна доступність будівель університету є частково обмеженою (відсутність ліфта, безбар'єрного доступу до укриття, позначок шрифтом Брайля). - У ЗВО відсутня належним чином вибудована практика системного узагальнення пропозицій до ОП з різних джерел. - В окремих редакціях ОП не зазначено дати внесення змін і перезатвердження, що ускладнює відстеження історії переглядів. - Внутрішня система забезпечення якості не повною мірою виявляє проблеми реалізації ОП, зокрема щодо форми підсумкового контролю практик, відповідності НПП окремим освітнім компонентам та оприлюднення попередніх версій ОП. - На офіційному сайті ЗВО відсутня дата розміщення проектів освітніх програм.

Рекомендації

- Запровадити системне узагальнення, аналіз і оприлюднення результатів опитувань та консультацій зі стейкхолдерами в розрізі ОП, а також забезпечити інформування про врахування або відхилення поданих пропозицій. - Внести зміни до нормативної бази ВНЗ та передбачити в структурі ОП зазначення можливих форм здобуття освіти відповідно ст. 9-1 Закону України «Про вищу освіту». Привести структуру ОП у відповідність до вимог законодавства. - Привести форми підсумкового контролю за практиками у навчальному плані у відповідність до освітньої програми. - Методично уточнити цілі, завдання та результати виробничої практики з посиленням її маркетингової спрямованості. - Посилити інтеграцію Цілей сталого розвитку у програмні результати навчання та зміст фахових дисциплін. - Забезпечити розміщення на сайті ЗВО всіх актуальних редакцій ОП «Маркетинг», що стосуються навчання чинних здобувачів. - Систематично проводити роз'яснювальну роботу щодо участі здобувачів у

програмах академічної та міжнародної мобільності. - Удосконалити використання результатів опитувань здобувачів для покращення методів і технологій навчання. - Розширити інтернаціоналізацію ОП шляхом залучення здобувачів і викладачів до міжнародної мобільності та інтеграції її результатів в освітній процес. - У силабусах усіх освітніх компонентів виокремити оцінювання самостійної роботи, повно відобразити шкалу оцінювання, механізм переведення результатів у ЄКТС та особливості оцінювання за формами навчання. - Запровадити обов'язкову перевірку курсових робіт на академічні запозичення та нормативно закріпити цю процедуру. - Привести назву підсумкової атестації у відповідність до стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг». - Посилити внутрішній контроль за дотриманням вимог пунктів 37–38 Ліцензійних умов під час закріплення НПП за освітніми компонентами. - Забезпечити відповідність кадрового складу освітніх компонентів «Вища математика та теорія ймовірності», «Українська мова за професійним спрямуванням» і «Статистика». - Внести зміни до Порядку конкурсного відбору НПП щодо обов'язковості дотримання пп. 37–38 Ліцензійних умов. - Реалізувати заходи з удосконалення архітектурної та навігаційної доступності будівель, зокрема забезпечити безбар'єрний доступ до укриттів і тактильну навігацію. - Підготувати та оприлюднити узагальнений документ із пропозиціями стейкхолдерів та результатами їх розгляду. - Забезпечити зазначення дат перегляду, перезатвердження й оприлюднення освітніх програм та посилити контроль за наповненням сторінок кафедр.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проєктування освітньої програми:

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

Програмні результати навчання, визначені в освітній програмі «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 2024 р., повністю відповідають та охоплюють програмні результати навчання, визначені Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затв. наказом МОН України № 1343 від 05.12.2018 року в редакції станом на момент затвердження освітньої програми (<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>). Розбіжності між програмними результатами навчання освітньої програми та вимогами стандарту відсутні. Усі програмні результати навчання забезпечуються обов'язковими освітніми компонентами освітньої програми (ОК1–ОК34). Досягнення кожного програмного результату навчання забезпечується сукупністю кількох освітніх компонентів, що сприяє формуванню комплексних фахових компетентностей здобувачів вищої освіти. Освітня програма «Маркетинг» реалізується в межах спеціальності 075 «Маркетинг» та не є міждисциплінарною, тому вимоги, передбачені для міждисциплінарних освітніх програм, до неї не застосовуються.

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

ОП не передбачає присвоєння професійної кваліфікації. На момент проєктування та реалізації освітньої програми професійний стандарт для відповідної професійної кваліфікації у сфері маркетингу відсутній, у зв'язку з чим вимоги професійних стандартів при формуванні змісту освітньої програми не застосовувалися.

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

ЕГ на підставі аналізу ОП «Маркетинг», внутрішніх документів Університету «КРОК», а також інформації, отриманої під час проведення акредитаційної експертизи, встановила, що мета освітньої програми є чітко сформульованою та узгоджується з місією і стратегічними цілями закладу вищої освіти (<https://surl.li/ktztl5>). Мета ОП спрямована на формування загальних і фахових компетентностей, необхідних для здійснення професійної діяльності у сфері маркетингу, а також на підготовку фахівців, здатних працювати в умовах невизначеності ринкового середовища. ЕГ зазначає, що така спрямованість відповідає задекларованим у стратегічних документах

університету пріоритетам щодо підготовки конкурентоспроможних фахівців, орієнтації освітнього процесу на потреби ринку праці та розвитку практичної складової підготовки здобувачів освіти (<https://surl.lt/gyzpzv>). Під час Зустрічі з Ректором ЗВО було підтверджено, що ОП «Маркетинг» відповідає місії та стратегічним напрямкам розвитку ЗВО на даний момент (<https://surl.li/ktztl5>). ЕГ встановила, що особливістю ОП є комплексний підхід до формування професійної підготовки здобувачів освіти, який передбачає поєднання теоретичної, методичної та практичної складових маркетингової діяльності. ОП орієнтована на формування здатності здобувачів освіти здійснювати управління маркетинговою діяльністю підприємств, установ та бізнес-організацій із використанням сучасних інформаційних технологій та аналітичних інструментів. ЕГ відзначає, що визначені особливості логічно пов'язані з метою освітньої програми та сприяють її практикоорієнтованій реалізації. Під час зустрічі з гарантом ОП також було підтверджено практикоорієнтований характер підготовки здобувачів освіти (Зустріч 1). За результатами аналізу стратегічних документів університету та змісту ОП ЕГ дійшла висновку, що реалізація ОП сприяє досягненню ключових напрямів розвитку ЗВО, визначених у Переліку пріоритетів до 2025 року (<https://surl.lt/gyzpzv>), зокрема щодо орієнтації освітніх програм на потреби ринку праці (п. 2.8), розвитку практичної підготовки здобувачів освіти (п. 1.7), підвищення якості освітнього процесу (пп. 3.1, 4.9), а також впровадження сучасних освітніх технологій та розвитку цифрового освітнього середовища (пп. 1.3, 1.4, 6.1, 6.2).

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

ЕГ на підставі аналізу ВСО, інформації, отриманої під час онлайн-зустрічей, а також відкритих джерел встановила, що ЗВО визначає коло заінтересованих сторін ОП, до якого належать здобувачі вищої освіти, випускники, роботодавці та представники академічної спільноти, і здійснює з'ясування їхніх потреб шляхом проведення опитувань, обговорень та залучення до роботи робочих груп з оновлення ОП. Гарант ОП (Зустріч 1) повідомила, що роботодавцям і випускникам ОП «Маркетинг» надсилаються персональні електронні запрошення з корпоративної пошти з метою залучення їх до оцінювання ОП та обговорення можливих змін. На сторінці «Якість освіти» (<https://surl.li/hrojfa>) оприлюднюються результати опитувань стейкхолдерів ОП з 2022 р., однак результати опитувань саме за ОП «Маркетинг» першого рівня вищої освіти відсутні. ЕГ також з'ясувала, що в ЗВО проводяться обов'язкові соціологічні опитування здобувачів освіти двічі на рік на загальноуніверситетському рівні. Здобувачі ВО (Зустріч 6) підтвердили отримання запрошень на корпоративну електронну пошту, що свідчить про системний характер збору зворотного зв'язку, водночас оприлюднені результати не дають можливості ідентифікувати їх у розрізі конкретних ОП, зокрема ОП «Маркетинг», і відсутні у розділі «Результати опитування здобувачів за освітніми програмами» на сайті ЗВО. На офіційному вебсайті ЗВО оприлюднюються проекти ОП та форми зворотного зв'язку, відкриті для широкого загалу (<https://surli.cc/nbevch>). Починаючи з 2022 року проект ОП «Маркетинг» першого рівня ВО двічі виносився на громадське обговорення (у 2023–2024 та 2024–2025 н.р.). Під час зустрічі з роботодавцями (Зустріч 13) підтверджено їхню участь в опитуваннях, засіданнях робочої групи та наданні пропозицій щодо вдосконалення ОП. Зокрема, керівник відділу маркетингу компанії «Флагман» запропонував посилити підготовку здобувачів з використання CRM-систем та управління клієнтським досвідом; випускник ОП, заступник директора з маркетингу ТОВ «Драйд Фудз», наголосив на необхідності розвитку комунікативних навичок і навичок ведення переговорів; бренд-спеціаліст компанії «Хенкель Україна» рекомендував посилити орієнтацію ОП на роботу в міжнародних компаніях шляхом розширення можливостей вивчення англійської мови. Водночас окремі роботодавці та здобувачі зазначили, що не були поінформовані про результати розгляду поданих ними пропозицій і про те, які рекомендації були враховані або відхилені та з яких причин. Таким чином, ЕГ встановила, що на етапі проектування ОП потреби заінтересованих сторін вивчалися шляхом громадського обговорення проектів ОП, опитування роботодавців, консультацій з представниками академічної спільноти та аналізу досвіду аналогічних вітчизняних і іноземних освітніх програм, однак ці практики не супроводжувалися системним документуванням результатів і належним інформуванням стейкхолдерів щодо врахування або відхилення їхніх пропозицій.

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

Мета ОП та ПРН сформульовані з урахуванням розвитку науки, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду вітчизняних і закордонних ОП. Аналіз тенденцій спеціальності та ринку праці здійснюється системно під час оновлення ОП з використанням Стандарту ВО, наукових публікацій, власних досліджень ринку праці, а також зворотного зв'язку від роботодавців, здобувачів і випускників (Зустріч 1). ОП орієнтована на підготовку універсального маркетолога, здатного працювати в різних сферах економіки. Цифровізація ОП відповідає зростаючому попиту на контент-маркетологів, SMM, digital-аналітику, що підтверджується включенням Digital-маркетингу як обов'язкової ОК з 2025 р., а також наявністю ОК SMM-маркетинг і Контент-маркетинг (2024 р.). Галузевий контекст враховано через відповідність мети та ПРН галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та через структуру ОП, яка охоплює всі ключові маркетингові політики. Під час зустрічей із роботодавцями (Зустріч 13, Відкрита зустріч), зокрема представниками компаній «Флагман», «Fozzy Group», «Henkel Ukraine», «Starlight Media», ЕГ було з'ясовано, що є потреби у фахівцях із практичними компетентностями у сфері клієнтського досвіду, CRM-систем, digital-аналітики, SMM, контент-маркетингу та комерційних переговорів. Роботодавці наголосили, що здатність швидко адаптуватися до змін бізнес-середовища та працювати з цифровими інструментами є ключовою вимогою до сучасного маркетолога. ЕГ відзначає, що ці рекомендації були враховані під час оновлення змісту освітньої програми. Регіональний контекст враховується через орієнтацію ОП на потреби ринку праці м. Києва та

регіону. Гарант зазначила, що значна частина здобувачів працюють вже на 3–4 курсах, а роботодавці звертаються до кафедри із запитом на маркетологів, що свідчить про відповідність ПРН реальним регіональним потребам бізнесу. Випускники ОП (Зустріч 13) підтвердили, що отримані під час навчання знання та практичні навички дозволили їм успішно проходити практику, працевлаштовуватися під час навчання та продовжувати освіту на магістерських програмах інших провідних університетів. Вони також зазначили, що їхні пропозиції щодо посилення практичної та цифрової складової враховуються під час перегляду освітньої програми. Під час формулювання мети та ПРН було враховано досвід вітчизняних та іноземних ОП, зокрема КНЕУ – для уточнення змісту ОК «Маркетингові дослідження», КНУ імені Тараса Шевченка – для перегляду наповнення ОК «Маркетингова комунікаційна політика», ЛНУ ім. І. Франка, ОНУ ім. І. Мечнікова – щодо структури та урахування тенденцій цифровізації, а також досвід європейських університетів і бізнес-шкіл. Гарант зазначила, що завдяки результатам міжнародних стажувань НПП кафедри, з іноземного досвіду було запозичено акцент на практичну складову та побудову практики як поєднання практичних навичок, застосування теоретичних знань і елементів науково-дослідної роботи навіть на бакалаврському рівні.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Експертна група відзначає, що освітня програма «Маркетинг» відповідає вимогам всіх підкритеріїв Критерію 1. Позитивними практиками реалізації ОП є чітка узгодженість мети освітньої програми з місією та стратегічними пріоритетами закладу вищої освіти; врахування тенденцій розвитку ринку праці та цифровізації маркетингової діяльності, що відображено у структурі та змісті освітньої програми; залучення роботодавців, випускників і здобувачів освіти до обговорення та оновлення освітньої програми; урахування регіонального контексту та реальних потреб ринку праці м. Києва та регіону; використання досвіду провідних вітчизняних і іноземних освітніх програм, а також результатів міжнародних стажувань науково-педагогічних працівників для вдосконалення змісту та практичної спрямованості освітньої програми.

Недоліки

1) Недостатньо систематизовано опрацювання результатів опитувань та консультацій зі стейкхолдерами в розрізі конкретної освітньої програми «Маркетинг». 2) Недостатня поінформованість стейкхолдерів про результати розгляду наданих пропозицій, їх урахування або відхилення. Проте, виявлені недоліки не є критичними та можуть бути оперативно усунені."

Рекомендації

Експертна група рекомендує Гаранту ОП, починаючи з наступного перегляду освітньої програми на постійній основі: 1) запровадити систематичне групування та оприлюднення результатів опитувань та консультацій зі стейкхолдерами в розрізі конкретної освітньої програми, зокрема щодо формування мети освітньої програми та програмних результатів навчання; 2) удосконалити механізми зворотного зв'язку зі стейкхолдерами, передбачивши інформування здобувачів освіти, випускників та роботодавців про результати розгляду їхніх пропозицій, а також про внесені зміни до освітньої програми.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Обсяг програми становить 240 кредитів ЄКТС, що підтверджується описом освітньої програми та відповідним навчальним планом. Обсяг програми відповідає вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Формування компетентностей, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти забезпечується освітніми компонентами в обсязі 180 кредитів, що перевищує мінімальний обсяг, встановлений стандартом (50%). Обсяг та розподіл кредитів між освітніми компонентами у освітній програмі та навчальному плані є однаковими. Практична підготовка

здобувачів забезпечується насамперед освітніми компонентами Навчально-ознайомча практика (ОК 33, 5 кредитів) та виробнича практика (ОК 34, 10 кредитів). Разом з тим, експертна група зазначає, що в структурі ОП відсутнє окреме зазначення форми здобуття освіти, що передбачено ст. 9-1 Закону України «Про вищу освіту».

