

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Освітня програма	16478 Промисловий маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	16478
Назва ОП	Промисловий 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	Зайцева Олена Іванівна, Ткаченко Наталія Борисівна, Легеза Дарья Георгіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	12.04.2021 р. – 14.04.2021 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://osvita.kpi.ua/node/620>

Програма візиту експертної групи <https://osvita.kpi.ua/node/620>

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

☐ Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

Під час роботи експертної групи у Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (надалі ЗВО) недостовірних відомостей у поданих для акредитації документах не виявлено. Експертами не було встановлено фактів про фіктивність освітнього процесу. Керівництво ЗВО та гарант освітньо-професійної програми (надалі ОПП) сприяли організації своєчасного та якісного проведення акредитації відповідно до затвердженої програми. На сайті ЗВО своєчасно була розміщена інформація про програму проведення акредитаційної експертизи та про організацію відкритої зустрічі для всіх бажаючих. Відповідно до сформованого запиту, ЕГ надані для ознайомлення всі необхідні документи, що підтверджують дані звіту про самооцінювання та є доказовою базою для обґрунтування висновків ЕГ. Освітній процес за ОПП «Промисловий маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у ЗВО здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та діючих Положень ЗВО: <http://marketing.kpi.ua/perelik-dystsyplin-dlia-bakalavriv.html>. Вся необхідна інформація щодо організації освітнього процесу та реалізації ОПП «Промисловий маркетинг» знаходиться у публічному доступі та спрямована на пошук напрямків удосконалення з урахуванням потреб ринку та вимог різних груп стейкхолдерів. Під час проведення акредитації ОПП «Промисловий маркетинг» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти у ЗВО, ЕГ встановлено, що ОПП відповідає стандарту ВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» відповідного рівня вищої освіти, діючим нормативно-правовим актам МОН України щодо провадження освітньої діяльності та внутрішнім нормативним документам ЗВО, які стосуються організації освітньої діяльності в рамках даної ОПП. Загальне враження від ОПП «Промисловий маркетинг» є позитивним. В Університеті існує рейтингова системи оцінювання результатів навчання. В екзаменаційних білетах містяться питання практичного характеру. Результати оцінювання здобувачів є в особистому доступі здобувача ВО в Електронному кампусі Університету та на корпоративній платформі дистанційного навчання. Університет застосовує програмний продукт для перевірки робіт на плагіат.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

ОПП має чіткі цілі, взаємопов'язані з місією та стратегією ЗВО та потужний склад науково-педагогічного персоналу. Відчувається результативна співпраця зі стейкхолдерами, врахування тенденцій розвитку ринку праці та досвіду аналогічних освітніх програм. ОПП насичена сучасними освітніми компонентами, характерними для Маркетингу 4.0. Враховуючи функціональні аспекти маркетингової діяльності на промисловому ринку до ОПП були введені додаткові фахові компетентності та програмні результати навчання. В ЗВО передбачена чітка та прозора процедура формування індивідуальної освітньої траєкторії на основі запропонованих дисциплін в загальноуніверситетському та фаховому каталогах. У ЗВО запроваджено позитивна практика консультації абітурієнтів здобувачами ВО. Керівництво ЗВО підтримує практику здобуття неформальної освіти і надає можливість здобувачам КПІ ім. Сікорського навчатися безкоштовно на платформі Coursera. В Університеті існує рейтингова системи оцінювання результатів навчання. В екзаменаційних білетах містяться питання практичного характеру. Індивідуальні результати оцінювання здобувачів є в особистому акаунті здобувача ВО в Електронному кампусі Університету та на корпоративній платформі дистанційного навчання. Університет застосовує програмний продукт для перевірки робіт на плагіат. Кафедра активно залучає зовнішніх стейкхолдерів до організації тренінгів, семінарів, науково-практичних конференцій. Керівництвом ЗВО активно підтримуються та матеріально заохочуються результати професійної активності НПП. Сформовано сприятливий морально-психологічний клімат, сучасні умови для навчання за ОПП. В КПІ ім. Ігоря Сікорського високий загальний рівень відкритості та популяризації університету, що є запорукою публічної довіри до його діяльності. Процедури, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу чітко визначені і оприлюднені на офіційному сайті університету та кафедри. Є інноваційні практики - проведення організації Всеукраїнського студентського кейс-змагання з маркетингу «Rising Industrial Marketing Stars»; функціонування Інформаційно-телекомунікаційної системи «Електронний кампус»; запровадження виконання здобувачами ВО реального проєкту на замовлення підприємства (Büro.MT), який контролюється з боку замовника на кожному етапі його реалізації.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

1. Мета та цілі програми не розкривають суспільні цінності, усвідомлену та відповідальну позицію фахівця-маркетолога. ЕГ рекомендує відобразити в меті та цілях ОПП її суспільне призначення і відповідальність. 2. В окремих семестрах передбачено викладання 9-ти та більше ОК, що може перевантажити здобувача під час навчання. ЕГ пропонує зменшити кількість ОК у розрізі семестрів до 8 одиниць. 3. ОК вибіркової складової обирається здобувачами за більшістю голосів в групі, а не індивідуально кожним здобувачем. При формуванні індивідуальної освітньої траєкторії, ЕГ рекомендує враховувати індивідуальний вибір здобувача та формувати студентську групу з тих здобувачів, що обрали такий курс. 4. В НП за більшістю ОК не дотримано вимоги внутрішнього положення про організацію освітнього процесу щодо відведення 50% загального обсягу навчального часу на самостійну роботу. ЕГ радить скорегувати та привести у відповідність до внутрішнього положення співвідношення аудиторної та самостійної роботи здобувачів. 5. У навчальному плані 2020 р. прийому не зазначено форму контрольних заходів з курсових робіт. ЕГ рекомендує розглянути можливість внесення форму контрольних заходів з курсових робіт до навчального плану 2020 та врахувати таке зауваження при формуванні навчального плану 2021 року прийому. 6. В екзаменаційних білетах критерії оцінювання здобувачів є недостатньо чіткими - відсутня шкала оцінки кожного питання. ЕГ пропонує до кожного питання екзаменаційного білету включити максимальну оцінку балів. 7. Здобувачі ВО недостатньо поінформовані про політику академічної доброчесності. ЕГ рекомендує включити в освітній процес обговорення кейсів щодо виявлення академічної недоброчесності та здійснювати моніторинг і розгляд виявлених випадків академічної недоброчесності. 8. Освітнє середовище в межах даної ОП не дозволяє

враховувати інтереси здобувачів ВО із особливими потребами та маломобільних груп населення. ЕГ рекомендує передбачити можливість облаштування освітнього простору та санітарної кімнати для здобувачів ВО із особливими потребами на першому поверсі. 9. Відсутність на сторінці кафедри Каталогу вибіркових дисциплін, не реалізована технічна можливість вибору освітніх компонент у форматі електронної анкети. ЕГ радить розмістити на сторінці кафедри Каталог вибіркових дисциплін та таблицю пропозицій стейкхолдерів.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

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

Перша редакція ОПП бакалавра «Промисловий маркетинг» була затверджена у 2018 році Вченою радою КПІ ім. Ігоря Сікорського (протокол №4 від 02.04.2018 р.). У 2020 році програму було оновлено, враховуючи Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (наказ МОН України від 05.12.2018 р. № 1343), досвід споріднених за освітніх програм вітчизняних та зарубіжних ЗВО, пропозиції стейкхолдерів, роботодавців, академічної спільноти і учасників освітнього процесу. Зміни та доповнення погоджено Науково-методичною комісією університету за спеціальністю 075 «Маркетинг» (протокол № 2/20 від 23.04.2020 р.) і введено в дію з 2020/2021 навчального року (наказ №1/231 від 08.07.2020 р.). ОПП розміщена на сайті кафедри промислового маркетингу, пройшла публічне обговорення (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennia.html>) і має чітко сформульовані цілі, що передбачають підготовку конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, здатних вирішувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми та системно оцінювати наслідки прийнятих рішень у сфері промислового маркетингу в умовах невизначеності із застосуванням сучасних економічних теорій та методів. Аналіз Стратегії розвитку КПІ ім. Ігоря Сікорського на 2020-2025 р.р., яку оприлюднено на сайті ЗВО (https://data.kpi.ua/sites/default/files/files/2020-2025-strategy_o.pdf), дозволив ЕГ зробити висновок про те, що цілі ОПП «Промисловий маркетинг» в цілому відповідають візії, місії, цінностями та стратегії університету і зосереджені на трансформації КПІ від моделі великого політехнічного інституту часів централізованої економіки до технічного дослідницького університету європейського освітньонаукового простору, адаптованого до інноваційної економіки четвертої промислової революції. Однак, ЕГ зазначає, що цілі програми не віддзеркалюють соціально-усвідомлену позицію та суспільну цінність. Тому що промисловий маркетинг - це відповідальність перед споживачами і суспільством за екологічно-чисту сировину, ресурсозберігаючі технології, загальну екологію виробництва, безпечну утилізацію відходів.

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

Цілі та програмні результати навчання ОПП сформовані на основі критичного розгляду і публічного обговорення різними групами внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів. На кафедрі створено Консультативну раду представників роботодавців з розвитку спеціальності як дорадчу структуру, задачею якої є консультування кафедри промислового маркетингу в контексті вимог ринку праці до компетенцій фахівців з маркетингу, рецензування освітніх програм кафедри, модифікації навчальних планів: <http://marketing.kpi.ua/pro-kafedru/konsultativna-rada-z-rozvitku-spetsialnosti.html>, для збору пропозицій від роботодавців на сайті кафедри розміщена анкета; <https://bit.ly/ztuvEYV>. Кафедра співпрацює з ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» у частині розроблення професійних стандартів, формування професійного середовища у сфері маркетингу в і, за ствердженням Генеральної директорки Асоціації Ірини Лилик на он-лайн зустрічі, освітня програма обговорювалася на конференції «Маркетинг в Україні». Також вона підтвердила, що співпраця з Асоціацією дозволила оптимізувати ОПП, врахувати сучасні тренди в теорії та практиці маркетингу в її освітніх компонентах. Представниця маркетингового агентства «Büro.MT» Денисюк Анастасія наголосила, що вони є інформаційним партнером дисципліни «Маркетингові дослідження», проводять гостьові лекції і на практичних заняттях замовляють здобувачам ВО реальні рекламні проекти. Співзасновниця діджитал агенції «МокСо» Тетяна Мокренко підтвердила, що надавала пропозиції щодо посилення програмних та діджитал-навичок в дисциплінах «Інформаційні системи і технології в маркетингу» та «Діджитал маркетинг» і вони були враховані. Директорка з маркетингу ТОВ «ЛІГА ЗАКОН» Холод Ірина надавала рекомендації щодо структури переддипломної практики, які також були враховані при формуванні ОП. В процесі розроблення ОПП було враховано думки здобувачів вищої освіти, які пропонували збільшити практичні заняття і посилити діджитал-наповнення дисциплін: <https://bit.ly/зесСnAqI> та випускників кафедри, які були зібрані шляхом опитування: <https://bit.ly/zej3gCK> і обговорені на ZOOM-конференції у квітні на засіданні кафедри, про що вони підтвердили під

час он-лайн зустрічей. На кафедрі активно функціонує Клуб випускників кафедри: <https://bit.ly/3efJ5Wu> і періодично представники клубу також долучаються до формування цілей, структури і наповнення ОПП освітніми компонентами. Таким чином, ЕГ мала змогу пересвідчитися, що залучення стейкхолдерів мало справжній, а не формальний характер.