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

Зміст освітньої програми має чітку структуру та внутрішню логіку, що забезпечує досягнення заявленої мети та всіх програмних результатів навчання (ПРН). Кожен ПРН забезпечується 5–13 обов'язковими освітніми компонентами, що підтверджується матрицею відповідності та змістом силабусів, зокрема заявленими результатами навчання, тематичним наповненням дисциплін, видами індивідуальних завдань і формами контролю. Випадків, коли досягнення ПРН залежить виключно від вибірових освітніх компонентів або коли заявлені результати не підтверджуються змістом дисциплін, не встановлено. Аналіз силабусів і структури навчального плану засвідчив відсутність освітніх компонентів, для засвоєння яких бракує попередніх знань чи навичок, що не формуються в межах ОП. Структурно-логічна схема узгоджена з навчальним планом і відображає послідовний перехід від базових теоретичних освітніх компонентів до професійно орієнтованих та інтегральних. Порушень логіки розміщення дисциплін або передчасного винесення складних освітніх компонентів не виявлено. Практична підготовка здійснюється після опанування відповідних теоретичних і професійних дисциплін та спирається на сформовані компетентності. Навчально-ознайомча практика (2 семестр) ґрунтується на результатах вивчення освітніх компонентів першого року навчання. Виробнича практика на 4 курсі (8 семестр) спирається на результати опанування освітніх компонентів семестрів 1–7. Випадків, коли структура ОП не забезпечує необхідні попередні знання або навички для проходження практики, не встановлено. Зміст освітньої програми забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей через систему обов'язкових освітніх компонентів гуманітарного, правового та світоглядного спрямування, а також через практичну підготовку. Зокрема, ОК 18 «Історія України та українська культура» формує ЗК 1 та ЗК 2; ОК 20 «Філософія» – ЗК 1–4 та ЗК 14; ОК 17 «Правове забезпечення господарської діяльності» – ЗК 1, 2, 4, 12; ОК 6 «Українська мова за професійним спрямуванням» – ЗК 1, 2; ОК 28 «Здоров'я людини. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці» – ЗК 1 та ЗК 14. Навчальна та виробнича практики сприяють розвитку ЗК 4, 10–12. Матриця відповідності підтверджує, що всі компетентності, визначені освітньою програмою та стандартом вищої освіти, формуються в межах обов'язкових освітніх компонентів; компетентностей, які не забезпечуються змістом ОП, не встановлено. Таким чином, структура та зміст освітньої програми є логічно взаємопов'язаними та забезпечують досягнення всіх ПРН і формування визначених компетентностей.

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

Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг». Освітня програма Маркетинг не є міждисциплінарною. Відповідність предметній області забезпечується через систему освітніх компонентів, які охоплюють об'єкти вивчення та професійної діяльності маркетолога, теоретичний зміст предметної області, методи і технології маркетингової діяльності, а також інструменти, що застосовуються у професійній діяльності. Відповідність об'єкту вивчення та діяльності забезпечується через такі освітні компоненти, як ОК 9 «Маркетинг», ОК 15 «Управління продажами», ОК 22 «Маркетингова товарна політика», ОК 25 «SMM маркетинг», ОК 26 «Маркетинг послуг», ОК 29 «Маркетингова цінова політика», ОК 30 «Маркетингова політика розподілу», ОК 31 «Маркетингова комунікаційна політика», які спрямовані на вивчення маркетингової діяльності суб'єктів ринкових відносин та процесів створення, просування і обміну цінності. Практична складова програми (навчально-ознайомча та виробнича практика, ОК 33 та ОК 34 відповідно) забезпечує набуття досвіду застосування результатів навчання у реальному професійному середовищі. Відповідність теоретичному змісту предметної області забезпечується через освітні компоненти, що формують понятійно-категоріальний апарат маркетингу, розкривають концепції, принципи та закономірності маркетингової діяльності, а також їх використання для аналізу ринкових ситуацій і обґрунтування управлінських рішень. До таких компонентів належать ОК 9 «Маркетинг», ОК 22 «Маркетингова товарна політика», ОК 29 «Маркетингова цінова політика», ОК 31 «Маркетингова комунікаційна політика», а також управлінські й економічні дисципліни, зокрема ОК 11 «Економіка підприємства», ОК 13 «Фінанси», які забезпечують теоретичне підґрунтя для пояснення економічних і ринкових процесів та прогнозування результатів маркетингової діяльності. Відповідність методам і технологіям, якими має оволодіти здобувач вищої освіти, забезпечується через освітні компоненти, спрямовані на опанування аналітичних, дослідницьких та прикладних методів маркетингу. Зокрема, освітні компоненти ОК 7 «Статистика» та ОК 32 «Маркетингові дослідження» формують здатність застосовувати кількісні та якісні методи аналізу ринку, здійснювати збір, обробку та інтерпретацію даних, а також обґрунтовувати маркетингові рішення. Курсові роботи та практична підготовка забезпечують інтеграцію зазначених методів у процес розв'язання професійних завдань. Відповідність інструментам та обладнанню, що використовуються у маркетинговій діяльності, забезпечується через освітні компоненти, орієнтовані на застосування інформаційних і цифрових технологій, зокрема ОК 1, ОК 7, а також через використання програмних продуктів та інформаційних систем у межах таких освітніх компонентів ОК 25, ОК 27, ОК 32. Зміст обов'язкових освітніх компонентів відповідає

вимогам до предметної області спеціальності 075 Маркетинг щодо об'єктів вивчення та діяльності, цілей навчання, теоретичного змісту, методів і інструментарію.

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії врегульоване такими документами, як Положення про порядок та умови здійснення вибору освітніх компонентів здобувачами Університету «КРОК» (<https://surl.li/kxqich>), а також Положенням про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/yotihn>). Механізм формування передбачає поєднання обов'язкової та вибіркової частин НП, при цьому вибіркова складова становить 25 % загального обсягу кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам законодавства (п. 2.1.1). Здобувачі реалізують право вибору ОК шляхом обрання спеціалізованих блоків або окремих дисциплін із каталогу курсів з урахуванням власних освітніх і професійних інтересів (п. 2.1.3). Перелік вибірових ОК оприлюднений на сайті закладу вищої освіти (<https://surl.li/dtvhts>) і формується кафедрами на основі аналізу потреб ринку праці, рекомендацій роботодавців, відгуків випускників та пропозицій здобувачів вищої освіти, а також з урахуванням вимог стандарту вищої освіти за спеціальністю (п. 1.4, 1.6) Перелік переглядається щорічно: кафедри подають оновлений перелік вибірових ОК, як правило, до 1 листопада поточного навчального року, після чого він проходить затвердження та оприлюднення (п. 2.2.2). Інформування здобувачів щодо ОК вільного вибору здійснюється через електронне освітнє середовище Університету (система Moodle, вкладка «Каталог курсів»), а також шляхом консультацій з боку студентського офісу та кафедр. Процедура вибору є поетапною та передбачає попереднє ознайомлення з умовами вибору, безпосередній вибір ОК в електронній системі, опрацювання результатів вибору та остаточне формування груп (пп. 2.3.1–2.3.4), що забезпечує можливість реального вибору в межах затвердженого переліку. Разом з тим Положенням передбачено об'єктивні обмеження, пов'язані з мінімально допустимою чисельністю здобувачів у групах, що може впливати на реалізацію окремих індивідуальних виборів (п. 2.4.2). Під час зустрічей зі здобувачами, НПП, випускниками було підтверджено фактичну можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії. Як видно з індивідуальних навчальних планів здобувачів (Андрієвська М.О.; Мартинюк А. О.; Васецька К. В.; Омельченко А. С.) вибірові освітні компоненти за один і той самий семестр є різними. Як слідує з даних, оприлюднених на сайті (<https://surl.li/dfnprk>) та зустрічей з грантом та НПП оновлення каталогу вибірових дисциплін відбувається щороку. До основних викликів у забезпеченні права здобувачів на індивідуальну освітню траєкторію належать організаційні та ресурсні обмеження, зокрема необхідність формування навчальних груп відповідної чисельності та забезпечення кадрових і матеріально-технічних умов для викладання вибірових дисциплін. Для подолання цих викликів ЗВО передбачено механізми повторного вибору зі скоригованого переліку, можливість заміни освітніх компонентів за згодою здобувачів, а також зарахування результатів навчання, здобутих у межах неформальної освіти та масових відкритих онлайн-курсів (пп. 2.1.3, 2.4.2–2.4.6)

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

Освітня програма та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, що забезпечує формування компетентностей, необхідних для подальшої професійної діяльності у сфері маркетингу. Практична підготовка реалізується через навчально-ознайомчу та виробничу практики загальним обсягом 15 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам стандарту вищої освіти та логіці поетапного професійного становлення здобувачів. Навчально-ознайомча практика (2 семестр, 5 кредитів ЄКТС) орієнтована на первинне ознайомлення здобувачів із особливостями професійної діяльності маркетолога, організаційною структурою підприємств, базовими функціями та вимогами до фахівця. Вона здійснюється на базі закладу вищої освіти. Як було встановлено на зустрічі з науково-педагогічними працівниками, здобувачами та випускниками вона відбувається на базі закладу вищої освіти; під час практики відбувається навчальні екскурсії на підприємства. Виробнича практика (8 семестр, 10 кредитів ЄКТС) має прикладний характер і спрямована на поглиблення та інтеграції фахових компетентностей, зокрема здатності аналізувати ринкове середовище, застосовувати маркетинговий інструментарій, обґрунтовувати та презентувати пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємств. Вона відбувається на базі підприємств, що засвідчується наданими в розпорядження ЕГ наказами на проходження практики (накази № зп-1 від 17 січня 2024 року; № пп-8 від 10 січня 2023 року; № пп-5 від 15 січня 2025 року; № пп-4 від 12 січня 2026 року) та звітами з проходження виробничої практики (Моренець М. О.; Шарун В. С.) Практична підготовка здійснюється на базі підприємств і організацій різних галузей економіки, що дозволяє забезпечити відповідність завдань практики програмним результатам навчання. Зокрема, здобувачі мають можливість проходити практику на таких підприємствах, як ТОВ «ТВТ – Страховий агент», ПП «Міжнародна маркетингова група Київ», ТОВ «Інтерстарч Україна», Головне управління статистики у Київській області, ТОВ «Епіцентр К», ТОВ «Сільпо Фудз» та інших. Здобувачі та випускники програми позитивно оцінюють можливість проходження практики на провідних підприємствах різних галузей, зокрема таких як StarMedia, Епіцентр, Fozzy Group, що сприяє набуттю практичних компетентностей у реальному професійному середовищі. У той же час, аналіз змісту представлених звітів з виробничої практики (Моренець М. О.; Шарун В. С.) свідчить, що практична підготовка здобувачів вищої освіти не завжди має чітко виражену маркетингову спрямованість. Надані звіти містять переважно загальноорганізаційний та управлінський опис діяльності підприємств (організаційно-правова характеристика, структура управління, трудові відносини), тоді як аналіз маркетингової діяльності підприємства, застосування маркетингових інструментів і методів представлений фрагментарно. Проте, зміст та організація практичної підготовки відповідають вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» і забезпечують досягнення визначених ПРН.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок, необхідних для подальшої професійної діяльності випускників за спеціальністю 075 «Маркетинг». Формування соціальних навичок забезпечується через зміст освітніх компонентів, організацію навчального процесу, використання активних форм і методів навчання, а також через практичну підготовку здобувачів. Зміст освітньої програми сприяє формуванню таких ключових соціальних навичок, як комунікація, робота в команді, критичне мислення, здатність до аргументованого представлення власної позиції, адаптивність, відповідальність і навички самоорганізації. Зокрема, освітні компоненти гуманітарного та соціально-економічного спрямування, такі як ОК «Філософія», ОК «Історія України та українська культура», ОК «Українська мова за професійним спрямуванням», сприяють розвитку комунікативних навичок, здатності до критичного осмислення інформації, етичного та громадянського усвідомлення професійної діяльності. Освітні компоненти професійного спрямування, зокрема ОК «Маркетинг», ОК «Управління продажами», ОК «Маркетингові комунікації», формують навички командної роботи, ділової комунікації, ведення переговорів, презентації результатів діяльності та прийняття рішень у професійних ситуаціях. Як було встановлено під час зустрічей здобувачі вищої освіти 2–3 курсів бакалаврату освітньої програми «Маркетинг» щороку беруть участь у тренінгах, спрямованих на розвиток соціальних навичок (soft skills), зокрема з питань управління командами та самореалізації, застосування методів колективної генерації ідей (brainstorming), безперервного професійного розвитку, самопрезентації та розвитку креативного мислення ((<https://www.krok.edu.ua/ua/novini-ta-podiji/item/3910-treninhy-z-rozvytku-soft-skills-vid-tsrk>, <https://www.krok.edu.ua/ua/upcoming/archive/item/4236-onlain-navchannia-ta-testuvannia-navychok-soft-skills-vidkrashchychk-treneriv-praktykiv>, <https://www.krok.edu.ua/ua/novini-ta-podiji/item/3425-treninhy-z-soft-skills-dliastudentiv-2-3-kursu-universytetu>). Набуття соціальних навичок сприяють використовувані форми та методи навчання, зокрема виконання індивідуальних і групових завдань, підготовка презентацій, захист курсових робіт, аналіз практичних ситуацій (case study), участь у дискусіях і обговореннях, а також проходження навчально-ознайомчої та виробничої практик. Практична підготовка створює умови для розвитку навичок професійної комунікації, роботи в команді, відповідальності за результати діяльності та адаптації до реального професійного середовища. Формування соціальних навичок у межах освітньої програми здебільшого має інтегрований характер і реалізується опосередковано через зміст і методи навчання окремих освітніх компонентів. Водночас недостатньо чітко окреслено систему цілеспрямованого оцінювання рівня сформованості соціальних навичок у здобувачів вищої освіти.

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

Обсяг освітніх компонентів освітньо-професійної програми «Маркетинг» визначено відповідно до вимог законодавства та Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи. Загальний обсяг програми становить 240 кредитів ЄКТС, з яких 180 кредитів припадає на обов'язкові компоненти, а 60 — на вибіркові освітні компоненти. Обсяг більшості ОК становить 5 кредитів ЄКТС, що забезпечує збалансоване та прогнозоване навчальне навантаження здобувачів вищої освіти. Реальний обсяг навчального навантаження визначається на основі навчального плану, силабусів освітніх компонентів та нормативів ЄКТС (1 кредит — 30 годин загального навантаження). Співвідношення аудиторної та самостійної роботи формується з урахуванням змісту освітніх компонентів, їх теоретичної або прикладної спрямованості та програмних результатів навчання, що відповідає принципам студентоцентрованого навчання. Аудиторне навантаження здобувачів ОП становить в середньому 20 годин на тиждень теоретичного навчання. ЕГ виявила, що у навчальному плані формою підсумкового контролю за навчально-ознайомчою та виробничою практиками визначено курсову роботу, тоді як фактично здобувачі вищої освіти виконують і захищають звіт з практики. Зазначена невідповідність не впливає на якість освітнього процесу, однак потребує усунення з метою узгодження навчального плану з реальною організацією освітнього процесу. Заклад вищої освіти здійснює моніторинг навчального навантаження здобувачів через аналіз результатів навчання, зворотний зв'язок від студентів та періодичний перегляд навчального плану і силабусів, що дозволяє своєчасно виявляти та коригувати потенційні дисбаланси навчального навантаження. Під час опитувань (<https://www.krok.edu.ua/images/upravlinnya-yakisty/rezultaty-opytuvannia-zdobuvachiv-opp-marketynh-u-2024-25-n-r.pdf>) було встановлено, що 74% здобувачів вважають, що обсяг навчального навантаження є достатнім для опанування освітньої програми, ще 25% скоріше згодні з цим твердженням; на відповідь чи достатньо часу мають здобувачі для виконання завдань самостійної роботи ствердно відповіли 51% і ще 29% — переважно так. Як слідує з результатів опитування та зустрічі зі здобувачами та випускниками програми основною проблемою є нестача часу на виконання завдань самостійної роботи, яка є відчутною для 18 % здобувачів, які взяли участь в опитуванні. Заклад вищої освіти планує врахувати результати опитувань здобувачів і випускників під час подальшого перегляду освітніх компонентів та силабусів, зокрема в частині уточнення обсягу й змісту завдань самостійної роботи з метою більш рівномірного розподілу навчального навантаження.

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

Структура освітньо-професійної програми «Маркетинг» та зміст її освітніх компонентів спрямовані на формування прикладних професійних навичок і забезпечують практикоорієнтований характер підготовки здобувачів вищої освіти. Практикоорієнтованість реалізується, зокрема, через використання сучасних цифрових інструментів і програмного забезпечення, що застосовується у професійній діяльності маркетолога, переважно на основі платформ із вільним доступом. Так, у межах освітнього компонента ОК 25 «SMM-маркетинг (маркетинг соціальних мереж)» здобувачі опановують налаштування таргетованої реклами, проведення А/В тестування та оптимізацію рекламних бюджетів із використанням платформи Meta Ads Manager та інструментів аналітики соціальних мереж. У межах ОК 32 «Маркетингові дослідження» застосовуються статистичні програмні продукти з відкритим кодом (зокрема Jamovi, JASP) для аналізу споживчих переваг, сегментації ринку та прогнозування попиту. Освітній компонент ОК 15 «Управління продажами» передбачає опанування інструментів візуалізації даних і побудови маркетингових дашбордів, а також аналіз ринкових трендів і поведінки споживачів. Практичні заняття та прикладні завдання реалізуються із використанням таких інструментів, як Power BI та Google Looker Studio, що дозволяє інтегрувати результати маркетингових і наукових досліджень у форматі, орієнтованому на прийняття управлінських рішень. Додатково практикоорієнтованість освітньої програми посилюється через залучення фахівців-практиків до проведення гостьових лекцій і майстер-класів, під час яких розглядаються реальні кейси застосування аналітичних інструментів у маркетинговій діяльності. Підготовка здобувачів за дуальною формою здобуття освіти в межах цієї освітньої програми на момент проведення акредитаційної експертизи не здійснюється.

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

Забезпечення набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, спрямованих на досягнення глобальних Цілей сталого розвитку, у межах освітньо-професійної програми «Маркетинг» реалізується через окремі освітні компоненти професійного спрямування, зміст яких безпосередньо інтегрує принципи сталого розвитку у маркетингову діяльність. Зокрема, освітній компонент ОК 22 «Маркетингова товарна політика» орієнтований на реалізацію ЦСР 12 «Відповідальне споживання та виробництво» та передбачає формування навичок розроблення екологічно відповідних товарних рішень, управління життєвим циклом продукту, мінімізації відходів, а також ознайомлення з підходами економіки замкненого циклу (circular economy). У межах цього компонента використовуються кейс-стаді, пов'язані з розробкою «зелених» продуктів та аналізом екологічного сліду товарів. Освітній компонент ОК 31 «Маркетингова комунікаційна політика» сприяє досягненню ЦСР 5 «Гендерна рівність» та ЦСР 10 «Скорочення нерівності» через формування у здобувачів навичок створення інклюзивного та етично відповідального комунікаційного контенту. Зміст компонента передбачає аналіз рекламних кампаній з точки зору дотримання принципів недискримінації, уникнення стереотипізації та відповідності стандартам соціальних справедливості, а також проведення аудиту комунікаційних матеріалів на предмет інклюзивності. Додатково інтеграція Цілей сталого розвитку в освітній процес посилюється через проведення відкритих лекцій і зустрічей із фахівцями-практиками, зокрема представниками Глобального договору ООН в Україні, що сприяє формуванню у здобувачів розуміння ролі відповідального маркетингу в досягненні глобальних цілей сталого розвитку.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Структура та зміст освітньо-професійної програми «Маркетинг» загалом відповідають вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», забезпечують досягнення заявлених програмних результатів навчання та формування визначених компетентностей. Освітні компоненти програми становлять логічно взаємопов'язану систему, орієнтовану на поєднання теоретичної та практичної підготовки, формування професійних і соціальних навичок здобувачів вищої освіти, а також інтеграцію сучасних підходів до маркетингової діяльності, зокрема в контексті сталого розвитку. Виявлені недоліки мають локальний характер і не знижують загальну якість освітньої програми. До позитивних практик слід віднести достатній обсяг і поетапність практичної підготовки здобувачів вищої освіти з широким переліком баз практики.

Недоліки

1) в освітній програмі не зазначено можливі форми набуття вищою освітою; 2) у навчальному плані форма підсумкового контролю за навчально-ознайомчою та виробничою практиками визначена як курсова робота, тоді як фактично здобувачі виконують і захищають звіт з практики; 3) зміст звітів з виробничої практики не завжди має чітко виражену маркетингову спрямованість, що знижує фахову спрямованість практичної підготовки; 4) інтеграція Цілей сталого розвитку зосереджена переважно в окремих освітніх компонентах і не має системного відображення у програмних результатах навчання.

Рекомендації

1) Начальнику навчально-методичного управління внести зміни до нормативної бази ВНЗ та передбачити в структурі ОП зазначення можливих форм здобуття освіти відповідно ст. 9-1 Закону України «Про вищу освіту». Гаранту привести структуру ОП у відповідність до вимог законодавства. 2) Начальнику навчально-методичного управління привести форму підсумкового контролю за практиками у навчальному плані до ОП; 3) Гаранту ОП до початку наступного навчального року методично уточнити цілі, завдання та вимоги до результатів виробничої практики з посиленням її маркетингової спрямованості; 4) Гаранту та НПП посилити системну інтеграцію Цілей сталого розвитку у формулювання програмних результатів навчання та зміст фахових дисциплін.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

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

ЕГ встановила, що Правила прийому до Університету «КРОК» (<https://www.krok.edu.ua/ua/umovi-vstupu/pravilarijiomu>) розроблені відповідно до чинного Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти, є чіткими, структурованими та доступними для потенційних вступників. Нормативні документи оприлюднені на офіційному вебсайті ЗВО у розділі приймальної комісії та містять інформацію про етапи конкурсного відбору, строки подання заяв, порядок реєстрації електронних кабінетів, вимоги до документів вступників, умови участі у конкурсі та алгоритм розрахунку конкурсного балу. Критерії відбору на ОП 075 «Маркетинг» є публічними, прозоро визначеними та однаково застосовуються до всіх категорій вступників. Вагові коефіцієнти предметів НМТ і вимоги до мотиваційних листів визначені відповідно до законодавства та не містять дискримінаційних положень. Умови участі у конкурсному відборі є об'єктивними та забезпечують рівний доступ до освітньої програми. Таким чином, доступ до ОП є регламентованим, зрозумілим і здійснюється з дотриманням принципів прозорості та недискримінаційності.

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

ЕГ встановила, що Правила прийому на ОП «Маркетинг» враховують особливості освітньої програми та специфіку підготовки фахівців у сфері маркетингу. Формування вимог до вступу здійснюється у межах загальноуніверситетської процедури розроблення та затвердження Правил прийому відповідно до чинного законодавства, із урахуванням позиції профільної кафедри щодо необхідного рівня підготовки вступників. Система конкурсного відбору на бакалаврський рівень базується на результатах національного мультипредметного тесту. Встановлені вагові коефіцієнти навчальних предметів корелюють із програмними результатами навчання, зокрема акцент на математиці та іноземній мові відповідає аналітичній складовій маркетингової діяльності та міжнародній орієнтації програми. Врахування мотиваційного листа сприяє оцінюванню вмотивованості вступників до навчання за відповідною спеціальністю. У звітний період Правила прийому оновлювалися відповідно до змін у державному регулюванні вступної кампанії (запровадження НМТ, особливості організації вступу в умовах воєнного стану), що забезпечує їх актуальність та відповідність нормативним вимогам. Таким чином, критерії відбору є обґрунтованими особливостями освітньої програми, забезпечують відбір вступників із належним рівнем базової підготовки та відповідають профілю ОП.

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

В Університеті «КРОК» функціонує цілісна та прозора система визнання результатів навчання, здобутих здобувачами на інших освітніх програмах, що регламентується відповідними внутрішніми нормативними актами, зокрема в пунктах 7.12 та 7.18 Положення про організацію освітнього процесу в Університеті «КРОК» (<https://library.krok.edu.ua/media/library/category/publicna-informatsiya/polozhennya-orhanizatsiya-op.pdf>) Процедура перезарахування освітніх компонентів для спеціальності 075 «Маркетинг» базується на принципах об'єктивності та порівнянності програмних результатів навчання, що дозволяє враховувати кредити ЄКТС, отримані в інших закладах вищої освіти або під час участі у програмах внутрішньої та міжнародної академічної мобільності.

Встановлені правила є доступними для всіх учасників освітнього процесу, оприлюднені на офіційному вебсайті закладу та систематично роз'яснюються студентам під час консультацій з гарантом програми та викладачами кафедри. Процес визнання включає аналіз силабусів та академічних довідок, після чого рішення фіксуються у відповідних протоколах засідань кафедр, що відповідає нормам національного законодавства та вимогам Європейського простору вищої освіти (Зустрічі 3 і 6). Практика застосування цих правил за освітньою програмою «Маркетинг» забезпечує гнучкість освітнього процесу та сприяє підвищенню рівня задоволеності студентів можливістю інтеграції результатів навчання з різних джерел без дублювання вивченого матеріалу. Співпраця з міжнародними партнерами в межах програм Erasmus+ дозволяє студентам спеціальності 075 «Маркетинг» успішно перезараховувати кредити за професійно-орієнтовані дисципліни, що дозволяє повноцінно реалізувати право на індивідуальну освітню траєкторію, не втрачаючи темпу навчання.

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

ЕГ встановила, що визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та/або інформальній освіті, здійснюється відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті, оприлюдненого на офіційному вебсайті ЗВО (<https://www.krok.edu.ua/ua/dostup-do-publichnoji-informatsiji?task=weblink.go&id=892>). Документ визначає підстави, етапи та критерії прийняття рішень щодо перезарахування результатів навчання та є доступним для учасників освітнього процесу. Процедура передбачає подання здобувачем заяви та підтвердних документів (сертифікатів, описів програм, результатів навчання), проведення фахової експертизи комісією кафедри щодо відповідності змісту та програмних результатів навчання конкретному освітньому компоненту, після чого ухвалюється рішення про перезарахування із визначенням обсягу кредитів ЄКТС. Визнання здійснюється за умови суттєвої відповідності змісту (зокрема не менше 75%). Практика застосування процедури на ОП 075 «Маркетинг» наявна, зокрема щодо результатів навчання, отриманих на онлайн-платформах (Coursera, Udemy, Google Digital Workshop тощо). Інформування здобувачів щодо можливостей перезарахування здійснюється через офіційний вебсайт, електронне освітнє середовище та консультації з викладачами і гарантом освітньої програми. Під час зустрічей зі здобувачами підтверджено, що правила є зрозумілими та застосовуються відповідно до встановленої процедури. Скарг щодо необґрунтованої відмови у визнанні результатів навчання ЕГ не зафіксовано. Системних проблем у реалізації процедури не виявлено (зустрічі 3, 6). Таким чином, механізм визнання результатів неформальної та інформальної освіти є врегульованим, прозорим і послідовно застосовується в межах освітньої програми.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ встановила, що механізми формування контингенту здобувачів за ОП 075 «Маркетинг» є врегульованими та здійснюються відповідно до чинного законодавства і локальних нормативних актів ЗВО. Правила прийому є публічними, структурованими та не містять дискримінаційних положень. Критерії відбору враховують особливості освітньої програми та забезпечують рівний доступ до навчання. Процедури визнання результатів навчання, здобутих на інших освітніх програмах, у межах академічної мобільності, а також у неформальній та інформальній освіті, регламентовані відповідними положеннями, є доступними для здобувачів та застосовуються на практиці. Рішення щодо перезарахування документуються встановленим порядком. Під час зустрічей зі здобувачами та випускниками не зафіксовано скарг щодо непрозорості вступних процедур або необґрунтованих відмов у перезарахуванні результатів навчання. Зразкові або виразні позитивні практики за критерієм 3 не встановлені. ЗВО забезпечує виконання нормативних вимог у межах чинного законодавства.

Недоліки

На офіційному вебсайті ЗВО відсутні попередні редакції ОП «Маркетинг», що стосуються здобувачів старших курсів.

Рекомендації

Гаранту ОП розмістити на сайті ЗВО всі версії ОП "Маркетинг", що мають відношення до навчання нинішніх студентів, тобто від 2022 року. ЕГ рекомендує систематично проводити роз'яснювальну роботу для здобувачів щодо участі в програмах академічної мобільності.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Освітній процес за ОП «Маркетинг» організовано відповідно до чинного законодавства України та стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», чинного на момент затвердження ОП. Навчання здійснюється за денною, заочною та дистанційною формами державною мовою; іншомовні джерела використовують лише у разі необхідності і відповідно до вимог законодавства. Для організації освітнього процесу застосовуються інформаційні системи, зокрема Moodle та MS Teams, які використовують для проведення занять, організації самостійної роботи, комунікації та контролю результатів навчання. При викладанні використовують різноманітні методи, засоби та технології навчання для досягнення ПРН. Наприклад, в ОК «Маркетинг» поєднують лекції, практичні й семінарські заняття, індивідуальні завдання та презентації. У ОК «Маркетинг послуг» використовують практичні завдання, аналіз ситуацій, індивідуальну та групову роботу, орієнтуючись на застосування теорії на практиці. У «Маркетингових дослідженнях» застосовують розробку інструментарію, збір і аналіз даних, виконання аналітичних завдань. Практико-орієнтовані й активні методи найбільш яскраво реалізуються під час навчально-ознайомчої практики, яка включає виконання ситуаційних завдань, групових проєктів, ділові ігри, підготовку презентаційних та візуальних матеріалів. Широко застосовуються сучасні цифрові технології. У межах ОК «SMM-маркетингу» поєднують лекції, практичні заняття, індивідуальні й групові завдання, презентації, обговорення результатів, а також цифрові платформи і соціальні мережі. В ОК 1 «Інформаційні та цифрові технології» домінують практичні заняття, виконання індивідуальних завдань і тестування із застосуванням Moodle, MS Teams, Microsoft 365 та національних освітніх ресурсів, що сприяє активній участі студентів і формуванню цифрових компетентностей. Вибір форм і методів навчання спрямований на активну участь студентів у процесі навчання через індивідуальні й групові завдання, практичні роботи, накопичувальне оцінювання та регулярну взаємодію з викладачами. Академічна свобода викладачів забезпечується можливістю самостійно обирати матеріали, завдання та приклади в межах інституційних вимог. На основі аналізу силабусів ОК ЕГ не виявила освітніх компонентів, за якими застосовувані методи/засоби унеможливають досягнення визначених цілей і ПРН. У ЗВО проводиться збір зворотного зв'язку від здобувачів щодо якості викладання і навчання, результати якого публікуються у відкритому доступі (<https://surl.li/hrojfa>). Опитування охоплюють питання методів викладання, організації процесу, практичної спрямованості та якості; водночас результати подаються переважно у вигляді узагальнених показників і мало використовуються для системного вдосконалення освітнього процесу. Загалом методи, засоби й технології, передбачені програмою, дозволяють досягати заявлених ПРН, проте потребують подальшого розвитку механізми аналітичного використання студентського зворотного зв'язку для покращення освітнього процесу.