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

Контекст, у якому існує ОПП, її цілі та програмні результати навчання у повній мірі відображають тенденції розвитку спеціальності та дозволяють випускникам програми бути конкурентоспроможними на галузевих ринках праці у промисловості, енергетиці, сфері діджитал-послуг, просування та реклами. ОПП насичена сучасними фаховими дисциплінами, характерними для Економіки 4.0, такими як «Діджитал маркетинг», «Електронна комерція», «Маркетингове інформаційне суспільство», «Маркетинговий аудит», «Інформаційні системи і технології в маркетингу», «Продаж та управління продажами» тощо. З метою посилення інноваційності, відповідності запитам ринку та тенденціям глобальної цифровізації в 2020 році в ОПП було введено нові дисципліни «Бізнес-комунікації» та розширено перелік вибіркових дисциплін: «Веб-дизайн в маркетингу», «Основи програмування в маркетингу з використанням R». Враховуючи те, що університети Києва, прилеглих регіонів, та інші університети України фахівців з промислового маркетингу не готують, то можна констатувати, що галуzeвий та регіональний аспекти цілком враховано. При формуванні ОПП було враховано досвід споріднених за спеціальністю вітчизняних та аналогічних іноземних програм. Оцінювання програм показало, що при їх формуванні вітчизняні університети орієнтуються на загальні маркетингові компетентності і ПРН, доповнюючи їх навичками у галузі управління виробництвом (приклад ОП «Маркетинг» НУ «Києво-Могилянська академія»). Було враховано ОПП «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» НУ «Чернігівська політехніка», яка спрямована на розвиток компетенцій, пов'язаних із роботою маркетолога в інтернеті та зосереджена на інтернет-комунікаціях, також використано досвід КНЕУ ім. Вадима Гетьмана (ОП «Маркетинг»), Одеського національного політехнічного Університету (ОП «Маркетинг»). Були досліджені і враховані програми іноземних університетів, таких як Манчестерський університет (курс «BSc Management (Marketing) with Industrial/Professional Experience», Університет св. Катерини, Мінесота, США (курс «Business-to-Business Sales — BA, BS»), Університет UNAD Florida, США (курс «Bachelor of Science In Commercial And Marketing Administration») та Lamar University, Техас, США (курс «BBA Marketing»). Урахування досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних програм спрямовано на підготовку високо компетентних, затребуваних ринком фахівців, спроможних побудувати успішну кар'єру на промислових і сервісних підприємствах України та за її межами.

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

ОПП відповідає змісту стандарту за спеціальністю 075 «Маркетинг» для бакалаврського рівня, затвердженого Наказом МОН №1343 від 05.12.2018 року. Матриця відповідності компетентностей та результатів навчання компонентам освітньої програми демонструє які освітні компоненти відповідають за реалізацію конкретних компетентностей та відповідних програмних результатів навчання. Порядок і логіка набуття компетентностей та ПРН відображена у структурно-логічній схемі ОПП. Виходячи зі спеціалізації до ОПП були введені додаткові ФК 15 (здатність проваджувати маркетингову діяльність на промисловому та спорідненими з ним ринках), ФК 16 (здатність враховувати техніко-економічні особливості підприємств, що працюють на промисловому ринку, у функціональній діяльності маркетолога), що відображають специфіку професійної діяльності маркетолога на промисловому ринку. Це обумовило введення до ОПП відповідного додаткового ПРН 19 (демонструвати знання особливостей промислового та споріднених з ним ринків, функціонування господарських суб'єктів на ньому, та враховувати це у функціональній діяльності маркетолога), а також розширення формулювань програмних результатів навчання (ПРН 3, ПРН 5, ПРН 7, ПРН 11). Всі решта ПРН, передбачені стандартом забезпечуються обов'язковими та вибірковими освітніми компонентами, що свідчить в цілому про досягнення результатів навчання. Таким чином, ЕГ підтверджує, що ОПП 2020 року розроблена у відповідності до діючого стандарту вищої освіти з урахуванням напрямку програми.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

ОПП має чіткі цілі, взаємопов'язані з місією та стратегією ЗВО, висококваліфіковану групу забезпечення та потужний склад науково-педагогічного персоналу. Відчувається реальна багатогранна та результативна співпраця із різними групами стейкхолдерів, системне врахування тенденцій розвитку спеціальності і ринку праці та досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм. ОПП насичена сучасними освітніми компонентами,

характерними для Маркетингу 4.0. Враховуючи функціональні аспекти маркетингової діяльності на промисловому та спорідненими з ним ринках до ОПП були введені додаткові фахові компетентності та програмні результати навчання.

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

Недоліки: 1. Мета та цілі програми не розкривають суспільні цінності, усвідомлену та відповідальну позицію фахівця-маркетолога. Рекомендації: 1. Відобразити в меті та цілях ОПП її суспільне призначення і відповідальність.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Є сильні сторони і недоліки. ОПП «Промисловий маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 1.2, 1.3, 1.4. За підкритеріями 1.1 є несуттєві недоліки, які можуть бути усунуті оперативним чином, зокрема, конкретизувати в меті ОПП соціально-усвідомлену позицію та відповідальність маркетолога.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

ОПП «Промисловий маркетинг» розроблена відповідно до Стандарту за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та внутрішнього Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/137>. Загальний обсяг ОП відповідає ст.5, п.4 Закону України «Про вищу освіту» і становить 240 кредитів. Обсяг обов'язкових компонент становить 180 кредитів ЄКТС (75%), що розподілені за блоками: цикл загальної підготовки (38,5 кредитів ЄКТС), цикл професійної підготовки (141,5 кредитів ЄКТС). Атестація, як окрема компонента в ОПП не виділена. Обсяг вибіркових компонент становить 60 кредитів ЄКТС (25%), що розподілені за блоками: цикл загальної підготовки (14 кредитів ЄКТС), цикл професійної підготовки (46 кредитів ЄКТС). Термін навчання за ОПП становить 3 роки і 10 місяців для очної денної і заочної форми здобуття освіти. Опрацювання ОПП, навчального плану та силабусів показало їх повну відповідність. Відповідно до навчального плану 2020 р. денної форми навчання щотижневе навантаження не перевищує 30 годин. Позитивною практикою ОПП є запровадження практики академічної свободи викладачів щодо визначення аудиторного навантаження у розрізі фахових освітніх компонент. На зустрічі із викладачами було наголошено про те, що викладач за узгодженням із завідувачем кафедри пропонує кількість лекційних та практичних занять. У ЗВО передбачено два види вибіркових компонент: ЗУ (загальноуніверситетські) та Ф (фахові). Під час зустрічі з викладачами та адміністративним персоналом було отримано інформацію, що здобувачі мають право обирати освітні компоненти, що викладаються на інших спеціальностях за згодою із завідувачем кафедри та деканатом. В ОПП (розд. 3, стор. 13 ОПП) та навчальному плані передбачено, що у першому, третьому та шостому семестрі викладається по 10 освітніх компонент, що потенційно може перевантажити освітній процес. У другому, четвертому, п'ятому та сьомому семестрах заплановано проходження по 9 освітніх компонент. Проте, на зустрічі із здобувачами було зазначено, що така кількість дисциплін за один семестр не навантажує і дозволяє повністю оволодіти запланованими професійними навичками. Відповідно до існуючого внутрішнього Положення, стандарту ВО, обсяг ОПП та окремих ОК відповідає вимогам законодавства, що підтверджено навчальними планами та відповідями під час зустрічей.

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

ОПП є структурованою у контексті загального часу навчання за семестрами і роками. Обов'язкові освітні компоненти у сукупності дозволяють досягти програмних результатів навчання, що підтверджено матрицею (розд. 3, стор. 13 ОПП). Під час зустрічі з викладачами та резервної зустрічі ЕГ констатує, що реалізації ОПП існує позитивна практика комунікації між викладачами, що викладають у різних семестрах та працюють на різних кафедрах. Викладачі міждисциплінарно узгоджують робочі програми та результати навчання у розрізі фахових

освітніх компонент. У структурно-логічній схемі окремі ОК, що є пререквізитами, викладаються в одному семестрі: вивчення ОК ПО10 «Програмне забезпечення» обумовлено оволодінням ПРН ЗО14 «Статистика», які паралельно викладаються в третьому семестрі. «Іноземна мова за професійним спрямуванням» передуює «Діджитал маркетинг», що викладаються одночасно в цьому семестрі. В структурно-логічній схемі, яка відображає обов'язкові ОК наведено ЗВ5 «Іноземна мова професійного спрямування». Однак, ОПП дозволяє досягти ПРН через вивчення комплексу дисциплін, які корелюються із загальними компетентностями. ОПП передбачено, що кожна загальна чи фахова компетенція здобувається як мінімум при вивченні двох дисциплін. Всі ПРН здобуваються при вивченні щонайменше п'яти обов'язкових дисциплін. Відповідно до проведених зустрічей із випускниками та здобувачами було зазначено, що всі передбачені освітні компоненти надають можливість досягнути заявлених результатів навчання та здобути необхідні фахові навички. Варіативні компоненти посилюють ПРН за ОПП, що підтверджено відповідями здобувачів, випускників та роботодавців, а також аналізом силабусів. Зміст ОПП має взаємопов'язану структуру, у сукупності дозволяє досягти заявлених цілей та ПРН, що підтверджено документально (ОПП, НП, силабуси) та відповідями під час зустрічей.