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

Університетом «КРОК» нормативно врегульовано питання використання силабусів у організації освітнього процесу. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в університеті силабус (робоча програма навчальної дисципліни) належить до обов'язкових елементів навчально-методичного забезпечення освітнього процесу (п. 6.1.5). Положенням також передбачено подання силабусів викладачами до початку відповідного семестру (п. 5.4), а контроль за їх наявністю та дотриманням вимог до реалізації освітніх компонентів покладено на керівників кафедр і відповідні структурні підрозділи закладу (пп. 3.3.1, 3.3.4). Аналіз силабусів освітніх компонентів освітньо-професійної програми «Маркетинг» свідчить, що вони містять повну та структуровану інформацію про цілі дисциплін, їх зміст, очікувані результати навчання, форми організації освітнього процесу, порядок і критерії оцінювання. Подання цієї інформації є зрозумілим і дає змогу здобувачам вищої освіти заздалегідь орієнтуватися у вимогах до навчальної діяльності та очікуваних результатах навчання. Силабуси освітніх компонентів розміщуються у вільному доступі для здобувачів вищої освіти: вони оприлюднені на офіційному вебсайті закладу та розміщені в системі дистанційного навчання Moodle. Такий спосіб організації доступу до навчально-методичних матеріалів відповідає визначеній у Положенні ролі електронних освітніх ресурсів та інформаційних систем у забезпеченні освітнього процесу (п. 6.1.8) і забезпечує можливість постійного ознайомлення здобувачів з актуальною інформацією незалежно від форми здобуття освіти. Інформування здобувачів вищої освіти про цілі, зміст та результати навчання, порядок і критерії оцінювання за кожною навчальною дисципліною здійснюється у строки, узгоджені з організацією освітнього процесу, зокрема на початку вивчення освітніх компонентів шляхом ознайомлення із силабусами та роз'яснення вимог викладачами під час перших занять. Під час зустрічей експертної групи зі здобувачами та науково-педагогічними працівниками було підтверджено, що така практика є сталою та не викликає труднощів у здобувачів вищої освіти. У закладі здійснюється збирання зворотного зв'язку від здобувачів вищої освіти щодо організації освітнього процесу, що передбачено внутрішніми процедурами забезпечення якості освіти (п. 3.1.3 Положення). Результати опитувань здобувачів освітньо-професійної програми «Маркетинг» загалом підтверджують належний рівень доступності та зрозумілості інформації про зміст освітніх компонентів, форми контролю та критерії оцінювання.

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

Поєднання навчання і досліджень під час реалізації цієї ОП реалізується насамперед у формі навчально-дослідницьких і аналітичних завдань у межах окремих ОК. В освітньому процесі застосовуються елементи дослідницько-орієнтованих методів навчання, зокрема аналіз кейсів, проєктні та пошукові завдання, виконання індивідуальних і групових робіт з елементами аналізу ринку, споживчої поведінки та маркетингових рішень. Зокрема, під час вивчення обов'язкових освітніх компонентів здобувачі виконують практичні дослідницькі завдання: в межах ОК «Маркетинг» здійснюють дослідження кон'юнктури ринку; у межах ОК «Маркетингові дослідження» - дослідження поведінки споживачів; під час вивчення ОК «Маркетингова товарна політика» - розробляють маркетингові товарні стратегії для нових товарів. Написання курсових робіт також передбачає використання дослідницького підходу, що загалом відповідає рівню підготовки бакалаврів і практикоорієнтованій меті освітньої програми. Здобувачі регулярно залучаються до науково-дослідної діяльності, зокрема підготовки наукових публікацій і участі в конкурсах. Функціонує науковий гурток «Маркетинг-КРОК» (<https://surl.li/fuibxt>). Результати індивідуальних наукових пошуків здобувачі мають можливість оприлюднювати та апробувати під час щорічної міжнародної науково-практичної конференції Університету «КРОК» «Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку» (<https://surl.li/bxodbw>), зокрема через участь у публікації тез доповідей (наприклад: Чуницький Н. О., гр. МА-22 <https://surl.li/vkmgxu>; Поворозник Д. С., гр. МА-22 - <https://surl.li/znelma>). Посиленню науково-практичної спрямованості навчання також сприяє щорічний круглий стіл «Маркетинговий мікс» (<https://surl.li/xjurkw>, у межах якого здобувачі мають можливість здійснювати апробацію результатів власних аналітичних і дослідницьких напрацювань. Водночас зазначені приклади мають переважно індивідуальний та позанавчальний характер і не підтверджені у наданих матеріалах як системна складова реалізації ОП. Загалом поєднання навчання і досліджень у межах ОП відповідає вимогам до першого рівня вищої освіти та практикоорієнтованій меті програми. Елементи розвитку дослідницьких/аналітичних навичок реалізуються через виконання курсових робіт/проєктних завдань, аналітичні кейси (де застосовується) та практику. Загалом поєднання навчання і досліджень у межах освітньої програми відповідає вимогам до першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та практикоорієнтованій меті програми, однак реалізується несистемно, не охоплює всіх здобувачів і не має чітко вибудованої інституційної моделі інтеграції дослідницької діяльності в освітній процес.

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

Оновлення змісту освітніх компонентів освітньо-професійної програми «Маркетинг» здійснюється відповідно до визначеної в Університеті «КРОК» процедури перегляду та оновлення освітніх програм і навчально-методичного забезпечення. Відповідне Положення про розроблення, оновлення та перегляд освітніх програм (2024 р.) передбачає регулярний перегляд змісту освітніх компонентів у межах внутрішньої системи забезпечення якості освіти із залученням гаранта ОП, членів групи забезпечення, науково-педагогічних працівників та зовнішніх стейкхолдерів. Однією з підстав для такого перегляду визначено наукові й професійні здобутки викладачів, результати їх дослідницької діяльності, стажувань і підвищення кваліфікації. Аналіз наданих експертній групі протоколів засідань робочої групи освітньої програми свідчить про системний характер оновлення змісту освітніх компонентів, яке здійснюється як з ініціативи гаранта та викладачів, так і за результатами обговорень із роботодавцями, представниками професійного середовища та здобувачами вищої освіти. Під час таких обговорень враховуються зміни у професійних практиках маркетингу, поява нових інструментів і технологій, а також практичний і науково-практичний досвід викладачів. Оновлення освітніх компонентів стосується не лише актуалізації теоретичного змісту, але й методик навчання, інструментів та технологій, що використовуються в освітньому процесі. Це підтверджується рішеннями щодо розширення практичної складової дисциплін, інтеграції кейс-методу, проєктних і аналітичних завдань, використання сучасних цифрових інструментів маркетингу, аналітичних платформ і програмних продуктів. Зокрема, оновлення змісту таких освітніх компонентів, як «Маркетингові дослідження», «Маркетингова комунікаційна політика», «SMM-маркетинг», «Інформаційні та цифрові технології», здійснювалося з урахуванням сучасних тенденцій розвитку цифрового маркетингу, MarTech-інструментів, аналітики даних і автоматизації маркетингових процесів. Конкретним прикладом використання наукових і професійних здобутків викладачів як підстави для оновлення змісту освітніх компонентів є діяльність Дьячук І. В. За результатами міжнародного стажування у Foundation «IIASC», West Finland College («Soft skills development in teaching professional training», 01.10–12.11.2021 р.), а також участі у програмі академічної мобільності Erasmus+ (KA1 – Learning Mobility of Individuals – Staff mobility for teaching and training activities), ініційовано модернізацію обов'язкових освітніх компонентів програми. До змісту дисциплін «Маркетингові дослідження» та «Маркетингова комунікаційна політика» інтегровано теми з використання Data Science та MarTech-інструментів, розширено застосування кейс-методів і практикоорієнтованих завдань, що сприяло посиленню програмних результатів навчання, зокрема ПРН 14 і ПРН 15, та наближенню освітнього процесу до сучасних міжнародних стандартів маркетингової практики.

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

Навчання, викладання та наукові дослідження за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» пов'язані з процесами інтернаціоналізації діяльності закладу вищої освіти, однак на рівні конкретної освітньої програми ці зв'язки мають переважно інституційний та частково опосередкований характер. Університетом сформовано стратегічні передумови для інтернаціоналізації, зокрема налагоджено співпрацю із закордонними закладами вищої освіти в межах програм Erasmus+ (KA131/KA171), що створює реальні можливості для участі здобувачів і науково-педагогічних працівників у міжнародній академічній мобільності. У межах реалізації стратегії міжнародної діяльності здобувачі та науково-педагогічні працівники мають сталий доступ до програм академічної мобільності; щорічно проводяться відкриті відбори на участь у відповідних програмах. За останні роки спостерігається позитивна динаміка участі здобувачів ОП у довгостроковій міжнародній мобільності. Зокрема, здобувачка Рахімова А. проходила навчання у University of Foggia (Італія) протягом 2021–2023 рр.; у 2024–2025 н.р. навчання в цьому ж університеті здійснювала здобувачка Кривко А. Здобувач Негреєв М. проходив річне навчання у Harz University (Німеччина) у 2022–2023 н.р. Академічна мобільність у Іспанії реалізовувалася через навчання Кривко А. в University of Murcia (I семестр 2024–2025 н.р.), а також через участь здобувачів Гушці А. та Малошак А. у навчанні в ESIC University (I семестр 2025–2026 н.р.). Крім того, здобувачка Малошак А. проходила навчання у Mikolas Romeris University (Литва) у II семестрі 2024–2025 н.р. Участь у програмах мобільності сприяє формуванню професійних і мовних компетентностей, інтеграції здобувачів у європейський освітній простір. Здобувачі вищої освіти та науково-педагогічні працівники освітньої програми мають доступ до міжнародних інформаційних ресурсів і баз даних, електронних бібліотек та зарубіжних фахових видань, які використовуються в освітньому процесі під час виконання аналітичних, курсових і проєктних робіт. Використання іншомовних джерел у межах окремих освітніх компонентів сприяє ознайомленню зі сучасними підходами та практиками світового маркетингу. Важливою складовою інтернаціоналізації освітнього процесу є мовна підготовка здобувачів. Освітньою програмою передбачено обов'язковий освітній компонент «Іноземна мова (англійська)» значного обсягу, а також вибіркового компонента «Іноземна мова професійного спілкування», що формує здатність до професійної комунікації іноземною мовою та створює підґрунтя для участі у міжнародних освітніх ініціативах. У межах реалізації ОП наявні приклади міжнародної активності науково-педагогічних працівників. Зокрема, к.е.н., доц. Дьячук І. В. проходила міжнародне стажування «Soft skills development in teaching professional training» (West Finland College, IIASC), результати якого були використані для вдосконалення методик викладання та розвитку м'яких навичок у межах освітніх компонентів.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Освітній процес за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» загалом відповідає вимогам законодавства та стандарту вищої освіти. Методи, засоби і технології навчання дозволяють досягати програмних результатів навчання, забезпечується доступність інформації для здобувачів, використовується студентоцентрований підхід та інструменти зворотного зв'язку. Водночас реалізація окремих складових критерію, зокрема поєднання навчання і досліджень та інтернаціоналізація освітнього процесу на рівні ОП, має обмежений характер. У межах реалізації освітньої програми забезпечено використання різноманітних форм і методів навчання, у тому числі практико-орієнтованих та цифрових, з активним застосуванням LMS Moodle та сервісів MS Teams. Значну увагу приділено мовній підготовці здобувачів, що створює передумови для академічної мобільності та використання іншомовних джерел у навчанні. Наявні окремі приклади міжнародної активності науково-педагогічних працівників.

Недоліки

1) Використання результатів зворотного зв'язку від здобувачів щодо методів і технологій навчання недостатньо відображене в управлінських рішеннях. 2) Інтернаціоналізація на рівні освітньої програми значною мірою спирається на інституційні можливості університету та окремі приклади мобільності, без чітко окреслених програмно орієнтованих механізмів інтеграції міжнародного досвіду.

Рекомендації

1) Гаранту ОП удосконалити практики аналізу результатів опитувань здобувачів і використання їх результатів для вдосконалення методів навчання і викладання. 2) Розширити інтернаціоналізацію освітньої програми шляхом активнішого залучення здобувачів і викладачів до програм міжнародної академічної мобільності та інтеграції результатів міжнародної співпраці в освітній процес.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

У ЗВО «КРОК» на ОП «Маркетинг» форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти регулюються Положенням про організацію освітнього процесу в Університеті «КРОК» (<https://surl.li/bdqodn>), доступ до якого здійснюється на офіційному сайті ЗВО «КРОК» (<https://surl.li/mbwuqs>). На даній ОП контрольні заходи включають підсумковий і поточний контроль. Критерії оцінювання за кожним ОК наведено у робочих програмах (силабусах) ОК, які розміщено на офіційній сторінці ЗВО у вкладці «Навчання» (<https://surl.li/btnwoh>) та у кабінеті студента (<https://surl.cc/apgekt>). У робочих навчальних програмах (силабусах) ОК у визначено методи контролю (в т.ч. форми поточного і підсумкового контролю) та розподіл балів, які отримують студенти. При цьому ЕГ констатує, що оцінювання самостійної роботи у деяких ОК не виокремлено (ОК3, ОК11, ОК 21, ОК 23, ОК24), не у всіх силябусах наведена застосовувана у ЗВО шкала оцінювання, відсутня система оцінювання за окремими формами навчання (денна, заочна, дистанційна). Студенти підтверджують, що їм зрозумілі механізми розподілу балів за видами робіт при поточному контролі та критерії підсумкового оцінювання (зустріч 6). Інформування здобувачів про форми контролю відбувається викладачем ОК, на першому занятті, що підтверджено на зустрічах із здобувачами ВО та академічним персоналом (зустріч 6 та 8). У індивідуальному кабінеті студента ЗВО «КРОК» студентам доступні завдання для самостійної роботи, практичної роботи, перелік контрольних питань. Оцінювання знань студентів під час підсумкового контролю відбувається у формі екзамену чи диференційованого заліку, форма проведення якого (усна/письмова) доводиться до студентів викладачем під час занять. Аналіз документів, розміщених у кабінетах студентів, у відомостях СО та документів, наданих ЗВО за запитом (п.10, 12), доводить, що форма проведення контрольних заходів на ОП є усна або письмова. Наданий зразок білетів та залікових карток, білетів для атестаційного екзамену дозволяє констатувати ЕГ наявність різнорівневих завдань у його складі. На ОП згідно навчального плану виконується 2 курсові роботи (ОК19, ОК27), у методичне забезпечення яких інтегровано критерії оцінювання (звіт СО, таблиця 1). Збір інформації щодо чіткості та зрозумілості критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти відбувається через опитування здобувачів, результати якого оприлюднюються (<https://surl.li/hjheci>) та застосовуються для покращення освітнього процесу на ОП. У цілому експертна група констатує відповідність практик оцінювання вимогам критерію 5.1 та відсутність факторів, що суттєво впливають на об'єктивність і валідність встановлення результатів навчання здобувачів вищої освіти.

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

Підсумкова атестація здобувачів ОП Маркетинг передбачається у формі атестаційного екзамену (згідно документу ОП, завантаженого у звіт самооцінювання та розміщеного на сайті випускової кафедри <https://surl.li/dgvjez> – кваліфікаційного екзамену), проведення якого регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в Університеті «КРОК» (<https://surl.li/fqyttz>) та Положенням про екзаменаційну комісію... (<https://surl.li/oapjnu>). Форма атестації відповідає вимогам стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» (затверджено та введено в дію 05.12.2018 р. наказ № 1343). Програма підсумкової атестації (запит до ЗВО п. 11) розміщена у системі дистанційного навчання студентів, що забезпечує їх доступність для здобувачів ВО та містить вимоги до проведення підсумкової атестації, структуру екзаменаційних білетів (екзаменаційні білети базуються на результатах навчання за 20 обов'язковими освітніми компонентами, які умовно поділені на три тематичні блоки (модулі)), оцінювання результатів підсумкової атестації, міст програми підсумкової атестації, рекомендовані джерела інформації. Вивчення ЕГ прикладу екзаменаційного білету атестаційного екзамену (п. 12 запити до ЗВО) показало, що білети затверджуються на засіданні кафедри маркетингу та поведінкової економіки, містять різнорівневі завдання, що дозволяє повною мірою встановити рівень сформованості знань у студентів із професійно-орієнтованих ОК. У цілому експертна група констатує, що обрана форма атестації, її змістове наповнення та процедура проведення загалом відповідають вимогам критерію 5.2.

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

У ЗВО «КРОК» процедури проходження контрольних заходів регламентує п.5 Положення про організацію освітнього процесу в Університеті «КРОК» (<https://surl.li/fqyttz>), яке розміщено на офіційному сайті закладу (<https://surl.li/lcxzgt>), що забезпечує його доступність для студентів та викладачів. Здобувачі ВО під час зустрічі 6 підтвердили обізнаність правил проходження контрольних заходів. На ОП Маркетинг застосовується усна та

письмова форма проведення контрольних заходів, проте, у робочих програмах навчальних дисциплін (силабусах) ОК форма не зазначається, а доводиться викладачем у усній формі. Екзаменаційні білети та залікові картки затверджуються на засіданні кафедри за якою закріплено викладання певного ОК (п. 10 запити до ЗВО). Процедури повторного проходження контрольних заходів у ЗВО «КРОК» визначаються п. 15.6 Положення про організацію освітнього процесу в Університеті «КРОК» (<https://surl.li/fqyttz>). Під час зустрічі 6 із здобувачами ВО студенти продемонстрували загальну обізнаність даних процедур, а також процедур ліквідації академічної заборгованості і повторного вивчення ОК. Для забезпечення дотримання прав здобувачів ВО у освітньому процесі, запобігання конфліктним ситуаціям у ЗВО «КРОК» діє «Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій» (<https://surl.li/yuhyxb>). Конфлікту інтересів на даній ОП не фіксувалося. У цілому експертна група констатує, що процедури проходження контрольних заходів, оскарження результатів, їх повторного складання та врегулювання можливого конфлікту інтересів у ЗВО «КРОК» є нормативно врегульованими, доступними для учасників освітнього процесу та загалом відповідають вимогам критерію 5.3, з окремими аспектами, що можуть бути уточнені на рівні силабусів освітніх компонентів.

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

Політику, принципи та правила дотримання академічної доброчесності у ЗВО «КРОК» регламентовано Кодексом академічної доброчесності Університету «КРОК» (<https://surl.li/dbnugw>), «Положенням про внутрішню систему забезпечення якості освіти та освітньої діяльності...» (<https://surl.li/frhljp>), «Положенням про перевірку академічних та наукових текстів на плагіат...» (<https://surl.li/eokarw>), Наказом про створення системи протидії корупції (<https://surl.li/rusjwr>) та ін. Технологічним рішенням, що використовується у якості інструменту для виявлення порушень академічної доброчесності у ЗВО «КРОК» є сервіс перевірки StrikePlagiarism (договір про використання надано в ході відповіді на п.8 запити до ЗВО). У ході зустрічей з адміністративним персоналом та авторами відомостей самооцінювання встановлено, що курсові роботи, наразі, не проходять перевірку на наявність академічних запозичень. На думку ЕГ, зазначена практика потребує вдосконалення шляхом запровадження обов'язкової перевірки курсових робіт на дотримання принципів академічної доброчесності. Під час зустрічей з НПП, залученими до реалізації ОП, та здобувачами вищої освіти (зустрічі 6 та 8) експертною групою встановлено належний рівень їх обізнаності з питань забезпечення та дотримання принципів академічної доброчесності. НПП беруть участь у заходах з підвищення кваліфікації з питань академічної доброчесності (Балдик Д.О., Гофман М.О., Кириченко О.С. та ін.), Університет «КРОК» брав участь у програмі «Ініціатива академічної доброчесності та якості освіти. Академічна доброчесність» (<https://surl.li/cc/pmvkpw>), у ряді конференцій та вебінарів, присвячених питанням академічної доброчесності (<https://surl.li/aghyum> , <https://surl.li/yfmgqq>), що сприяє формуванню культури доброчесності та її популяризації в освітньому середовищі. Для студентів проводяться подкасти на відповідну тематику (<https://surl.li/qbmpde>), відкриті лекції, зустрічі, курси (<https://surl.li/zuopjl>; <https://surl.li/ijpqcz>). Під час зустрічі зі здобувачами вищої освіти підтверджено їх поінформованість щодо політики університету у сфері академічної доброчесності та наслідків її порушення. Під час вивчення звіту СО ОП Маркетинг, документів, наданих за запитом до ЗВО та документів, розміщених у відкритих джерелах, проявів порушення академічної доброчесності не зафіксовано. ЕГ констатує відповідність критерію 5.4.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

У ЗВО «КРОК» реалізується системний підхід до визначення форми контрольних заходів та критеріїв оцінювання здобувачів ВО, що забезпечує чіткість і зрозумілість процедури здійснення контролю усім учасникам освітнього процесу. Форми підсумкового та поточного контролю корелюють із програмними результатами навчання, а нормативна база університету належним чином регламентує відповідні процедури. Підсумкова атестація здобувачів ОП Маркетинг передбачається у формі атестаційного екзамену, що відповідає вимогам чинного стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Використання офіційного сайту ЗВО «КРОК» та дистанційної системи навчання забезпечує для здобувачів вищої освіти доступність навчального контенту, нормативної бази та довідникових матеріалів для всіх учасників навчального процесу. Університет має сформовану та внутрішньо узгоджену нормативну базу щодо політики, принципів і процедур дотримання академічної доброчесності. Реалізуються заходи з її популяризації серед здобувачів і науково-педагогічних працівників, що сприяє формуванню культури доброчесності в освітньому середовищі. У цілому експертна група констатує відповідність практик контролю, оцінювання та забезпечення академічної доброчесності за ОП «Маркетинг» вимогам критерію 5 з окремими аспектами, що можуть бути вдосконалені в межах поточної діяльності.

1) У частині робочих програм навчальних дисциплін (силабусів) ОП «Маркетинг» оцінювання самостійної роботи не виокремлено як окремий складник поточного контролю (зокрема, ОК 3, ОК 11, ОК 21, ОК 23, ОК 24). 2) Не в усіх силябусах повною мірою відображено застосовувану у ЗВО шкалу оцінювання та механізм переведення результатів у шкалу ЄКТС, а також не конкретизовано особливості оцінювання за різними формами навчання (денна, заочна, дистанційна) та формами проведення контрольних заходів (усна, письмова). 3) Відсутня усталена практика обов'язкової перевірки курсових робіт на дотримання принципів академічної доброчесності із застосуванням відповідних програмних засобів. 4) Формулювання назви підсумкової атестації в ОП відрізняється від назви у стандарті вищої освіти.

Рекомендації

1) НПП у робочих програмах навчальних дисциплін (силябусах) виокремити оцінювання самостійної роботи як складник поточного контролю у всіх освітніх компонентах. Забезпечити відображення в усіх робочих програмах (силябусах) повної шкали оцінювання, що застосовується у ЗВО, із чітким механізмом переведення результатів у шкалу ЄКТС. 2) Конкретизувати в робочих програмах (силябусах) особливості оцінювання за різними формами здобуття освіти (денна, заочна, дистанційна) та визначити формами проведення контрольних заходів (усна, письмова). 3) Запровадити обов'язкову перевірку курсових робіт на наявність академічних запозичень із використанням відповідних програмних засобів та нормативно закріпити цю процедуру у внутрішніх документах. 4) Привести назву підсумкової атестації в ОП до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Критерій 6. Людські ресурси:

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

Згідно інформації, отриманої під час зустрічі з адмін. персоналом (Зустріч 11) ЕГ було з'ясовано, що відповідальність за відбір викладачів для викладання конкретних освітніх компонентів, а також за перевірку відповідності НПП вимогам п. 36–38 Ліц. умов провадження освітньої діяльності покладено на завідувачів кафедр. ЕГ проаналізувала ВСО, інформацію, розміщену на офіційному вебсайті ЗВО (<https://surl.li/azzfow>), сторінки викладачів у відкритих наукометричних базах і ресурсах, зокрема Google Scholar, ORCID, Scopus, а також інформацію, надану ЗВО у відповідь на офіційний запит ЕГ через систему НАЗЯВО. За результатами аналізу встановлено, що кваліфікація переважної більшості НПП, які забезпечують реалізацію ОП, відповідає змісту ОК та дозволяє досягати визначених цілей і програмних результатів навчання. Відбір викладачів умотивований відповідністю їхніх наукових інтересів змісту дисциплін, наявністю відповідної освітньої та професійної кваліфікації, практичного досвіду у сфері маркетингу та суміжних галузях, а також результатами підвищення кваліфікації й міжнародних стажувань, результати яких інтегруються в освітній процес. Окремі НПП поєднують викладацьку діяльність із практичною роботою за фахом (Дьячук І.В., Березюк В.О.), що сприяє формуванню у здобувачів практичних компетентностей. Також ЗВО враховує результати опитувань здобувачів освіти щодо якості викладання та професійного рівня НПП (<https://surl.li/hrojfa>). Водночас ЕГ звертає увагу на окремі проблемні аспекти, пов'язані з дотриманням вимог п. 37 Ліц. умов провадження освітньої діяльності. За результатами аналізу публікаційної активності встановлено, що окремі НПП, які забезпечують викладання освітніх компонентів «Вища математика та теорія ймовірності» (Ткаченко В.С.), «Українська мова за професійним спрямуванням» (Момонт Н.М.) та «Статистика» (Балдик Д.О.), не мають 5 наукових публікацій за останні 5 років за профілем закріплених за ними ОК. Крім того, у відкритих джерелах, на офіційному сайті ЗВО та у відомостях самооцінювання відсутня інформація про наукові публікації Ткаченко В.С. з 2019 року. У відповіді ЗВО на офіційний запит ЕГ відповідність зазначених НПП вимогам п. 37 Ліц. умов не було надано. Водночас ЗВО надав пояснення, що "зазначені НПП працюють в ЗВО менше 5 р. та мають статус ВПО, які втратили роботу через війну та відповідно до роз'яснень МОНУ щодо дії воєнного стану, наукова діяльність у зонах бойових дій та під час евакуації була об'єктивно обмежена, тому ЗВО застосовує до цих НПП адаптаційні механізми, визнаючи їх перспективними фахівцями". Враховуючи, що визначені невідповідності стосуються обмеженої кількості НПП та окремих ОК загальної підготовки, не мають системного характеру, а також те, що фактів недосягнення ПРН здобувачами не виявлено, ЕГ дійшла висновку, що викладацький склад освітньої програми в цілому забезпечує її реалізацію, однак ЗВО доцільно посилити контроль за дотриманням вимог пунктів 36–38 Ліцензійних умов для НПП.

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

програми та послідовно застосовуються

Процедури конкурсного відбору регламентуються Порядком конкурсного відбору та обрання за конкурсом науково-педагогічних працівників Університету «КРОК», затвердженим наказом № 64-1 від 09.11.2020 року (зі змінами) (<https://surli.cc/zmjcsn>). Відповідно до п. 2.1 Порядку конкурс на заміщення вакантних посад оголошується ректором та проводиться поетапно. Під час зустрічі з адміністративним персоналом (Зустріч 11) директорка Департаменту кадрів та документального забезпечення повідомила, що оголошення конкурсу, як правило, відбувається у квітні; протягом наступного місяця претенденти подають документи для участі у конкурсі; далі кафедри здійснюють оцінювання професійного рівня кандидатів, а в червні проводиться засідання конкурсної комісії, яка ухвалює рішення щодо результатів конкурсу. До складу конкурсної комісії входять завідувачі кафедр, проректори, директорка Департаменту кадрів та документального забезпечення; головою комісії є ректор університету. Оголошення про початок конкурсу оприлюднюється на офіційному вебсайті ЗВО у розділі «Конкурсний відбір та обрання за конкурсом НПП університету» (<https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/publicna-informatsiya>), що забезпечує відкритість і доступність інформації для потенційних кандидатів. У Порядку визначено кваліфікаційні вимоги до претендентів (розділ 3) та критерії їх оцінювання (розділ 4), однак вимога щодо відповідності Ліц. вимогам прописана тільки для осіб, що вперше влаштовуються на роботу.. Зокрема, відповідно до п. 4.1 Порядку професійний рівень кандидатів обговорюється на засіданні кафедри за їх безпосередньої присутності, що сприяє прозорості та об'єктивності конкурсного відбору. Для оцінювання рівня професійної кваліфікації претендента кафедра може запропонувати проведення показового заняття (п. 4.2). За результатами обговорення кафедра формує обґрунтовані висновки щодо кожного кандидата, які оформлюються витягом із протоколу засідання та передаються секретарю конкурсної комісії. Претендентів ознайомлюють із висновками кафедри. При цьому негативний висновок кафедри не є підставою для автоматичної відмови у розгляді кандидатури на Вченій раді університету, що свідчить про відсутність дискримінаційних підходів. Після розгляду матеріалів конкурсною комісією позитивне рішення щодо заміщення посад професора, доцента, старшого викладача або викладача є підставою для укладення трудового договору (контракту) строком від одного до п'яти років. ЕГ встановила, що проблем із добором науково-педагогічних працівників для викладання за освітньою програмою «Маркетинг» не виникало. Під час зустрічі з НПП (Зустріч 8) вони підтвердили свою обізнаність із процедурами конкурсного відбору та зазначили, що ці процедури послідовно застосовуються на практиці. Таким чином, ЕГ констатує, що в Університеті «КРОК» існують чіткі, прозорі та недискримінаційні процедури конкурсного відбору науково-педагогічних працівників, які забезпечують необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми.