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

Зміст ОПП «Промисловий маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг». ОПП містить ОК, що розкривають особливості запровадження маркетингу на промислових підприємствах та у сегменті B2B: ПО2 «Промислове товаровзнавство», ПО3 «Інфраструктура товарного ринку», ПО11 «Промисловий маркетинг», ПО15 «Логістика в системі маркетингу підприємства». Назва ОПП відповідає пункту 2.4 Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/137> щодо припустимості ознак (ключових фраз) відповідних спеціальностей. Відповідно вказаного положення, ОПП передбачає цикл загальної підготовки та професійної підготовки (відповідає розд. 2, стор. 10). Відповідно до п. 1.4.10 Положення, ОПП передбачає єдиний комплекс освітніх компонент: навчальних дисциплін (відповідає циклам 1.1, 1.2, 2.1 та 2.2 ОПП), практик (відповідає ПО 31 «Переддипломна практика» та п. 1.1 Положення про Порядок проведення практики здобувачів вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського). В ОПП не передбачено освітніх компонент на проходження навчальної та виробничої практики, всі заявлені компетенції та ПРН здобуваються на переддипломній практиці, що не суперечить Положенню про порядок проведення практики здобувачів вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020: <https://osvita.kpi.ua/node/184>. Зміст ОПП відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності, що підтверджено документально (ОПП, НП, внутрішні положення ЗВО) та онлайн зустрічами.

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

Відповідно до діючого стандарту ВО в ОПП 075 «Промисловий маркетинг» передбачено 25% на вибіркові дисципліни, що становить 60 кредитів ЄКТС (відповідає 2.1 та 2.2 ОП «Цикл вибіркової освітні компоненти»). Можливість формування індивідуальної траєкторії освітнього процесу регламентовано наступними положеннями: Положення про організацію освітнього процесу, 2020 (Розд. 3., «Індивідуальна освітня траєкторія», стор. 7-8, <https://osvita.kpi.ua/node/39>, Положення про академічну мобільність КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020 (пп. 38-47, <https://osvita.kpi.ua/node/124>), Положення про визнання в КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті, 2020 (пп. 2.7-2.14 <https://osvita.kpi.ua/node/179>). Індивідуальна освітня траєкторія формується відповідно до діючого Положення про реалізацію права на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020, https://document.kpi.ua/files/2020_7-136.pdf. Відповідно до вказаного положення результат вибору навчальних дисциплін відображається в індивідуальному навчальному плані здобувача в розділі «Обрані дисципліни» (п. 1.12 Положення про реалізацію права на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського, та Положення про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020, <https://osvita.kpi.ua/node/117>). Індивідуальна траєкторія здобувача забезпечується на основі вибору дисциплін із загально університетського каталогу (ЗУ-Каталог) вибіркового навчальних дисциплін (<https://osvita.kpi.ua/node/118>) та фахового каталогу дисциплін (Ф-каталог надано за запитом). Процедура вибору дисциплін здійснюється за наступними етапами: ознайомлення із ЗУ каталогом та Ф-каталогом; здійснення вибору в системі «Електронний кампус»; формування навчальних груп, інформування студентів про повторний вибір дисципліни при неможливості формування груп з мінімальною кількістю слухачів; повідомлення студентів про підтвердження їх вибору. До ЗУ каталогу входять 18 дисциплін різногалузевого спрямування з інституціонального розвитку та 10 дисциплін спрямованих на розвиток особистісного потенціалу. Для здобуття фахових вибіркового компоненти студенти обирають 15 кредитів ЄКТС (I курс), 23 кредитів ЄКТС (II курс), 8 кредитів ЄКТС (III курс). Під час проведення фокус групи із здобувачами, всі присутні зазначили, що процес вибору дисциплін є чітким, зрозумілим, прозорим та відбувається у весняному семестрі. Проте, здобувачами було зазначено, що група формується шляхом голосування більшості в групі, що порушує вимогу до формування індивідуальної траєкторії кожного здобувача. Структура ОП передбачає процес формування та реалізації індивідуальної освітньої траєкторії, а процес вибору є зрозумілим та прозорим, що підтверджено документально діючими внутрішніми положеннями, каталогом дисциплін, результатами опитування та онлайн зустрічами.

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

Практична підготовка здобувачів ОПП здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу, 2020 (Розд. 4. Стор 11, <https://osvita.kpi.ua/node/39>); Положення про порядок проведення практики здобувачів вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020: <https://osvita.kpi.ua/node/184> та Методичних рекомендацій з питань організації практики студентів, 2018: <https://osvita.kpi.ua/node/13>. В ОПП передбачено 6 кредитів ЄКТС на переддипломну практику. Проте, отримана інформація з щоденників практик відповідає очікуванням роботодавців і дозволяє досягти заявлені в ОПП ПРН з проходження переддипломної практики. Відповідно до проведених груп, ЕГ зазначає, що протягом освітнього процесу активно використовується кейс метод для надання практичних навиків та ознайомлення з реальними ситуаціями, що виникали на підприємствах. На зустрічі із роботодавцями було зазначено, що практичний досвід студенти здобувають під час написання індивідуальних проектів (дисципліни ПО2 «Промислове товарознавство», ПО3 «Інфраструктура товарного ринку», ПО17 «Маркетингові дослідження», ПО23 «Статистичне забезпечення маркетингових досліджень») та участі в організації наукової конференції «В2В». ОП та НП передбачають практичну підготовку здобувачів через проведення практичних кейсів, індивідуальних завдань, зустрічей із роботодавцями, проходження переддипломної практики, що підтверджено документально діючими внутрішніми положеннями та онлайн зустрічами.

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

Студенти володіють основними сучасними Soft skills. Під час онлайн зустрічі з роботодавцями (Зустріч 6) ЕГ встановила, що у період навчання на ОПП «Промисловий маркетинг» здобувачі здобувають такі навички як мистецтво ведення переговорів, самопрезентація, самореалізація, індивідуальне навчання, комплексність вирішення проблеми, системне мислення, вміння стратегічно та комплексно підходити до прийняття рішень, самовідповідальність. На зустрічі співзасновник Діджитал агенції МокСо Тетяна Мокренко зазначила, що здобувачі недостатньо володіють навичками комунікації, на що група забезпечення своєчасно відреагувала та запровадила обов'язкову компоненту ЗО7 «Бізнес комунікації». Соціальні навички, що передбачені ОП (ЗК5 «Здатність проявляти визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків», ЗК11 «Здатність працювати в команді», ЗК12 «Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня» та ЗК14 «Здатність діяти соціально відповідально та свідомо») передбачені при викладанні ОК ЗО7 «Бізнес комунікації», ПО 11 «Промисловий маркетинг», ПО16 «Продаж та управління продажем», ПО22 «Маркетингові комунікації» під час розробки кейсів, виконанні групових та індивідуальних завдань. За результатами зустрічі з науково-педагогічним персоналом (Зустріч 2) та резервної зустрічі (Зустріч 10) встановлено, що викладачі використовують різноманітні методи навчання (екскурсії, презентації, конкурси, індивідуальні завдання, зустрічі з роботодавцями та випускниками) для формування соціальних навичок. На кафедрі запроваджено постійно діючу наукову конференцію «В2В», до організації якої залучені активні студенти за спеціальністю «Маркетинг», що потенційно формує у здобувачів такі навички як робота в команді та у прийнятті рішень у стресових ситуаціях, time management. На зустрічі із роботодавцями (зустріч 6) представник ТОВ «Лореаль Україна» зазначила, що протягом участі у міжнародній бізнес грі «Лореаль» здобувачі оволодівають навичками самовідповідальності, презентації та креативності. ОП передбачає набуття здобувачами соціальних навичок, про що підтверджено на онлайн зустрічах із стейкхолдерами.

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

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг» відсутній.

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

Загальний обсяг ОПП доорівнює 240 кредитів ЄКТС, навантаження на семестр становить по 30 кредитів ЄКТС та не більше 30 годин щотижня. Відповідно до навчального плану та ОП 2020 р. , у першому, третьому та шостому семестрі викладається по 10 освітніх компонент, а у другому, четвертому, п'ятому та сьомому семестрах заплановано проходження по 9 освітніх компонент. Проте, на зустрічі із здобувачами було зазначено, що така кількість дисциплін за один семестр не навантажує і дозволяє повністю оволодіти запланованими професійними навичками. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу, 2020 (п 4.6 стор 9, <https://osvita.kpi.ua/node/39>) навчальний час для самостійної роботи здобувачів становить не менше ніж 50% загального обсягу часу, передбаченого для самостійної роботи з вивчення дисциплін. Проте, за окремими дисциплінами такий пункт Положення порушується і на самостійну роботу відводиться менша кількість годин: ЗО4 «Іноземна мова» - 36 (20%) із 180 год.; ЗВ 5 «Іноземна мова за професійним спрямуванням» - 54 (30%) із 180 год.; ПО24 «Діджитал

маркетинг», ПВ2, ПВ3 ОК Ф каталогу – 33 (31,4%) із 105 год.; ЗО5 «БЖД та цивільний захист», ЗВ1-ЗВ4 ОК ЗУ каталог - 24 (40%) із 60 год.; ЗО10 «Математика для економістів» - 96 (40%) із 240 год.; ЗО 12 «Основи програмування», ПО14 «Інформаційні технології в маркетингу», ПО16 «Продаж та управління продажами», ПО17 «Маркетингові дослідження», ПО20 «Бізнес-прогнозування» - 36 (40%) із 90 год.; ПВ5 ОК Ф каталогу – 48 (40%) із 120 год.; ЗО6 «Основи економічної теорії», ЗО11 «Теорія ймовірності та математична статистика для маркетингу», ПО1 «Маркетинг» в інформаційному суспільстві, ПО7 «Маркетингова товарна політика», ПО9 «Поведінка споживачів», ПО11 «Промисловий маркетинг», ПО 21 «Маркетингові комунікації», ПВ4 ОК Ф каталогу - 63 (46,7%) із 135 год.; ПО4 «Маркетинг» - 189 (46,7%) із 405 год.; ПО25 «Маркетингове ціноутворення» - 63 (46,7%) із 135 год.; ЗО7 «Бізнес комунікації», ЗО8 «Макроекономіка», ПО2 «Промислове товарознавство», ПО 10 «Програмне забезпечення маркетингу», ПО23 «Статистичне забезпечення маркетингових досліджень», ПО27 «Міжнародний маркетинг», ПО29 «Маркетинговий аудит», ПВ9, ПВ 10 ОК Ф каталогу - 51 (48%) із 105 год. НП не відповідає внутрішньому Положенню про організацію освітнього процесу. Обсяг ОП відповідає фактичному навантаженню здобувачів, що підтверджено документально (НП, силабуси) та онлайн зустрічами.