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

ЗВО залучає роботодавців та професіоналів-практиків до організації та реалізації освітнього процесу за ОП «Маркетинг». Роботодавці беруть участь в обговоренні та періодичному перегляді ОП, залучаються до роботи проектної (робочої) групи ОП, а також до зовнішнього рецензування. Зазначене підтверджено під час Зустрічі 13 та протоколами засідань робочої групи, наданими ЗВО на запит ЕГ. Так, керівником відділу маркетингу компанії «Флагман» було запропоновано посилити підготовку здобувачів освіти у сфері використання CRM-систем та управління клієнтським досвідом, що було реалізовано в рамках ОК 31 "Маркетингова комунікаційна політика" (Т.6,7,9). Бренд-спеціалістом компанії «Хенкель Україна» рекомендовано посилити орієнтацію освітньої програми на підготовку до роботи в міжнародних компаніях, зокрема шляхом розширення можливостей вивчення англійської мови. Свідченням урахування пропозиції є вивчення англійської мови протягом 4 семестрів на різних рівнях - загальному та за професійним спрямуванням. Заст. директора з маркетингу ТОВ «Драйд Фудз», наголошено на необхідності розвитку комунікативних навичок і навичок ведення переговорів. Взаємодія зі стейкхолдерами здійснюється також через гостьові лекції, професійні зустрічі, участь у науково-практичних заходах (зокрема щорічному круглому столі «Маркетинг мікс») та опитування роботодавців з метою отримання зворотного зв'язку щодо змісту та результатів навчання. До проведення аудиторних занять залучалися професіонали-практики в межах освітнього компонента «Менеджмент», що було зазначено здобувачами (Зустріч 6). Під час таких занять розглядалися практичні аспекти організації діяльності підприємств, управління персоналом і функціонування торговельних мереж, що дало змогу здобувачам освіти аналізувати реальні управлінські ситуації та безпосередньо взаємодіяти з представниками бізнесу. Провідний фахівець Групи компаній «Фозі Груп» є авторкою вибіркового ОК «Маркетингові ризики». Керівник відділу маркетингу компанії «Флагман» був залученим до організації ознайомчої практики здобувачів. Окрім цього, роботодавці та експерти галузі залучалися у форматі гостьових лекцій і професійних зустрічей (Зустріч 13, <https://surli.lu/fudyvh>, <https://surli.li/qtfiwy>). Під час заходів обговорювалися питання створення та розвитку бізнесу, особливості організації маркетингової діяльності, використання цифрових інструментів, CRM-систем і каналів маркетингових комунікацій. Роботодавці та експерти галузі надають пропозиції та рекомендації щодо змісту та реалізації ОП. Так, за результатами опитувань роботодавців та зовнішнього рецензування було рекомендовано посилити цифрову складову підготовки маркетологів. Врахування цих рекомендацій призвело до введення до ОП освітнього компонента «Digital-маркетинг». Здобувачі освіти та випускники ОП під час спілкування з ЕГ висловили задоволеність зустрічами з практикуючими маркетологами та зазначили, що отримані під час навчання знання і навички були корисними для їх подальшої професійної діяльності.

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

В ЗВО функціонує система сприяння професійному розвитку НПП, яка реалізується на підставі положень Про професійний розвиток НПП (<https://surl.li/iolzka>), Про науковий рейтинг НПП (<https://surl.li/hrtacq>) та Про рейтингування НПП (<https://surl.li/mczyfh>). Ці документи визначають цілі, принципи, форми, періодичність і механізми професійного розвитку, а також порядок моніторингу та стимулювання діяльності НПП, що є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освіти. Положення про професійний розвиток НПП передбачає безперервний характер професійного вдосконалення НПП та визначає основними формами розвитку підвищення кваліфікації й стажування, які можуть здійснюватися у формі курсів, тренінгів, академічної мобільності, самоосвіти тощо. Підвищення кваліфікації має відбуватися не рідше одного разу на 5 років. У ЗВО впроваджено накопичувальну систему, що дозволяє зараховувати різні види професійної діяльності як підвищення кваліфікації. Результати професійного розвитку враховуються під час атестації НПП, обрання на посади за конкурсом і формування щорічного рейтингу. ЕГ встановила, що професійні потреби НПП, залучених до реалізації ОП «Маркетинг», зосереджені на розвитку фахових і цифрових компетентностей, а також на впровадженні сучасних освітніх технологій. Існуюча в ЗВО система професійного розвитку дозволяє ефективно задовольняти зазначені потреби. ЗВО проводить курси підвищення кваліфікації (<https://surl.li/nvokvh>). Так, у 2024 р. зав. кафедри Дьячук І.В. пройшла підвищення кваліфікації за програмою «SMM в освіті як суперсила медіабрендування», результати якого інтегровані в ОК «SMM-маркетинг» та «Маркетинг послуг». Гарант ОП Петрова І.Л. підвищила кваліфікацію за програмою «Цифровізація освіти та робочих процесів (на базі Microsoft 365)», що використовується під час організації освітнього процесу, а Березюк В.О. пройшов курс «Технологічні можливості дистанційного навчання з використанням MOODLE». Моніторинг рівня професіоналізму НПП здійснюється відповідно до Положення про рейтингування та Положення про науковий рейтинг шляхом щорічного оцінювання навчально-методичної, науково-інноваційної та організаційної діяльності НПП, а також через опитування здобувачів. Результати рейтингування оприлюднюються на сайті (<https://surl.li/hrojfa>). Система заохочення НПП поєднує матеріальні й нематеріальні форми мотивації. ЕГ також встановила, що ЗВО здійснює фінансування наукових публікацій, у тому числі у виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах, а також підтримує проходження стажувань, зокрема закордонних. За інформацією, отриманою ЕГ, наприкінці 2025 р. 31 викладач проходив стажування в Нідерландах за рахунок ЗВО. Університетські відзнаки «Зірка КРОКу», знаки пошани та нагороди за наукові й проєктні досягнення сприяють підвищенню мотивації НПП до професійного розвитку та активної участі в освітній і науковій діяльності, що позитивно впливає на якість реалізації освітньої програми.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

За результатами акредитаційної експертизи ЕГ встановила, що освітня програма «Маркетинг» має значний рівень відповідності вимогам підкритеріїв Критерію 6. Позитивними практиками є прозорі, чітко регламентовані та недискримінаційні процедури конкурсного відбору викладачів, які послідовно застосовуються на практиці; залучення роботодавців, професіоналів-практиків та експертів галузі до формування, перегляду та реалізації освітньої програми, у тому числі до проведення аудиторних занять і практичної підготовки здобувачів; інтеграція результатів підвищення кваліфікації, стажувань і практичного досвіду викладачів у зміст освітніх компонентів; функціонування цілісної системи професійного розвитку НПП із використанням накопичувального підходу, рейтингування та поєднання матеріальних і нематеріальних форм заохочення; врахування результатів опитувань здобувачів освіти щодо якості викладання та професійного рівня науково-педагогічних працівників.

Недоліки

1) Окремі науково-педагогічні працівники, які забезпечують викладання освітніх компонентів «Вища математика та теорія ймовірності», «Українська мова за професійним спрямуванням» та «Статистика», не мають п'яти наукових публікацій за останні п'ять років за профілем закріплених за ними освітніх компонентів, що свідчить про недотримання вимог пункту 37 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Водночас, з огляду на те, що переважна більшість науково-педагогічних працівників, задіяних в освітньому процесі підготовки здобувачів за ОП «Маркетинг», відповідає вимогам Ліцензійних умов, експертна група вважає, що виявлений недолік не має суттєвого впливу на якість підготовки здобувачів вищої освіти. 2) В Порядку конкурсного відбору та обрання за конкурсом науково-педагогічних працівників Університету «КРОК» відсутні вимоги щодо дотримання п. 37-38 Ліц.умов для НПП при обранні на конкретні посади за конкурсом для осіб, які працюють в ЗВО.

Рекомендації

Експертна група рекомендує: 1) ЗВО посилити внутрішній контроль за дотриманням вимог пунктів 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності при закріпленні науково-педагогічних працівників за освітніми компонентами, зокрема шляхом систематичного моніторингу відповідності публікаційної активності науково-педагогічних працівників профілю освітніх компонентів, які вони забезпечують. 2) Гаранту ОП та завідувачу кафедри до початку наступного навчального року забезпечити відповідність кадрового забезпечення освітніх компонентів «Вища математика та теорія ймовірності», «Українська мова за професійним спрямуванням» та «Статистика». 3) До початку нового навчального року внести зміни до Порядку конкурсного відбору та обрання за

конкурсом науково-педагогічних працівників Університету «КРОК» щодо необхідності дотримання п. 37-38 для всіх НПП.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Експертна група встановила, що матеріально-технічне та навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг» є достатнім і повноцінним для реалізації освітнього процесу та забезпечує досягнення результатів навчання за всіма освітніми компонентами освітньої програми. Виявлені ресурси не містять недоліків, які могли б перешкоджати формуванню визначених програмних результатів навчання. Освітній процес забезпечено комп'ютерною технікою з доступом до мережі Інтернет. Університет використовує ліцензовані продукти Microsoft (освітні ліцензії А1 та А3), що гарантує стабільне функціонування корпоративного цифрового середовища та підтримує досягнення результатів навчання за всіма освітніми компонентами. «Кабінет студента», розроблений працівниками ЗВО, працює на основі Microsoft 365 та SharePoint, забезпечуючи ефективну організацію освітнього процесу, комунікацію між учасниками та безперешкодний доступ до навчально-методичних матеріалів. Поряд із платформою Moodle в освітньому процесі використовуються інструменти цифрового маркетингу та аналітики (Meta Ads Manager, Power BI, Google Looker Studio, Canva тощо), а також програмне забезпечення з відкритим кодом для статистичного аналізу даних. Зазначене програмне забезпечення є достатнім і релевантним для формування компетентностей у сфері digital-маркетингу та маркетингових досліджень і не обмежує досягнення результатів навчання жодного з освітніх компонентів. Здобувачі мають повний доступ до бібліотечних ресурсів та електронного репозитарію, що забезпечує належний рівень навчально-методичної підтримки. В умовах воєнного стану університет ефективно забезпечує безперервність освітнього процесу шляхом використання дистанційних технологій, що не впливає негативно на досягнення результатів навчання. Наявна інфраструктура використовується кількома освітніми програмами; відсутність спеціалізованих лабораторій, орієнтованих виключно на маркетинг чи маркетингові дослідження, не є недоліком та не перешкоджає досягненню результатів навчання за жодним освітнім компонентом освітньої програми.

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

Університет «КРОК» забезпечує викладачам і здобувачам вищої освіти за ОП «Маркетинг» доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчальної, викладацької та наукової діяльності. Кожен учасник освітнього процесу має персональний обліковий запис у корпоративному цифровому середовищі університету, що функціонує на базі ліцензійних продуктів Microsoft (освітні ліцензії А1 та А3). Доступ до навчально-методичних матеріалів, комунікації та організації освітнього процесу забезпечується через Microsoft 365, SharePoint та платформу Moodle. Це дає можливість як очної, так і дистанційної взаємодії. Здобувачі та викладачі мають доступ до комп'ютерних аудиторій з підключенням до мережі Інтернет, а також до програмного забезпечення, що використовується під час реалізації освітніх компонентів (інструменти цифрового маркетингу, програмне забезпечення для статистичного аналізу даних тощо). Доступ до ресурсів може здійснюватися як у приміщеннях університету, так і віддалено. В університеті функціонує електронний репозитарій, до якого мають доступ здобувачі та викладачі. Також забезпечено доступ до фондів наукової бібліотеки та міжнародних відкритих наукометричних баз. Інформація про порядок користування інфраструктурою та електронними ресурсами доводиться до відома здобувачів і викладачів через офіційні канали комунікації та внутрішні нормативні документи. На думку ЕГ, доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів організовано належним чином і відповідає вимогам законодавства та потребам реалізації освітньої програми.

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

Університет «КРОК» вживає організаційних та інфраструктурних заходів для створення безпечного освітнього середовища та врахування потреб здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг». Під час огляду матеріально-технічної бази ЕГ підтвердила наявність облаштованого укриття, засобів оповіщення про повітряні тривоги,

вогнегасників у навчальних аудиторіях та на кафедрах, а також пожежних гідрантів у приміщенні університету. Функціонує пропускний режим у будівлі закладу та система відеоспостереження. Зазначені заходи спрямовані на забезпечення фізичної безпеки учасників освітнього процесу. ЕГ також оглянула пандус при вході до будівлі, встановила наявність обладнаних санітарних приміщень на першому поверсі для маломобільних груп. Університет регулярно проводить опитування здобувачів щодо їхніх потреб та умов навчання (що підтверджено під час зустрічі зі здобувачами). Результати опитувань враховуються при організації освітнього процесу та вдосконаленні комунікації зі студентами. Для підтримки ментального здоров'я функціонує психологічна служба, яка надає індивідуальні консультації та проводить заходи з психоемоційної підтримки. Здобувачі поінформовані про можливість звернення до відповідних служб. Наявність медичного пункту та спортивної інфраструктури створює умови для підтримки фізичного стану студентів. Послуги гуртожитку для здобувачів забезпечуються через договори оренди з іншими закладами вищої освіти. На думку ЕГ, освітнє середовище загалом створює умови для задоволення потреб здобувачів та підтримки їх фізичного і ментального благополуччя в межах реалізації освітньої програми.

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

В Університеті «КРОК» функціонує система освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг». Комунікація зі здобувачами здійснюється через корпоративне цифрове середовище (Microsoft 365, SharePoint), платформу Moodle, офіційний вебсайт, а також через інститут кураторства та Студентський офіс. За кожною академічною групою закріплено куратор, який забезпечує консультативну підтримку з питань адаптації до навчання, організації освітнього процесу та вирішення поточних академічних питань. Під час зустрічі зі здобувачами ЕГ було підтверджено доступність адміністрації та викладачів для комунікації. Інформаційна підтримка забезпечується через електронні кабінети, розміщення навчально-методичних матеріалів у Moodle, оперативне інформування через корпоративні канали зв'язку. Це дозволяє забезпечити належну підтримку здобувачів, зокрема під час використання технологій дистанційного навчання. Для підтримки фізичного здоров'я здобувачі мають доступ до спортивної інфраструктури (тренажерна зала) та медичного пункту. Психологічна підтримка здійснюється за участю фахівців факультету психології, які проводять індивідуальні консультації та тематичні тренінги (зокрема семінари з надання першої медичної та психологічної допомоги). Здобувачі поінформовані про можливість звернення за такою допомогою. Соціальна підтримка включає можливість участі в програмах академічної мобільності, наукових конференціях, діяльності органів студентського самоврядування, а також застосування гнучких підходів до оплати навчання у визначених випадках відповідно до внутрішніх положень університету. За результатами анкетувань здобувачів, а також під час зустрічей із ними, системних проблем у сфері комунікації чи організації підтримки не виявлено. Зауваження носять робочий характер і вирішуються в межах поточної взаємодії між здобувачами та адміністрацією. На думку ЕГ, університет забезпечує достатній рівень освітньої, організаційної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти в межах реалізації освітньої програми.