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

У ЗВО розроблено Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020 р.: <https://osvita.kpi.ua/node/168>. Наразі дуальна форма навчання за даною ОПП не здійснюється. Кафедра промислового маркетингу проводить консультації зі стейкхолдерами (роботодавцями) щодо впровадження елементів дуальної освіти за професійними компонентами. На зустрічі із роботодавцями було зазначено про актуальність такої форми навчання та складність запровадження в реальному освітньому процесі, враховуючи особливості управління маркетинговими процесами. ОПП та НП передбачають можливість запровадження дуальної форми навчання, що підтверджено документально діючими внутрішніми положеннями, наявними договорами про дуальне навчання у ЗВО та онлайн зустрічами.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

Позитивною практикою ЗВО є надання академічної свободи викладачам щодо формування академічного навантаження за фаховими дисциплінами (кількість та співвідношення лекційних та практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи). ЗВО передбачена чітка та прозора процедура формування індивідуальної освітньої траєкторії на основі запропонованих дисциплін в загально університетському та фаховому каталогах.

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

Недоліки: 1. В окремих семестрах передбачено викладання 9-ти та більше ОК, що може потенційно перевантажити здобувача під час навчання. 2. ОК вибіркової складової обирається здобувачами за більшістю голосів в групі, а не індивідуально кожним здобувачем. 3. В НП за більшістю ОК не дотримано вимоги внутрішнього положення про організацію освітнього процесу щодо відведення 50% загального обсягу навчального часу на самостійну роботу. Рекомендації: 1. ЕГ рекомендовано зменшити кількість ОК у розрізі семестрів до 8 одиниць. 2. При формуванні індивідуальної освітньої траєкторії, ЕГ рекомендовано враховувати індивідуальний вибір здобувача та формувати групу з тих здобувачів, що обрали такий курс. 3. Скорегувати та привести у відповідність до внутрішнього положення співвідношення аудиторної та самостійної роботи здобувачів.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

Є сильні сторони і недоліки. ОПП «Промисловий маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 2.1; 2.2; 2.3; 2.5; 2.6 та 2.9. За підкритеріями 2.2; 2.4 та 2.8 є несуттєві недоліки, які можуть бути усунуті оперативно, зокрема: перенасиченість кількістю дисциплін у розрізі одного семестру, невідповідність внутрішньому положенню щодо відведення навчального навантаження на виконання самостійної роботи, а також принцип вибіркової базується на виборі групи максимальною кількістю голосів, а не індивідуально на бажанні кожного студента кожним студентом.

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

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

Правила прийому на навчання за ОПП розташована на сайті ЗВО у розділі «Вступ» <https://kpi.ua/rule-admission>. Відповідно до представлених документів під час зустрічі з працівниками структурних підрозділів (зустріч 8), ЕГ зазначає, що умови вступу є прозорими, логічними та публічними. В університеті активно проводиться Всеукраїнська олімпіада для учнів з предметів, які входять до складу ЗНО (<https://pk.kpi.ua/olimp-2021/>); організовані курси щодо здачі ЗНО за предметами спеціальності «Маркетинг», а також створена доуніверситетська підготовка у літні місяці під час яких абітурієнтам розповсюджується інформація про правила прийому. На сайті університету створена сторінка «Онлайн день відкритих дверей» (<https://kpi.ua/opendoors>) з посиланнями до чату, в якому будь який абітурієнт може задати питання представникам ЗВО. Як інноваційну практику ЗВО ЕГ зазначає запровадження он-лайн калькулятора на сайті університету (<http://pk.kpi.ua/calculator>), за допомогою якого абітурієнти можуть оцінити свою можливість до вступу за державне замовленням чи за контрактом. Також ЕГ зазначає, що при роботі приймальної комісії діє команда «супергероїв», яка складається із здобувачів спеціальностей (<https://pk.kpi.ua/superheroes/>), що може бути взірцевим прикладом для інших ЗВО. Для абітурієнтів із тимчасово окупованих територій працюють освітні центри «Донбас-Україна» та «Крим-Україна» (<https://pk.kpi.ua/donbass-crimea/>). Правила прийому є доступними, чіткими, зрозумілими, що підтверджено документально (Правила прийому, сайт ЗВО) та онлайн зустрічами.

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

Правила прийому на навчання повністю враховують особливості ОПП «Промисловий маркетинг» першого (бакалаврського) рівня. Для проходження конкурсного відбору вступники 2021 р. мають скласти ЗНО за предметами: українська мова та література (коєф. 0,3), математика (коєф. 0,45), Фізика або Іноземна мова, або Хімія, або Біологія, або Географія, або Історія України (коєф. 0,25) (<https://bit.ly/2RPdd3o>). Відповідно до Правил прийому, у 2021 р. приймаються сертифікати ЗНО 2018-2021 рр. Якщо як конкурсний предмет встановлено іноземну мову, вступник має право подавати оцінку із сертифікатів з однієї з іноземних мов (англійська, німецька, французька або іспанська) на власний розсуд. З приводу великого конкурсу, до ОПП «Промисловий маркетинг» за останні три роки не було зараховано здобувачів на основі ОКР «Молодший спеціаліст». Однак, в правилах прийому зазначається, що за наявності вільного місця абітурієнт може вступити до ЗВО, використовуючи сертифікати за 2018-2021 рр. Позитивною практикою ЗВО є розробка та розміщення на сайті каталогу вступнику, в якому наводяться всі особливості вступу на обрану спеціальність (<https://bit.ly/3ehEaV1>). Вивчення Програми прийому, тестових завдань, що представлені на сайті приймальної комісії показали відповідність особливостям ОП.

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

Правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, регламентуються наступними положеннями: Положення про академічну мобільність КПП ім. Ігоря Сікорського (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/124>; Порядок оформлення індивідуального навчального плану студентів, які беруть участь у програмах академічної мобільності (2015 р.) https://document.kpi.ua/2015_1-205; Положення про визнання іноземних документів про освіту (2015 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/123>; Положення про визнання в КПП ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/179>; Положення про сертифікатні програми (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/131>. За ОПП «Промисловий маркетинг» існує практика академічної мобільності студентів. Під час зустрічі із здобувачами (зустріч 4) було зазначено, що студенти навчалися за кордоном до карантину: Олександр Подольнян курси від BEST у Румунії та Польщі, Анастасія Курява, Jaume I, Castelló de la Plana, Valencia, Spain. НА ОПП існує практика визнання результатів навчання, у тому числі під час академічної мобільності, що підтверджено документально (внутрішніми положеннями та порядками) та під час онлайн зустрічей.

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

Правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регламентовані Положенням про визнання в КПП ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті (2020 р.):

<https://osvita.kpi.ua/node/179>, Положенням про сертифікатні програми (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/131>, що знаходяться у вільному доступі на сайті ЗВО у розділі «Освітній процес в КПІ ім. Сікорського». Згідно пункту 2.3-2.6 діючого положення, зарахування результатів неформальної освіти може бути здійснено за нормативними та вибірковими дисциплінами у межах 6 кредитів ЄКТС. Процедура визнання результатів передбачає: звернення здобувача із заявою до декану, створення предметної комісії, розгляд наданих документів та прийняття рішення відповідно до п.2.9 зазначеного Положення. На зустрічі із здобувачами (зустріч 4) з'ясовано, що за 2020 рік протягом карантину студенти активно брали участь у проходженні курсів на онлайн порталах Coursera та Prometheus (курси з англійської мови, макроекономіки, маркетингу, комунікацій, цифрового маркетингу). Участь у таких курсах враховано при здачі екзамену, заліку, або як частина модульного контролю на основі отриманих сертифікатів чи скріншотів курсів. Позитивною практикою ЗВО є оплата курсів на платформі Coursera на період карантину, що надає можливість здобувачам проходити курси безкоштовно.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

У ЗВО запроваджена взірцева практика консультацій абітурієнтів під час приймальної компанії: розташований онлайн калькулятор розрахунку вступного балу абітурієнту, надані консультації щодо вступу та умов навчання і проживання з боку «супергероїв» - здобувачів спеціальності, організовані центри допомоги «Донбас-Україна» та «Крим-Україна». На сайті університету у вільному доступі знаходиться «Каталог вступнику» в якому розкриті всі правила та особливості вступу за спеціальністю. Керівництво ЗВО підтримує практику здобуття неформальної освіти і надає можливість здобувачам КПІ ім. Сікорського навчатися безкоштовно на платформі Coursera, що є позитивним прикладом навчання в умовах карантину.

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

Слабкі сторони та недоліки відсутні

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Є сильні сторони і позитивні практики. ОПП «Промисловий маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 3.1; 3.2; 3.3; 3.4. Унікальною стороною ОПП є залучення здобувачів до процесу прийому на навчання та консультування абітурієнтів. У процесі конкурсного відбору та зарахування здобувачів використовується інноваційна практика розрахунку потенційних балів при вступі на ОПП за допомогою онлайн калькулятора та поширення каталогу спеціальностей в онлайн просторі. ЗВО надає можливість проходити навчання на платформі Coursera безкоштовно. Недоліки відсутні.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Згідно Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (2020 р.): <https://bit.ly/3amoj3b> основними видами навчання є лекція, лабораторна робота, практичне/семінарське заняття/комп'ютерний практикум, індивідуальне навчальне заняття/консультація (с.11, п.4.2 Положення). Згідно НП 2020 р. практичні заняття становлять 58% аудиторних годин (2088 год.). Індивідуальне заняття/консультація навчальним планом не передбачено. Опрацювання ЕГ силабусів дозволяє стверджувати, що методи навчання і викладання у повній мірі сприяють досягненню програмних результатів навчання. Під час спілкування зі здобувачами (Зустріч 4) та викладачами (Зустріч 2) отримано інформацію про використання таких методів навчання як обговорення кейсів, виконання індивідуальних та групових проектів, дискусії, рольові ігри, проведення гостьових лекцій; використання програми SPSS (продемонстровано під час резервної зустрічі), Google Analytics, Google Ads та інші. З 2016 року на кафедрі діють «Бізнесові студії», в рамках яких здобувачі ВО у позааудиторний час знайомляться з успішними маркетингологами, обмінюються думками та порадами. Починаючи з 2007 року, кафедра промислового маркетингу є організатором Всеукраїнського студентського кейс-змагання з маркетингу «Rising Industrial Marketing Stars»:

<https://bit.ly/3x26ovj>. Є нові авторські курси – Бізнес-комунікації (проф. Шульгіна Л.М.); Основи програмування в маркетингу із використанням R (доц. Писаренко Н.Л.). За професійними ОК викладачами кафедри видано навчальні посібники з маркетингу (проф. Зозульов О.В. у співавторстві), маркетингових досліджень (проф. Зозульов О.В., проф. Солнцев С.О.). Під час спілкування з працевлагодотвореннями (зустріч 6) президент ГО Української Асоціації маркетингу підкреслила вагомий внесок проф. Солнцева С.О. та проф. Зозульова О.В. у розроблення теоретичних і практичних засад маркетингових досліджень. Здобувачі, під час зустрічі, повідомили, що задоволені методами навчання на ОПП. Найбільш цікавими було відзначено участь у кейс-змаганнях. В Університеті повною мірою забезпечено студентоцентризований підхід та академічна свобода через врахування побажань здобувачів у виборі індивідуальних завдань та проектів, самостійне формування власної команди у кейс-змаганнях, вибір теми кваліфікаційної роботи, бази практики. Представлені університетом результати опитування здобувачів ВО показали, що 99% опитаних студентів вважають, що їх права академічної свободи були дотримані (с. 5): <https://bit.ly/3mTL8mY>.

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

Здобувачі мають вільний доступ до силабусів, які розміщені на сторінці кафедри: <https://bit.ly/3gwHtdN> (тільки обов'язкові освітні компоненти). У силабусах у повному обсязі зазначена інформація щодо змісту, програмних результатів навчання, порядок та критерії оцінювання. Доступ до платформи дистанційного навчання університету: <https://bit.ly/3ss6Lfa> та електронного кампусу: <https://ecampus.kpi.ua/>, де розміщено силабуси та інші навчально-методичні розробки мають виключно авторизовані користувачі. Під час резервної зустрічі було продемонстровано зазначені електронні ресурси університету. В університеті діє Положення про порядок реалізації студентами факультету менеджменту та маркетингу права на вільний вибір навчальних дисциплін (2020 р.): <https://bit.ly/3gl74WD>. Вибір дисциплін здійснюється за циклом загальної підготовки за загальноуніверситетським Каталогом: <https://kpi.ua/rule-2> та циклом професійної підготовки за факультетським Каталогом (Ф-Каталогом). На запит ЕГ (п. 5) університетом представлено Ф-Каталог вибіркових дисциплін циклу професійної підготовки для здобувачів ОС бакалавр ОП «Промисловий маркетинг» (2021 р.). За результатами опитування університетом здобувачів відповідної ОП, ЕГ отримано інформацію, що 96% опитаних здобувачів вважають, що порядок та критерії оцінювання навчання повністю чи достатньо справедливими. Опрацювання ЕГ силабусів підтверджує доступність та зрозумілість критеріїв оцінювання.

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

На запит ЕГ (п. 8) отримано Звіт про наукову діяльність викладачів кафедри та здобувачів ОП за 2019 та 2020 рр. Викладачі кафедри приймають участь в НДР «Стратегічне маркетингове управління підприємствами в умовах турбулентного середовища» (керівник: Солнцев С.О.); «Маркетинг стартап-проектів» (керівник: Гнітецький Є.В.). Результати роботи впроваджено у навчальний процес при викладанні ОК: «Маркетинг», «Статистичне забезпечення маркетингу», «Стратегічний маркетинг», «Бізнес-планування», «Інфраструктура товарного ринку». До виконання теми було залучено студентів бакалаврського рівня. За результатами наукових досліджень студентами захищено 10 бакалаврських робіт. У 2020 р. викладачами кафедри видано 2 монографії, 5 навчальних посібників. На факультеті діє Навчально-дослідницька лабораторія маркетингової аналітики та бізнес планування, в рамках якої кафедрою організовано науково-практичну конференцію «B2B Marketing»: <https://bit.ly/3gk6Jnq>; конференції за проектом «Європейські моделі бізнесу: трансформація, гармонізація та стратегічна реалізація в Україні». Поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньої програми відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей освітньої програми забезпечується у повній мірі.

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

Оновлення змісту силабусу здійснюється викладачами кафедри промислового маркетингу щорічно і відбувається за результатами стажування; участі у науково-практичних конференціях; виконання науково-дослідних робіт; опитування здобувачів та зовнішніх стейкхолдерів. Список рекомендованої літератури в силабусах включає власні праці викладачів університету. Наприклад, навчальні посібники «Маркетингові дослідження» (Солнцев С.О., Черненко О.В., 2020 р.), «Маркетингові комунікації» (Бажеріна К.В., 2020 р.), «Діджитал маркетинг» (Писаренко Н.Л., 2020 р.) та інші. Під час спілкування з викладачами кафедри, ЕГ отримано інформацію, що затвердження оновлених силабусів традиційно відбувається у червні поточного року спочатку на засіданні кафедри, потім методичною комісією факультету, тобто до початку наступного навчального року. Однак, у силабусах (табл. 1 Відомостей СО), наприклад, з ОК Маркетингове ціноутворення, Діджитал маркетинг, Маркетингові комунікації, Маркетингові дослідження ті з інших ОК дата ухвалення кафедрою промислового маркетингу - 18.09.2020 р., погодження методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу - 16.09.2020 р., що не відповідає інформації викладачів кафедри. Окрім оновлення змісту існуючих, викладачами кафедри розроблено нові освітні компоненти, наприклад, Мови програмування при роботі з BigData, Веб-дизайн в маркетингу, Основи

програмування в маркетингу із використанням R; Маркетингові метрики; Трейд маркетинг; Категорійний менеджмент. Зазначені ОК наявні в Каталозі вибіркових дисциплін. Активна науково-методична робота викладачів кафедри: <https://bit.ly/2QCrTSB>.

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

Міжнародне співробітництво університету відбувається на постійних засадах, на підставі двосторонніх договорів, у т.ч. за ініціативи факультету та кафедри. Згідно Звіту з міжнародної діяльності факультету менеджменту та маркетингу у 2020 році: <https://bit.ly/3ssrBmv> викладачі кафедри приймали участь у міжнародних грантових програмах: CEASC – Central European academy studies and certifications, Словаччина, Католицький Університет (Шульгіна Л.М.); індивідуальні гранти, США, Гарвардський університет (Писаренко Н.Л.). На кафедрі впроваджено міжнародні проекти Грантова угода № 2017-2173/001-002 Європейської освітньої програми ERAZMUS+ спільно з міжнародним фондом «Jean Monnet Found» та Виконавчим агентством з питань освіти, аудіовізуальних засобів і культури Європейського Союзу (01.09.2017 – 30.12.2020). Викладачі кафедри долучені до викладання в інших країнах, наприклад, Пічугіна М.А. - в Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie, Польща. Згідно табл. 2.15 Звіту кафедри про наукову діяльність за 2020 р., с. 29) викладачі та здобувачі ВО активно приймають участь у міжнародних освітніх заходах.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

На практичних заняттях, які є переважними за аудиторними годинами, використовуються активні методи навчання, такі як обговорення кейсів, виконання індивідуальних та групових проектів, дискусії, рольові ігри. Здобувачі ВО вміють використовувати сучасні програмні продукти для вирішення маркетингових завдань (SPSS, Google Analytics, Google Ads та інші). Університет є організатором науково-практичних конференцій та активно залучає здобувачів ВО до участі в них. Викладачів кафедри запрошують до читання лекцій в Польщі. Кафедрою розробляються нові авторські курси. Активна науково-методична робота кафедри, посібник з маркетингових досліджень є добре відомим у колі маркетологів та викладачів маркетингу. Інноваційним є організація кафедрою Всеукраїнського студентського кейс-змагання з маркетингу «Rising Industrial Marketing Stars».

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

Недоліки відсутні.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Недоліки відсутні, є сильні сторони та інноваційні практики. ОПП «Промисловий маркетинг» має високий рівень узгодженості за підкритеріями 4.1, 4.2 4.3, 4.4, 4.5. Є інноваційні практики: 1) організація Всеукраїнського студентського кейс-змагання з маркетингу «Rising Industrial Marketing Stars» з 2007 року; 2) на кафедрі діють «Бізнесові студії», в рамках яких здобувачі ВО у позааудиторний час знайомляться з успішними практиками маркетологів (підкритерій 4.1).

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

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

Оцінювання результатів навчання здобувачів здійснюється згідно з Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/32>, Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (2020 р.): <http://osvita.kpi.ua/node/37>. Основними видами контрольних заходів в Університеті є вхідний, ректорський, поточний, календарний та підсумковий. Атестація здобувачів ВО здійснюється згідно Положення про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів: <https://kpi.ua/diplom>. В Університеті існує рейтингова системи оцінювання результатів навчання (PCO). PCO з освітнього компонента здійснюється за 100 бальною шкалою. Особливістю зазначеної шкали є такий розподіл: 95-100 (відмінно); 85-94 (дуже добре), 75-84 (добре); 65-74 (задовільно); 60-64 (достатньо); менше 60 – незадовільно. Під час спілкування з викладачами, ЕГ було поставлено питання стосовно переводу балів в рамках програми академічної мобільності, оскільки в інших ЗВО оцінка «відмінно» може виставлятися за іншою шкалою – 90-100 балів. Заступником декана з наукової роботи-професором кафедри промислового маркетингу повідомлено, що оцінка визначається відповідно до шкали ЗВО, в якому навчався здобувач ВО. Опрацювання ЕГ силабусів ОК дозволяє стверджувати, що форми контрольних заходів та критерії оцінювання оприлюднені заздалегідь. У навчальному плані 2020 року прийому за такими ОК як Курсова робота (ПО 5, ПО 8, ПО 12, ПО 18, ПО 22) форма контрольних заходів не визначена. Однак, у силабусах з відповідних ОК формою контрольних заходів зазначено залік. Під час спілкування зі здобувачами ВО, ЕГ отримано інформацію, що форми контрольних заходів, рейтингова система оцінювання є зрозумілою. Результати оцінювання здобувачів є в особистому доступі в Електронному кампусі та на корпоративній платформі дистанційного навчання.

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

Згідно ОПП, навчального плану, атестація здобувачів вищої освіти в університеті здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає вимогам Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 “Маркетинг” для першого (бакалаврського) рівня підготовки.