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

ЕГ встановлено, що Університет «КРОК» вживає заходів для забезпечення умов реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами в межах ОПП «Маркетинг» (<https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/yakist-osviti/inklyuzivne-navchannya-ta-dostupnist-osviti-v-universiteti-krok>). Під час огляду матеріально-технічної бази ЕГ підтвердила наявність пандуса при вході до навчального корпусу та обладнаних санітарних приміщень на першому поверсі. Водночас будівля університету не обладнана ліфтом, що обмежує самостійний доступ до навчальних приміщень на верхніх поверхах для осіб з порушеннями опорно-рухового апарату. За інформацією адміністрації, у разі потреби забезпечується супровід таких осіб. Крім того, спуск до укриття не обладнаний пандусом; адміністрація повідомила про намір усунути цей недолік. Також ЕГ зазначає про відсутність інформаційних табличок шрифтом Брайля. Адміністрацією ЗВО було повідомлено, що наразі ведеться виготовлення таких табличок. Освітній процес організовано з використанням цифрових платформ (Microsoft 365, Moodle, корпоративна електронна пошта), що забезпечує можливість дистанційного доступу до навчальних матеріалів та комунікації з викладачами, що є додатковим інструментом підтримки інклюзивності. Функціонує система психолого-педагогічної підтримки, передбачено можливість індивідуальних консультацій та супроводу. На момент проведення експертизи здобувачі з особливими освітніми потребами за ОПП «Маркетинг» не навчалися. На думку ЕГ, університет створює базові умови для реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами, водночас потребує подальшого удосконалення архітектурної доступності, зокрема забезпечення безперешкодного доступу до всіх навчальних приміщень та укриття.

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

Експертна група встановила, що в Університеті «КРОК» унормовано антикорупційні політики та процедури реагування на випадки конфліктних ситуацій, дискримінації, цькування та інших форм неетичної поведінки. Врегулювання конфліктних ситуацій здійснюється відповідно до Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій Університету «КРОК» (<https://www.krok.edu.ua/ua/dostup-do-publichnoji-informatsiji?task=weblink.go&id=904>). Окремо затверджені Заходи по запобіганню та протидії булінгу (https://library.krok.edu.ua/media/library/category/publiczna-informatsiya/2025_bullying.pdf). Зазначені документи оприлюднені на вебсайті університету та є доступними для ознайомлення всім учасникам освітнього процесу. Під час зустрічей зі здобувачами, представниками студентського самоврядування, випускниками та стейкхолдерами ЕГ не було повідомлено про випадки корупції, дискримінації, домагань або неетичного вирішення конфліктних ситуацій в межах реалізації ОПП «Маркетинг». Університетом передбачено можливість анонімного звернення через «скриньку довіри» та інші канали комунікації. Органи студентського самоврядування поінформовані про механізми реагування на конфліктні ситуації та можуть бути залучені до їх розгляду відповідно до встановлених процедур. Контроль дотримання етичних норм та принципів академічної доброчесності здійснюється під час проведення контрольних заходів та атестації здобувачів. На думку ЕГ, наявні нормативні документи та механізми реагування є доступними для учасників освітнього процесу та застосовуються послідовно під час реалізації освітньої програми.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП «Маркетинг» має достатній рівень відповідності за підкритеріями Критерію 7. Інфраструктура та організація освітнього середовища Університету «КРОК», що забезпечує реалізацію ОПП «Маркетинг», загалом створюють умови для досягнення програмних результатів навчання та формування професійних компетентностей здобувачів. Освітній процес підтримується функціонуванням комп'ютерних аудиторій, мультимедійного обладнання та використанням ліцензійних цифрових інструментів. В університеті сформовано цілісне корпоративне цифрове середовище на базі Microsoft 365 та SharePoint із функціонуванням електронних кабінетів здобувача та викладача, інтегроване з платформою Moodle. Це забезпечує системну організацію навчального процесу, комунікації та доступу до навчально-методичних ресурсів. Здобувачі та викладачі мають доступ до бібліотечних фондів, електронного репозитарію та відкритих наукометричних ресурсів. В університеті унормовані антикорупційні політики та процедури реагування на конфліктні ситуації, функціонує система консультативної та психологічної підтримки. Позитивні практики за критерієм: - Побудова та функціонування цілісного корпоративного цифрового середовища на базі ліцензійних продуктів Microsoft (A1/A3) з інтеграцією Microsoft 365, SharePoint та Moodle. - Запровадження електронних кабінетів здобувача та викладача як інструменту системної організації освітнього процесу, комунікації та доступу до ресурсів.

Недоліки

Архітектурна та навігаційна доступність будівлі університету є частково обмеженою (відсутність ліфта, безбар'єрного доступу до укриття, відсутність позначок шрифтом Брайля)

Рекомендації

Реалізувати удосконалення архітектурної та навігаційної доступності будівлі університету, зокрема забезпечити вертикальну доступність, безбар'єрний доступ до укриття та впровадження тактильних елементів навігації.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень B

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регулюються низкою Положень, зокрема Про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/viwfcm>), Про розроблення, оновлення та перегляд освітніх програм (<https://surl.li/vrvgtm>), Про внутрішню систему забезпечення якості освіти та освітньої діяльності (<https://surl.li/spolkw>), де визначено етапи підготовки проекту ОП, порядок її обговорення, залучення стейкхолдерів, ухвалення рішень на рівні кафедри та затвердження Вченою радою Університету, а також механізми

моніторингу результатів реалізації ОП. Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу ОП та НП для кожного рівня вищої освіти, спеціальності та форми навчання затверджуються Вченою радою (п. 2.4, п. 3.3.2) та підлягають моніторингу і періодичному перегляду (п. 3.1.2). Положення про розроблення, оновлення та перегляд ОП у п. 4 регламентує порядок розроблення та затвердження ОП. Відповідно до п. 4.2 основними етапами є: розгляд ОП на засіданні кафедри; розміщення проєкту ОП на сайті ЗВО; зовнішнє оцінювання програми (до проєкту ОП додається форма зворотного зв'язку); розгляд та затвердження ОП Вченою радою. У розділі 5 Положення визначено, що підставами для оновлення та перегляду ОП можуть бути зміни вимог стандарту вищої освіти та професійних стандартів; зміни стратегії розвитку ЗВО; висновки та пропозиції роботодавців; результати опитувань здобувачів освіти, випускників і роботодавців; результати внутрішнього та зовнішнього аудиту; рекомендації НАЗЯВО або незалежних агенцій оцінювання якості. Оновлення ОП ініціюється гарантом. До процесу моніторингу, перегляду та оновлення освітніх програм залучаються здобувачі освіти та інші стейкхолдери, зокрема успішні випускники, науково-педагогічні працівники Університету, провідні науковці галузі, представники компаній – потенційних роботодавців, викладачі практик і представники професійних асоціацій. Починаючи з 2022 року проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого рівня ВО виносився на громадське обговорення у 2023-2024 н.р. та у 2024-2025 н.р. (<https://surl.cc/nbevch>). У редакції ОП 2024 року збережено загальну структуру та обсяг програми порівняно з версією 2022 р. (<https://surl.li/nxufhl>), водночас оновлено зміст окремих освітніх компонентів. З навчального плану вилучено дисципліни «Вступ до фаху» та «Економіко-математичні методи та моделі», ОК «Маркетингові комунікації» трансформовано в ОК «Маркетингова комунікаційна політика», а також введено нові освітні компоненти «SMM-маркетинг», «Підприємницька діяльність», «Управлінський облік та аналіз» і «Грошово-кредитна система». Крім того, оптимізовано кількість курсових робіт та уніфіковано структуру вибіркового компонентів, що сприяло посиленню практикоорієнтованості підготовки здобувачів освіти. ЕГ констатує, що у ЗВО наявні формалізовані процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП, які є нормативно врегульованими та послідовно реалізуються в освітньому процесі.

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

Участь представників студентського самоврядування в процесах розроблення, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм регламентована п. 3.37 Положення про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/viwfcn>), а також розділом 5 Положення про розроблення, оновлення та перегляд освітніх програм (<https://surl.li/vrvgtg>). Зазначеними документами передбачено залучення здобувачів вищої освіти та представників органів студентського самоврядування до обговорення проєктів ОП і процедур забезпечення їх якості. В Університеті «КРОК» двічі на рік на загальноуніверситетському рівні проводиться анонімне «Соціологічне опитування», результати якого оприлюднюються на сторінці «Якість освіти» офіційного вебсайту ЗВО (<https://surl.li/hrojfa>). У розділі 1 анкети містяться запитання, що стосуються ОП, зокрема: «Чи враховується точка зору студентів щодо змін у змісті освітньої програми?», «Чи враховує адміністрація думку студентів при прийнятті рішень щодо організації освітнього процесу?», «Яким чином Ви можете впливати на зміст освітньої програми?» (стор. 8–9, <https://surl.li/shmgqv>). Водночас відповіді на ці запитання не диференційовані за освітніми програмами, що унеможливило визначення результатів саме щодо ОП «Маркетинг». Розділ 3 зазначеного опитування присвячений з'ясуванню думки здобувачів щодо актуальності та важливості освітніх компонентів, які вони вивчають. Однак, у звітах наведено узагальнені результати відповідей здобувачів усіх ОП і рівнів освіти, що не дає змоги ідентифікувати конкретні освітні компоненти, які стосуються ОП «Маркетинг». Під час зустрічей зі здобувачами вищої освіти (Зустріч 6), представниками органів студентського самоврядування (Зустріч 10), а також випускниками ОП (Зустріч 13) було підтверджено, що опитування в Університеті проводяться регулярно, вони є повністю анонімними, а запрошення до участі надходять через корпоративну електронну пошту. Інформацію щодо результатів проведених опитувань здобувачі не отримують. Представники студентського самоврядування також повідомили про наявність практики їх залучення до обговорення освітніх програм на етапі їх проєктування. Крім того, після проведення загальноуніверситетських опитувань двічі на рік у ЗВО організуються спільні зустрічі представників студентського самоврядування, активної студентської спільноти (старост груп та їх заступників, учасників наукового товариства, проєктних груп), завідувачів кафедр і керівників департаментів з метою аналізу результатів опитувань, їх обговорення та ухвалення управлінських рішень. Водночас конкретних пропозицій щодо покращення ОП «Маркетинг» з боку здобувачів вищої освіти та представників органів студентського самоврядування під час зустрічей з експертною групою висловлено не було. Експертною групою не встановлено фактів ігнорування або формального розгляду пропозицій здобувачів вищої освіти, оскільки механізми збору, аналізу та обговорення результатів опитувань є дієвими, а конкретних пропозицій від здобувачів не надходило.

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

Кафедра маркетингу та поведінкової економіки забезпечує системну взаємодію з роботодавцями та фахівцями-практиками з метою підтримання актуальності та практичної спрямованості ОП «Маркетинг». Залучення представників бізнесу здійснюється, зокрема, через їх участь у роботі проєктної групи ОП (фахівець навчального центру ТОВ «Епіцентр К»), участь у рецензуванні ОП, організації практичної підготовки здобувачів та професійних заходах кафедри. У рецензуванні ОП у 2024 році брали участь директор ТОВ «Про Едьюкейшн Груп», ФОП Коваленко І.В., директор ТОВ «Клопотенко». Усі рецензії мають позитивний характер та не містять зауважень або

пропозицій щодо змісту та структури ОП. Водночас пропозиції щодо вдосконалення ОП отримуються кафедрою через інші канали взаємодії з роботодавцями, зокрема під час робочих зустрічей, засідань кафедри, круглих столів, професійних заходів, а також у процесі безпосередньої співпраці гаранта ОП з роботодавцями. Під час зустрічей з ЕГ (Зустріч 13, Відкрита зустріч) роботодавці підтвердили тісну та регулярну співпрацю з кафедрою, а також свою залученість до освітнього процесу, зокрема при організації навчально-ознайомчої практики (керівник відділу маркетингу компанії «Флагман») та участі у науково-практичних конференціях і круглому столі «Маркетинговий мікс» (<https://surl.li/ofecuty>, <https://surl.li/vcyqod>). Представників роботодавців також запрошують на засідання кафедри (протоколи надані за запитом ЕГ). ЕГ відзначає, що опитування роботодавців здійснюються на загальноуніверситетському рівні, що дещо обмежує можливість отримання деталізованого зворотного зв'язку безпосередньо щодо конкретної ОП. Разом з тим, кафедра компенсує це шляхом активної неформальної взаємодії з роботодавцями та фахівцями-практиками. Пропозиції, отримані від роботодавців у ході зазначених форм взаємодії, були враховані під час оновлення ОП. Зокрема, у відповідь на запит щодо посилення мовної підготовки майбутніх маркетологів в ОП передбачено вибірковість вивчення англійської мови — загальний курс або курс за фаховим спрямуванням. Також переглянуто зміст ОК 31 «Маркетингова комунікаційна політика» з метою посилення підготовки здобувачів у сфері використання CRM-систем та управління клієнтським досвідом. Крім того, в оновленій ОП 2025 р. передбачено введення освітнього компонента «Digital-маркетинг», що відповідає актуальним запитам роботодавців. Під час зустрічі з експертною групою (Зустріч 13), а також Відкритої зустрічі представники роботодавців і академічної спільноти відзначили високий рівень підготовки здобувачів за освітньою програмою «Маркетинг». Випускники ОП (Зустріч 13) також підтвердили, що набуті під час навчання компетентності сприяли їх працевлаштуванню та є затребуваними у професійній діяльності. Експертна група дійшла висновку, що ЗВО здійснює регулярну та результативну співпрацю з роботодавцями і фахівцями-практиками та своєчасно реагує на пропозиції, отримані через різні канали взаємодії, з метою вдосконалення освітньої програми «Маркетинг».