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

ЕГ через електронну систему Національного агентства звернулася за запитом прикладів екзаменаційних білетів з освітніх компонент: Маркетинг; Фундаментальний маркетинг; Маркетингові дослідження; Поведінка споживачів (п. 6 Запиту). Перші три питання екзаменаційних білетів включає теоретичні питання. Четверте і п’яте – є питаннями практичного характеру (міні-ситуація або розрахункова задача). До кожного завдання екзаменаційного білету не вказано максимальну кількість балів, яку може отримати здобувач ВО за виконання окремого завдання в екзаменаційному білеті. В екзаменаційних білетах відсутні тестові завдання. Під час спілкування зі здобувачами, ЕГ повідомлено, що екзаменаційні білети, зазвичай, містять тільки теоретичні питання. Здобувачі ВО ознайомлені з процедурою оскарження результатів контрольних заходів, що визначено Положенням про апеляції в КПІ ім. Ігоря Сікорського (2020 р.): <https://kpi.ua/regulations-8-6>, Положенням про вирішення конфліктних ситуацій (2020 р.): https://osvita.kpi.ua/2020_7-170. Під час онлайн зустрічі ЕГ зі здобувачами, відкритої зустрічі не заявлено скарг щодо необ’єктивності викладачем оцінювання знань. Процедура повторного проходження контрольних заходів здобувачам ВО (п. 8 Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського): <https://osvita.kpi.ua/node/32> є зрозумілою, про що було зазначено під час зустрічі зі здобувачами ВО.

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

Регламентуючими документами Університету з розвитку культури академічної доброчесності та запобігання плагиату є: Кодекс честі КПІ ім. Ігоря Сікорського (2015 р.), Положення про систему запобігання академічному плагиату (2020 р.), Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності КПІ ім. Ігоря Сікорського (2015 р.): <https://kpi.ua/academic-integrity>. Як інструмент протидії порушення академічної доброчесності, при написанні курсової роботи, кваліфікаційної роботи, індивідуального проектного завдання використовується програма Unicheck, що підтверджено наданими Університетом звітами на прикладі курсових та кваліфікаційних робіт здобувачів відповідної кваліфікації (п. 7 запиту ЕГ). Здобувачі, під час спілкування з ЕГ, підтвердили інформацію про те, що курсові та кваліфікаційні роботи перевіряються на плагиат відповідальним викладачем на кафедрі та переглядаються комісією кафедри. ЕГ констатує факт, що не всі здобувачі ВО цілком розуміють політику академічної доброчесності. Один зі здобувачів вважає, що плагиат є допустимим у певних %-их межах. Здобувач,

скоріше за все, мав на увазі рівень унікальності тексту, про що експертною групою було надано роз'яснення здобувачеві.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

В Університеті існує рейтингова системи оцінювання результатів навчання. В екзаменаційних білетах містяться питання практичного характеру. Результати оцінювання є в особистому доступі здобувача ВО в Електронному кампусі Університету та на корпоративній платформі дистанційного навчання. В Університеті застосовується програмний продукт для перевірки робіт на плагіат, діє Комісія з питань етики та академічної доброчесності.

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

Недоліки: 1. У навчальному плані 2020 р. прийому не зазначено форму контрольних заходів з курсових робіт. 2. В екзаменаційних білетах критерії оцінювання здобувачів є недостатньо чіткими - відсутня шкала оцінки кожного питання. 3. Здобувачі ВО недостатньо поінформовані про політику академічної доброчесності. Рекомендації: 1. Розглянути можливість внесення змін до навчального плану 2020 року прийому та зазначити форму контрольних заходів з курсових робіт. При формуванні навчального плану 2021 року прийому врахувати зазначене зауваження. 2. До кожного питання екзаменаційного білету включити максимальну оцінку балів. 3. В освітній процес включити обговорення кейсів щодо виявлення академічної недоброчесності. Здійснювати моніторинг та розгляд виявлених випадків академічної недоброчесності, у т.ч. таких як: погані практики цитування, недбайливе цитування, сфабриковані посилання, фальсифікація даних, необ'єктивне оцінювання та ін.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання. Правила проведення контрольних заходів включають процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження результатів і повторного проходження. Результати оцінювання здобувачів є в особистому доступі в Електронному кампусі та на корпоративній платформі дистанційного навчання. Є несуттєві недоліки, пов'язані з тим, що в екзаменаційних білетах відсутня шкала оцінки кожного питання, однак, мають питання практичного характеру і дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компоненту. Здобувачі ВО не у повній мірі обізнані питаннями академічної доброчесності, однак, випадків порушення академічної доброчесності на ОПП Комісією з питань етики та академічної доброчесності не зафіксовано. Таким чином, є сильні сторони і несуттєві недоліки. ОПП «Промисловий маркетинг» має повну відповідність за підкритерієм 5.2. За підкритеріями 5.1, 5.3, 5.4 є несуттєві недоліки, які можуть бути оперативно усунені.

Критерій 6. Людські ресурси:

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

Гарантом ОПП є Кубишина Надія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу. Кубишина Н.С. має вищу освіту за спеціальністю «Політекономія», тема дисертації на здобуття вченого звання кандидата економічних наук «Економічний закон відшкодування споживчих засобів виробництва в умовах інтенсифікації виробництва» та публікації за напрямом маркетингової товарної політики. За результатами роботи з документами, що були запитані додатково (п.14, 15), було встановлено, що результатом підвищення кваліфікації є свідоцтва, отримані у ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів» та Навчально-методичний комплекс «Інститут післядипломної освіти» КПІ Ігоря Сікорського», загальним обсягом 109 год. В освітній процес підготовки здобувачів за ОПП «Промисловий маркетинг» залучено викладачів 3-х факультетів (менеджменту та маркетингу, лінгвістики, біомедичної інженерії) та інституту енергозбереження та енергоменеджменту. Всі НПП, що залучені до реалізації ОПП мають понад 3 наукові публікації, що відповідають тематиці дисциплінам, які ними викладаються. Середній вік НПП, що викладають обов'язкові ОК становить 45,8 років, 70,6% - жінки. Науковий ступінь доктора наук та

вчене звання професора мають 4 викладача (11,8%), науковий ступінь кандидата наук та вчене звання доцента – 16 викладачів (47,0%). Аналіз фахових наукових публікацій НПП, методичної літератури, розробленої кафедрою промислового маркетингу, а також результати роботи з документами (пп. 14-15) та відповіді на зустрічах з НПП (зустріч 2) показали високий рівень «кваліфікації» викладачів, що забезпечують освітній процес за ОП «Маркетинг». На зустрічі із здобувачами (Зустріч 4) та випускниками (зустріч 7) було підтверджено достатній рівень фаховості викладачів та задоволення студентами рівнем викладання навчальних дисциплін. Особливо студенти відмічали фаховість та професіоналізм Писаренко Н.Л., Черненко О.В., Лебеденко С.О., Зозульова О.В. Академічна та професійна кваліфікація викладачів, залучених до реалізації ОПП відповідає заявленим цілям, що підтверджено документально (відомості самоаналізу, додатково надані документи, інформація сайту кафедри) та під час онлайн зустрічей.

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

При конкурсному відборі викладачів, ЗВО керується наступними документами: Наказом № 7-173а від 29.09.2020 Про затвердження порядку проведення конкурсного відбору: https://document.kpi.ua/2020_7-173a, Наказом 1/249 від 03.08.2020 «Про поновлення проведення конкурсів на заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників»: <https://bit.ly/3dyQHUB>, Рекомендаціями щодо визначення строків укладання контрактів з НПП (без зазначення терміну): <https://osvita.kpi.ua/node/375>, Порядком розрахунку приведеного контингенту кафедри (2003): <https://osvita.kpi.ua/node/15>, Тимчасовим положенням щодо визначення рейтингу НПП (2009 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/30>, Нормами бального оцінювання діяльності НПП (2020 р.): <https://osvita.kpi.ua/node/30>. Всі вищезазначені документи знаходяться у вільному доступі. У Положенні про порядок заміщення посад науково-педагогічних працівників чітко і структуровано прописано порядок проведення конкурсного відбору, який відповідає чинному законодавству України. Під час зустрічі із викладачами (зустріч 2), керівництвом (зустріч 3) та представниками структурних підрозділів (зустріч 8), ЕГ було встановлено що процедури конкурсного добору викладачів у цілому є прозорими, об'єктивними та дозволяють забезпечити необхідний рівень професіоналізму претендентів. Основними критеріями відбору кадрів є наступні: стаж науково-педагогічної роботи; наявність наукових ступенів та вчених звань; наукові публікації у фахових вітчизняних виданнях; наявність наукової тематики, що фінансується за рахунок госпдоговорів; участь у науковій тематиці, у тому числі виконання «ініціативних» наукових тем за останні 5 років; наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus або Web of Science Core Collection; наявність виданого навчального посібника, підручника або монографії за останні 5 років. В цілому, процедури конкурсного добору НПП є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП, що підтверджено документально (внутрішні положення, накази та порядки ЗВО) та під час онлайн зустрічей.

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

Позитивною практикою ЗВО є активна підтримка реалізації ОПП «Промисловий маркетинг» з боку роботодавців. До організації освітнього процесу залучаються роботодавці із різних секторів економіки. До обговорення ОПП були залучені директор з маркетингу ТОВ «Ліга: Закон» Ірина Холод, Президент ГО «Українська асоціація маркетингу» Ірина Лілик, директор департаменту дистрибуції ТОВ «Єврокар» Володимир Максименко, директор ТОВ «Бюро Маркетингових Технологій» Назар Алі, директор ТОВ «Торговий дім «Санітарний щит України» Маргарита Дітріх. Вищесказані представники надали свої пропозиції щодо покращення ОПП 2020 р. Відповідно до результатів зустрічі із випускниками (зустріч 7) було зазначено їх активну участь у консультативній роботі майбутніх випускників через соціальні мережі (зокрема закритого каналу Telegram та сторінки Facebook). На зустрічі із роботодавцями (зустріч 6) було зазначено, що покращення ОП програми відбувається за рахунок залучення здобувачів під час навчання на курсах та участі в професійних заходах. Співзасновниця Діджитал агенції МокСо Тетяна Мокренко організувала 3-х місячний курс з SMM технологій; Мусевич Ярослава, представниця ТОВ «ЛОРЕАЛЬ Україна» зазначила, що студенти брали участь у бізнес грі «Лореаль». Також роботодавцями було підкреслено, що інтерактивною площадкою для комунікації фахівців та здобувачів є організована кафедрою Міжнародна конференція «B2B». Проривним для запровадження ОПП є представлення структури та сутності ОП на конференції, що була організована ГО «Українська асоціація маркетингу», де були присутні понад 100 спеціалістів з маркетингу, про ще було наголошено президентом ГО «УАМ» Іриною Лілик під час зустрічі із роботодавцями.

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

Залучення роботодавців до освітнього процесу є позитивною практикою ОПП «Промисловий маркетинг». Роботодавці активно залучаються як голови та члени комісії з захисту кваліфікаційної роботи. Під час зустрічі з роботодавцями (Зустріч 6) було визначено, що до переддипломної практики залучаються такі підприємства: Діджитал агенції МокСо, ТОВ «Умка-Україна», Маркетингове агентство «Віго.МТ», ТОВ «ЛІГА ЗАКОН», ТОВ «Орімі Україна». Представники вказаних підприємств також залучаються до процесу організації практики як консультанти від виробництва. На резервній зустрічі (зустріч 10) та на зустрічі із роботодавцями (зустріч 6) було

поширено інформацію про запровадження інноваційної індивідуальної роботи студентів за дисципліною «Маркетинговий менеджмент» через залучення підприємства в якості «інформаційного партнера». Представниця маркетингового агентства «Büro.MT» вказала, що індивідуальне завдання студента максимально наближено до реального проекту, який включає до себе наступні етапи: завдання - рецензія - тендер – замовлення - підрядник. На зустрічі 4 всі здобувачі підкреслили актуальність та зацікавленість у виконанні цього завдання. Також роботодавці залучаються до проведення аудиторних занять. Представник рекрутингового агентства ТОВ «Хедхантер» Віктор Пилипенко читав лекції про ринок праці та формування ефективного резюме. Ярослава Мусевич зазначила, якщо раніше ТОВ «Лореаль Україна» пропонував теми лекцій, то сьогодні викладачі та здобувачі самостійно формують актуальний перелік тем лекцій та практичних занять для представників ТОВ «Лореаль Україна». Наявна співпраця та участь роботодавців в освітньому процесі в межах ОПП «Промисловий маркетинг» має високу результативність, про що було зазначено на зустрічах з усіма стейкхолдерами.

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

НПП, що залучені до реалізації ОПП є членами ГО «Українська асоціація маркетингу». Відповідно до рейтингу викладачів, ЗВО підтримує та зараховує результати стажування та участі у всеукраїнських та міжнародних професійних заходах. На зустрічі із викладачами (Зустріч 2) було зазначено, що викладачі постійно підвищують свій рівень фаховості та професійності в інших установах та організаціях: Юдіна Н.В програма «Коран-сервіс» (ПП «Фабрика Рішень»); Царьова Т.О., програма «Сучасний університет в системі європейської освіти» (Вища Соціо-економічна школа в Пшеворську, Польща). Унікальною практикою є участь НПП в міжнародних програмах та стажуванні: Пишнограєв І. Міжнародний навчальний семінар з питань використання масиву даних «Scientific Big Data Sharing and Publication for Developing Countries» (Пекин, Китай); Шульгіна Л.М., стажування у Ченстоховському технологічному університеті; Писаренко Н.Л., вища освіта «Digital marketing: Customer engagement, social media, planning & analytics», (Колумбійська бізнес школа, США), навчання у Вищій школі менеджменту (Сінгапур), навчальна в онлайн-ініціативі «Data Science: Wrangling», (Школа Гарварду, США), науково-педагогічне міжнародне стажування «Міжнародні проекти: написання, апрікування, управління та звітність» (Центральноєвропейська Академія Навчань та Сертифікації (CEASC) у співпраці з Університетом Суспільних наук (UNS), м. Лодзь, Польща). Викладач кафедри промислового маркетингу Шульгіна Л.М. залучена до реалізації програми Еразмус та є керівником проекту «Європейські бізнес-моделі: трансформація, гармонізація та впровадження в Україні» №587138-EPP-1-2017-1-UA-EPPJMO-MODULE, на підставі договору, підписаного між Національним технічним університетом України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» Виконавчим Агентством з питань освіти, культури та аудіовізуальних засобів Європейської Комісії (IACEA).

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

Механізм мотивації та стимулювання персоналу реалізується відповідно до Колективного договору КПІ ім Сікорського (2020-2021 pp.): <https://profkom.kpi.ua/kolektivniy-dogovir-2020-2021-rr/>, Тимчасового положення щодо визначення рейтингу НПП (2009 p.): <https://osvita.kpi.ua/node/30>, Норм бального оцінювання діяльності НПП (2019 p.): <https://osvita.kpi.ua/node/30>. В нормах бального оцінювання діяльності НПП передбачено максимальні рейтингові бали (понад 300 балів): за розроблення та затвердження освітніх програм, отримання звання академіка Національної академії наук, захист дисертації доктора наук, продаж ліцензії на суму більше ніж 100 тис грн., організація проведення наукових конференцій, симпозіумів та форумів, робота у складі приймальної комісії університету. В університеті запроваджено матеріальний фонд щодо стимулювання публікації видань відповідно до Положення про конкурс на здобуття премій КПІ ім. Ігоря Сікорського за кращі видання (2021 p.): <https://science.kpi.ua/wp-content/uploads/Polozhennya-pro-konkurs.pdf>. Для переможців передбачено наступне матеріальне заохочення: I премія – 80 тис грн., II премія – 50 тис грн., III премія – 40 тис грн. ЕГ переконала, що заклад вищої освіти стимулює розвиток НПП задіяних в реалізації ОПП, що підтверджено документально (внутрішні положення ЗВО) та під час онлайн зустрічей.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Позитивною практикою ОПП є постійний контакт із роботодавцями через організацію тренінгів, семінарів, міжнародних конференцій. Існує тісний зв'язок між здобувачами, випускниками та роботодавцями під час проведення конференції "B2B", що є щорічною та організовується НПП кафедри промислового маркетингу. На ОПП запроваджена унікальна практика виконання індивідуального завдання як реального проекту на замовлення підприємства (Büro.MT у 2020-2021 навчальних роках). Виконання проекту здобувачами контролюється з боку замовника на кожному етапі його реалізації. Керівництвом ЗВО активно підтримуються та матеріально заохочуються результати публікаційної активності НПП.

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

Слабких сторін та недоліків немає

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Є сильні сторони, унікальні практики, недоліки відсутні. ОПП «Промисловий маркетинг» має повну відповідність щодо професійної кваліфікації викладачів та процедури їх конкурсного відбору. Практично всі викладачі мають міжнародний досвід науково-педагогічної роботи. При запровадженні та реалізації ОПП задіяні роботодавці та інші стейкхолдери, які комунікують із здобувачами через організовані фахівцями тренінги, всеукраїнські конференції та бізнес конкурси. На ОПП запроваджена інноваційна практика щодо набуття практичних навиків за допомогою виконання індивідуального завдання здобувача на замовлення роботодавця. Унікальною практикою є обговорення ОПП, її сутності та структури серед фахівців з маркетингу на конференції Української асоціації маркетологів.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Оцінювання достатності ресурсного забезпечення ОПП підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» в контексті цілей та програмних результатів навчання ЕГ здійснювалося шляхом попереднього ознайомлення з презентацією матеріально-технічного забезпечення та використання відеозв'язку в режимі реального часу, який забезпечувався гарантом Кубишиною Н.С., викладачем даної ОПП Гнітецьким Є.В. та здобувачами ВО першого і третього курсу. На основі представленої інформації в презентаціях, відомостях про самооцінювання та відеозв'язку ЕГ вдалось пересвідчитись, що навчальний процес здійснюється у першому корпусі, який містить аудиторії для проведення лекційних та практичних занять з переносними проекторами та екранами, комп'ютерний клас (аудиторія 193-а) на 16 робочих місць, приміщення кафедри (аудиторія 256-а). На кафедрі працюють наукові гуртки, проводяться конференції, Бізнес-студії. Бібліотека обладнана комп'ютерами з безкоштовним виходом в Інтернет, Wi-Fi, загальний бібліотечний фонд становить 2582999 примірників, 48069 електронних ресурсів та внутрішній депозитарій, доступ до фондів електронної бібліотеки: <https://www.library.kpi.ua>, до наукометричних баз та електронного архіву ELAKPI: <https://ela.kpi.ua>. Навчально-методичне забезпечення наявне у доступі на базі інформаційного середовища «Електронний Кампус»: <https://ecampus.kpi.ua>, який пов'язаний із платформою дистанційного навчання «Сікорський»; <https://www.sikorsky-distance.org/>, сайтами всіх підрозділів, електронним розкладом: <http://rozklad.kpi.ua>. На даний момент навчання проводиться онлайн з використанням зазначеної дистанційної освітньої платформи, електронної пошти, телеграм-каналу та Zoom-середовища, що було підтверджено на онлайн-зустрічах 1, 2, 3, 4, 5, 8. В межах університету діють органи студентського самоврядування, Центр розвитку кар'єри, Наукове товариство студентів та аспірантів. Потреба студентів у гуртожитках забезпечує усіх бажаючих, прохід у гуртожиток здійснюється за електронними перепустками, крім житлових приміщень на кожному поверсі є хол для спілкування, занять танцями, ранковими руханками, спортом.

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

Науково-педагогічні працівники та здобувачі ВО користуються інфраструктурою університету на безоплатній основі. За результатами онлайн-інтерв'ювання було встановлено, що доступ викладачів та здобувачів вищої освіти до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОПП, є безкоштовним, в бібліотеці та гуртожитку забезпечено вільний доступ до мережі Інтернет, що підтверджено на зустрічі 2 з науково-педагогічним персоналом, зустрічі 4 зі здобувачами ВО та зустрічі 5 з представниками студентського самоврядування (день 1).