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

Експертна група встановила, що в Університеті «КРОК» існує системна практика збору та аналізу інформації про кар'єрний шлях випускників ОП «Маркетинг». У ЗВО з 2007 року функціонує Асоціація випускників (<https://www.krok.edu.ua/ua/studentam/asotsiatsiya-vipusknikiv-universitetu-krok>), яка має сторінки в соціальних мережах Instagram (<https://www.instagram.com/alumni.krok/>) та Facebook (<https://www.facebook.com/alumni.krok>) і забезпечує підтримання професійних та комунікаційних зв'язків з випускниками. Крім того, в Університеті діє Центр розвитку кар'єри (<https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/pidrozdili/strukturni/tsentr-rozvitku-kar-eri>), який співпрацює з роботодавцями, сприяє залученню фахівців-практиків до освітнього процесу та підтримує здобувачів і випускників у питаннях працевлаштування. Випускники ОП «Маркетинг» (Зустріч 13) підтвердили, що підтримують постійний зв'язок із кафедрою через завідувача кафедри та гаранта ОП. Отримана в ході такого спілкування інформація використовується для оцінювання відповідності сформованих компетентностей вимогам ринку праці, коригування освітніх компонентів та вдосконалення освітньої програми. Разом із тим на сторінці ЗВО «Якість освіти» (<https://surl.li/hrojfa>) у розділі «Результати соціологічного опитування випускників» відсутні дані, виокремлені саме для випускників ОП «Маркетинг» першого рівня вищої освіти; наявні результати загальноуніверситетських опитувань за 2023–2024 рр. є узагальненими та не дозволяють отримати детальну інформацію щодо цієї програми. Типові траєкторії працевлаштування випускників охоплюють сфери маркетингу, продажів, комунікацій і підприємницької діяльності. Випускники підтвердили задоволеність рівнем підготовки та ефективністю комунікації з університетом (Зустріч 13), що свідчить про наявність і функціонування практики збирання, аналізу та врахування інформації щодо їхнього кар'єрного шляху.

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

Проведення моніторингу ОП в ЗВО регламентується Положенням про розроблення, оновлення та перегляд освітніх програм (<https://surl.li/vrvgtg>) та Положенням про внутрішню систему забезпечення якості освіти та освітньої діяльності (<https://surl.li/spolkw>). Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти та освітньої діяльності (п. 2) ЗВО здійснює моніторинг і періодичний перегляд ОП, забезпечує відкритість інформації про них та залучення стейкхолдерів. Відповідальність за своєчасність оновлення ОП покладено на завідувача випускової кафедри та гаранта освітньої програми. Підстави, учасники та порядок перегляду ОП визначені у розділі 5 Положення про розроблення, оновлення та перегляд освітніх програм. До моніторингу залучаються здобувачі освіти, випускники, роботодавці та інші заінтересовані сторони. Оцінювання ОП здійснюється з урахуванням актуальності змісту, потреб ринку праці та рівня задоволеності здобувачів освіти. Під час зустрічі з гарантом ОП (Зустріч 1) встановлено, що освітня програма «Маркетинг» переглядається щонайменше один раз на два роки. Для збору думок стейкхолдерів ЗВО двічі на рік проводить загальноуніверситетські опитування. Водночас аналіз оприлюднених звітів показав, що неможливо ідентифікувати результати в розрізі конкретної ОП, зокрема ОП «Маркетинг», що ускладнює відстеження управлінських рішень за результатами моніторингу. У ВСО зазначено, що за підсумками опитувань оновлюється перелік ОК і вибірових дисциплін, розширюється залучення роботодавців та посилюється інформування здобувачів щодо змісту ОП і принципів академічної доброчесності, однак ці заходи мають загальноінституційний характер і не конкретизовані щодо ОП «Маркетинг». 21 червня 2024 р. Постановою КМУ № 734 було запроваджено обов'язковий ОК «Теоретична підготовка БЗВП» на 2 курсі з 01.09.2025 р. Згідно з наданою інформацією, ОП «Маркетинг» була переглянута з урахуванням цієї вимоги, проте в ОП відсутня дата

перегляду та перезатвердження ОП. Крім того, Наказом МОН України від 13.06.2024 р. № 842 (п. 29) передбачено внесення змін до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», зокрема щодо розширення загальної компетентності ЗК 15. Зазначені зміни не були враховані під час перегляду ОП у 2024 році та у версії ОП 2025 року, що не було виявлено ВСЗАО. Окрім цього ВСЗАО не було виявлено недоліки, які стосуються Критерію 2, зокрема відсутність в структурі ОП інформації про форми здобуття ВО, некоректної форми підсумкового контролю за ОК "Навчально-ознайомча практика", Критерію 3 - відсутність попередніх версій ОП на сторінці кафедри, Критерію 6 - часткова відповідність деяких НПП ОК, які вони викладають, відсутність наукових публікацій у викладача ОК «Вища математика та теорія ймовірності» з 2019 року. ЕГ констатує, що ВСЗАО Університету «КРОК» формально регламентує проведення моніторингу ОП, однак не забезпечує повного й своєчасного реагування на зміни нормативно-правової бази, що свідчить про фрагментарність роботи СВЗАО.

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

Згідно ВСО, акредитація ОП "Маркетинг" відбувалася за спрощеною процедурою з ухваленням рішення про умовну (відкладену) акредитацію у 2024 році, тоому при перегляді ОП враховувалися рекомендації, надані під час акредитації інших програм Університету «КРОК». Під час зустрічі з адміністрацією ЗВО було зазначено, що за результатами попередніх акредитацій переглянуто ряд положень ЗВО, зокрема Положення про організацію освітнього процесу, з 2025 р. змінено шкалу оцінювання здобувачів.

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

ЕГ встановила, що в Університеті «КРОК» формування культури якості освіти ґрунтується на нормативно врегульованій внутрішній системі забезпечення якості та залученні членів академічної спільноти до процедур розроблення, моніторингу й періодичного перегляду ОП. Інституційними практиками, що формують культуру якості, є функціонування внутрішньої системи забезпечення якості, регламентованої Положенням про внутрішню систему забезпечення якості освіти та освітньої діяльності (<https://surl.li/spolkw>), Положенням про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/viwfcm>) та Положенням про розроблення, оновлення та перегляд освітніх програм (<https://surl.li/vrvgtm>). Зазначеними документами визначено порядок залучення академічної спільноти до процедур забезпечення якості, повноваження учасників освітнього процесу та механізми моніторингу ОП. Члени академічної спільноти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості на всіх етапах життєвого циклу освітньої програми. НПП, гарант ОП та завідувач кафедри беруть участь у розробленні, перегляді та оновленні освітніх компонентів, аналізі результатів навчання й ініціюють зміни за результатами моніторингу та зворотного зв'язку від стейкхолдерів. Починаючи з 2022 р. проект ОП «Маркетинг» двічі виносився на громадське обговорення у 2023–2024 та 2024–2025 н.р. (<https://surl.li/nbevch>). Здобувачі та представники органів студентського самоврядування залучені до процедур забезпечення якості відповідно до п. 3.37 Положення про організацію освітнього процесу та розділу 5 Положення про розроблення, оновлення та перегляд освітніх програм. Їх участь реалізується через участь у громадських обговореннях проектів ОП, регулярні загальноуніверситетські соціологічні опитування та спільні зустрічі з адміністрацією й керівниками структурних підрозділів. В Університеті двічі на рік проводиться анонімне соціологічне опитування здобувачів, результати якого оприлюднюються на сторінці «Якість освіти» офіційного вебсайту ЗВО (<https://surl.li/hrojfa>). Процеси внутрішнього забезпечення якості координуються відповідними структурними підрозділами Університету, тоді як випускові кафедри, завідувачі кафедр і гаранті освітніх програм відповідають за якість реалізації конкретних освітніх програм, їх змістове наповнення та відповідність стандартам вищої освіти й потребам ринку праці. Такий розподіл повноважень забезпечує поєднання централізованого управління якістю з автономією освітніх програм. Взаємодія між структурними підрозділами та академічною спільнотою здійснюється через засідання кафедр, громадські обговорення проектів ОП, аналіз результатів опитувань та ухвалення управлінських рішень. Разом із тим експертна група відзначає, що систематизація та оприлюднення результатів моніторингу у розрізі конкретних освітніх програм потребує подальшого розвитку. Загалом ЕГ дійшла висновку, що в Університеті «КРОК» наявні інституційні практики формування культури якості освіти, які сприяють постійному розвитку освітньої програми «Маркетинг».

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

За Критерієм 8 ОП повною мірою відповідає підкритеріям всім підкритеріям, окрім 8.5. Позитивними практиками ОП є наявна нормативна база, що регламентує всі етапи життєвого циклу ОП; проекти ОП виносяться на громадське обговорення; роботодавці залучені до проектної групи, практичної підготовки, професійних заходів; функціонують Асоціація випускників та Центр розвитку кар'єри, підтримується комунікація з випускниками; проводяться регулярні опитування здобувачів.

Недоліки

1) У ЗВО відсутня належним чином вибудована практика системного узагальнення та врахування пропозицій до ОП, що надходять із різних джерел (здобувачі, роботодавці, рецензенти). 2) У частині оновлених редакцій ОП не зазначаються дати внесення змін і перезатвердження, що ускладнює відстеження історії переглядів програми. 3) Внутрішня система забезпечення якості не в повній мірі виявляє проблеми реалізації ОП. Зокрема, під час експертизи за Критеріями 2, 3 та 6 встановлено часткову відповідність структури ОП п.9.1. ЗУ «Про вищу освіту», некоректність форми підсумкового контролю з ОК «Навчально-ознайомча практика» та часткову невідповідність НПП освітнім компонентам «Вища математика та теорія ймовірності», «Українська мова за професійним спрямуванням», «Статистика» (п. 37 Ліцензійних умов), відсутність попередніх версій ОП на сторінці кафедри. ЕГ вважає, що даний недолік не є критичним та може бути оперативно усунений.

Рекомендації

1) Гаранту ОП під час наступного перегляду підготувати та оприлюднити на сайті ЗВО узагальнений документ із пропозиціями, що надійшли від різних стейкхолдерів (здобувачів, роботодавців, рецензентів, за результатами засідань кафедри тощо), та результатами їх урахування або відхилення. 2) Гаранту ОП до завершення навчального року відобразити в редакції ОП 2024 року інформацію про дату її перегляду та перезатвердження. 3) ЗВО забезпечити відповідність структури ОП нормам законодавства. 4) ЗВО посилити внутрішній контроль за дотриманням Ліцензійних вимог та коректністю оформлення документації, що супроводжує реалізацію освітнього процесу. 5) ЗВО посилити контроль за розміщенням інформації на сторінках кафедр.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Експертна група встановила, що в Університеті «КРОК» визначені правила і процедури, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу за ОП «Маркетинг». Відповідні норми закріплені у Статуті університету, Правилах внутрішнього розпорядку, положеннях щодо організації освітнього процесу та інших локальних актах, що оприлюднені на офіційному вебсайті закладу (<https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/publicna-informatsiya>). Під час аналізу документації ЕГ підтвердила їх доступність у відкритому доступі. Права та обов'язки сторін освітнього процесу деталізуються також у договорах про надання освітніх послуг, які визначають академічні та фінансові зобов'язання закладу і здобувача. Процедури вирішення конфліктних ситуацій, апеляції результатів оцінювання та інші регламентовані механізми містяться у відповідних положеннях та є доступними для ознайомлення. Під час зустрічей зі здобувачами підтверджено поінформованість щодо порядку звернення та оскарження. Інформування учасників освітнього процесу про зміни у внутрішніх регламентах та організації навчання здійснюється через офіційний сайт і корпоративне цифрове середовище університету. На думку ЕГ, правила та процедури є визначеними, доступними для учасників освітнього процесу та застосовуються 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 вебсайті відповідний проєкт із метою отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін

Експертна група встановила, що Університет «КРОК» оприлюднює проєкти освітніх програм та зміни до них на офіційному вебсайті у розділі «Публічне обговорення» з дотриманням вимоги щодо розміщення не пізніше ніж за один місяць до їх затвердження Вченою радою (згідно протоколів засідань кафедри, наданих ЗВО). Під час аналізу вебресурсу ЕГ підтвердила наявність відповідних проєктів, зокрема: <https://www.krok.edu.ua/images/upravlinnya-yakisty/proekti-osvitnikh-program/osvtnja-programa-ma-bak-2021.pdf>, <https://www.krok.edu.ua/images/upravlinnya-yakisty/proekti-osvitnikh-program/op-marketynh-bakalavr-proekt-2025.pdf>. Однак проєктні програм, оприлюднені на сайті Університету не містять конкретної дати розміщення, що не дозволяє чітко розуміти, до якого часу ведеться громадське обговорення. Для отримання зауважень і пропозицій зацікавлених сторін передбачено можливість подання коментарів через спеціалізовану електронну форму або шляхом надсилання пропозицій на корпоративну

електронну пошту кафедри маркетингу та поведінкової економіки. За інформацією, наданою під час зустрічей зі здобувачами та стейкхолдерами, пропозиції щодо вдосконалення освітньої програми розглядаються профільною кафедрою та враховуються під час оновлення змісту окремих освітніх компонентів. Аналіз матеріалів самооцінювання підтверджує залучення представників бізнес-середовища до процесу вдосконалення програми. На думку ЕГ, механізм публічного обговорення освітньої програми функціонує, є доступним для заінтересованих сторін та відповідає встановленим вимогам.

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

Експертна група здійснила аналіз офіційного вебсайту Університету «КРОК» та встановила, що інформація про ОПП «Маркетинг» 2024 р. оприлюднена у відкритому доступі та представлена в обсязі, достатньому для інформування заінтересованих сторін. На сторінці освітньої програми (<https://www.krok.edu.ua/ua/navchalni-programi/fep/osvitnya-programa-marketing-bakalavr#osvitnya-programa-075-marketing-bakalavr>) розміщено освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, перелік освітніх компонентів, інформацію щодо можливостей формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів, а також інші документи, передбачені законодавством. Під час аналізу вебресурсу ЕГ не зафіксувала труднощів із пошуком основної інформації про освітню програму. Інформація представлена у форматах, придатних для перегляду та завантаження. Під час зустрічей зі здобувачами, роботодавцями та випускниками не було висловлено зауважень щодо недоступності або недостовірності інформації про освітню програму. За результатами аналізу ЕГ не встановлено фактів, що інформація на вебсайті вводить в оману вступників чи здобувачів. На думку ЕГ, заклад забезпечує відкритий доступ до інформації та документів відповідно до вимог законодавства, а інформація про освітню програму є оприлюдненою своєчасно та в достатньому обсязі.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Експертна група встановила, що в Університеті «КРОК» визначені та оприлюднені правила і процедури, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу, а також забезпечено відкритий доступ до інформації та документів відповідно до вимог законодавства. Проекти освітньої програми та зміни до неї своєчасно розміщуються на офіційному вебсайті з метою отримання зауважень і пропозицій заінтересованих сторін. Механізм подання пропозицій є доступним та функціонує. Інформація про ОПП «Маркетинг» (освітня програма у повному обсязі, навчальні плани, перелік освітніх компонентів, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії) представлена у відкритому доступі та не вводить в оману вступників і здобувачів. Загалом ОП відповідає всім підкритеріям Критерію 9.

Недоліки

Відсутність дати розміщення проектів освітніх програм на офіційному сайті.

Рекомендації

ЗВО при наступному розміщенні проектів освітніх програм чітко зафіксувати дату розміщення.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Критерій 10. Навчання через дослідження:

1. Зміст освітньо-наукової (освітньо-творчої) програми забезпечує повноцінну підготовку аспірантів (ад'юнктів) до розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-

інноваційної діяльності за відповідною спеціальністю (спеціальностями) та/або галуззю знань (галузями знань), володіння методологією наукової та педагогічної діяльності

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Шипуліна Юлія Сергіївна

Члени експертної групи

Робул Юрій Володимирович

Приймак Наталія Сергіївна

Мальнов Дмитро Валерійович