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

КПІ ім. Ігоря Сікорського є сучасною платформою навчально-дослідної діяльності, зі сталою інноваційною культурою і студентоцентрикованими цінностями. Психологічний клімат сприяє набуттю студентами фахової зрілості, спроможності до творчої ініціативи, самостійних досліджень, «hard, soft skills.» та досвіду комунікації. ЕГ вважає освітнє середовище КПІ є безпечним для життя та здоров'я і таким, що дозволяє здобувачам за даною ОП задовольнити їхні потреби та інтереси. Здобувачі і випускники ОП зацентрували увагу на довірчих і партнерських взаємовідносинах із викладачами, можливостях різноманітної позаосвітньої діяльності. У вільному доступі для здобувачів є Студентська соціальна служба, відкритий простір «АРТ-Вежа» для задоволення соціокультурних потреб та гармонійного розвитку здобувачів, простір спільної студентської наукової творчості «Белка», сучасний спорткомплекс та спортивні майданчики, комплекс харчування, Центр культури та мистецтв. В межах університету, згідно Стратегії розвитку на 2020-2025 рр.: <https://kpi.ua/2020-2025-strategy>, сформовано цілісний комплекс інституцій та заходів, орієнтований на забезпечення комфортних та безпечних умов для здоров'я, проживання, навчання, дозвілля студентів, що діє на території КПІ та у Студмістечку: <https://studmisto.kpi.ua>. Безпека освітнього середовища і Студмістечка підтримується департаментом безпеки: https://kpi.ua/security_department, який патрулює територію університету разом з поліцією, здійснює відеоспостереження. Захистом та профілактикою здоров'я здобувачів ОП опікується студентська поліклініка: <https://kpi.ua/d-9>, психологічну допомогу студентам надає Студентська соціальна служба: <http://sss.kpi.ua>. Студмістечко обладнане всім необхідним для безпечного та комфортного проживання: є пральня, хімчистка, продуктові магазини, диско клуб, кав'ярня, аптека.

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

Освітня підтримка здобувачів в контексті питань, що стосуються організації навчання, викладання і соціальної підтримки, реалізується через викладачів кафедр, співробітників деканату та сервісні структурні підрозділи. Підтримка здійснюється шляхом доведення до здобувачів ВО інформації про порядок вивчення дисциплін через е-Кампус: <https://ecampus.kpi.ua>, у цей процес інтегровані електронні площадки університету: <https://kpi.ua>, факультету: <http://fmm.kpi.ua>, та кафедри: <http://marketing.kpi.ua>). Комунікації здійснюються через телеграм-канали деканату і кафедри, сторінки кафедри промислового маркетингу в соцмережах: <https://www.facebook.com/marketingkpi>. В університеті діє інститут кураторства: <https://kpi.ua/curator-about>; активно працюють органи студентського самоврядування: https://kpi.ua/r-students_government; Наукового товариства студентів та аспірантів: <https://kpi.ua/ntsa>; профкому студентів: <https://studproffkom.kpi.ua>; Центру розвитку кар'єри: <http://rabota.kpi.ua> та інші загальноуніверситетські підрозділи: <https://kpi.ua/structure>, спрямовані на всебічну підтримку здобувачів. Юридична, правова і соціальна підтримка здобувачів забезпечується юридичною клінікою «Defendo»: <http://defendo.kpi.ua> та Студентською соціальною службою: <http://sss.kpi.ua>. На зустрічі здобувачі (зустріч 4) та представники студентського самоврядування (зустріч 5) засвідчили достатній рівень задоволеності.

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

З метою реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами та інших маломобільних груп населення в КПІ розроблені відповідні документи: Порядок супроводу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в університеті: http://document.kpi.ua/2018_1-21, Положення про організацію інклюзивного навчання: https://document.kpi.ua/files/2020_7-175.pdf. І хоча гарант і група забезпечення стверджують, що особи з особливими освітніми потребами не навчаються за даною ОП, ЕГ констатує факт відсутності пандусів, спеціальних ліфтів та туалетних кімнат для потенційних здобувачів з такими потребами.

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

В КПІ попередження та врегулювання конфліктних ситуацій пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією базуються на дотриманні загальнонаціональних нормативних актів та внутрішніх документів, а саме: Положення про організацію освітнього процесу в університеті: <https://kpi.ua/regulations>; Кодекс честі: <https://kpi.ua/code>, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки для осіб, що працюють і навчаються в університеті; Вченою радою університету затверджена антикорупційна програма: <https://kpi.ua/program-anticor>. Для всіх учасників освітнього процесу університету чітко визначено політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій. Профілактикою конфліктних ситуацій і роз'яснювальною роботою займається Студентська соціальна служба: <http://sss.kpi.ua>, куратори, викладачі кафедри, працівники деканату. Проведене незалежне дослідження соціологічною службою університету «Соціоплюс» показало, що 100% опитаних не стикалися з випадками корупції, і сексуальних домагань дискримінації під час процесу навчання. Під час зустрічі з ЕГ здобувачі (зустріч 4) та представники студентського самоврядування (зустріч 5) підтвердили цю інформацію і висловили високий ступінь довіри викладачам та керівництву університету.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Наявних матеріально-технічних ресурсів та навчально-методичного забезпечення достатньо для професійного, фізичного, соціального та духовного розвитку здобувачів вищої освіти за даною ОП. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів закладу вищої освіти для учасників навчального процесу є вільним та безкоштовним. Освітнє середовище в університеті є безпечним і комфортним для освітньої діяльності та позааудиторного життя здобувачів. Сформовано сприятливий морально-психологічний клімат, інноваційна атмосфера та сучасні умови для навчання за даною освітньою програмою.

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

Недоліки: 1. Освітнє середовище в межах даної ОП не дозволяє враховувати інтереси здобувачів ВО із особливими потребами та маломобільних груп населення, зокрема, ЕГ констатує відсутність при вході в навчальний корпус пандусу, спеціальних ліфтів, відсутність санітарної кімнати для здобувачів ВО із особливими потребами. Рекомендації: 2. Передбачити можливість облаштування освітнього простору та санітарної кімнати для здобувачів ВО із особливими потребами на першому поверсі.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Є сильні сторони і недоліки, ОПП «Промисловий маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 7.1, 7.2, 7.3, 7.4, 7.6. За підкритерієм 7.5 є недоліки, що можуть бути усунені: відсутність пандусів, відсутність санітарної кімнати для здобувачів ВО із особливими потребами.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Процедура розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП здійснюється згідно Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (2020 р.) https://document.kpi.ua/files/2020_7-165.pdf, Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм: <https://osvita.kpi.ua/node/137>. ОПП 2018, 2019, 2020 рр. оприлюднені на сторінці кафедри: <http://marketing.kpi.ua/perelik-dystsyplin-dlia-bakalavriv.html>. Проект ОПП оприлюднено для громадського обговорення: <https://bit.ly/ztuvEYV>. Після громадського обговорення ОПП з урахуванням отриманих зауважень та пропозицій погоджується Науково-методичною комісією Університету. Оновлення ОПП відбувається щорічно, про що було повідомлено під час зустрічі з викладачами, що забезпечують освітній процес за ОПП. Університет, за запитом ЕГ (п. 4), надав протокол засідання кафедри, в якому зафіксовано обговорення пропозицій стейкхолдерів (витяг з протоколу засідання кафедри промислового маркетингу від 20.04.2020 р. № 1-о/20).

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

Під час інтерв'ювання здобувачів, ЕГ отримала інформацію, що їхнє залучення до процесу періодичного перегляду ОПП відбувається через щосеместрові опитування в Електронному кампусі, що проводить НДЦ прикладної соціології «Соціоплюс»; участь представників органів студентського самоврядування до складу вченої ради факультету і Вченої ради КПП, Під час спілкування зі здобувачами ВО, ЕГ отримала підтвердження інформації щодо пропозицій включення в ОК питань SMM, SEO, діджитал маркетингу, інструментів Facebook, Google, вивчення

графічного дизайну, роботи з Photoshop. Кафедрою враховано пропозиції здобувачів у проєкті ОПП за рахунок включення нових вибіркових ОК.

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

Кафедра промислового маркетингу тісно співпрацює з ГО «Українська Асоціація Маркетингу», ТОВ «Бюро Маркетингових Технологій», ПрАТ «Єврокар», компанією L'Oreal. За результатами співробітництва з зовнішніми стейкхолдерами кафедрою обговорено такі пропозиції (п. 4 запиту ЕГ, витяг з протоколу засідання кафедри промислового маркетингу від 20.04.2020 р. № 1-о/20): посилення здатності щодо формування та презентації планів/проєктів/результатів роботи; формування мети проєкту та оцінювання результату; налагодження комунікацій з респондентами; здатності швидко навчатися новим цифровим технологіям. Під час спілкування ЕГ з працедавцями (Зустріч 6) учасниками фокус-групи підтверджено факт надання зазначених пропозицій. Працедавці відзначили, що взаємодія з викладачами та здобувачами ВО за ОПП «Промисловий маркетинг» носить серйозний та постійний характер.

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

Під час відкритої зустрічі ЕГ спілкувалася з випускницею кафедри промислового маркетингу, яка є представником Клубу випускників та адміністратором закритої FB-групи випускників кафедри промислового маркетингу. Клуб випускників кафедри промислового маркетингу був заснований у 2000 р. У 2006 р. засновано бізнес-клуб випускників зазначеної кафедри. У 2016 р. створено FB-групу, в яку входить 543 членів-випускників кафедри промислового маркетингу. Група була створена для обміну досвідом, пошуку партнерів, інформування про вакансії та допомоги у працевлаштуванні. У групі проводяться опитування випускників за формою анкети викладачів кафедри, учасники діляться історіями успіху, запрошуються на гостьові лекції викладачами кафедри промислового маркетингу, які також є учасниками групи. З 2020 р. учасники групи запрошуються до обговорення ОПП, навчального плану, навчальних програм, Випускники ОПП «Промисловий маркетинг» працюють в 19-ти країнах світу - Україна, США, Польща, ОАЕ, Німеччина, Франція, Нова Зеландія, Чилі та інші. Під час зустрічі резервної зустрічі, завідувач кафедри промислового маркетингу повідомив, що випускники ОПП працюють в таких компаніях як Богдан, Оболонь, Київстар, Хенкель, Ковальська, Епіцентр та інші. За результатами співробітництва кафедрою обговорено пропозиції випускників (п. 4 запиту ЕГ, витяг з протоколу засідання кафедри промислового маркетингу від 20.04.2020 р. № 1-о/20): поглибити вивчення MS Office та 1С; збільшити економічні та правові дисципліни; посилити навички «soft skills».

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

В Університеті до системи забезпечення якості університету залучені: ректорат; Науково-методична комісія Університету; навчально-науковий центр прикладної соціології «Соціоплюс»; навчально-методичний відділ; факультет; НМК кафедри; викладачі, що забезпечують реалізацію ОПП; Рада студентського самоврядування; здобувачі ВО; випускники ОПП. В Університеті проводяться опитування абітурієнтів, здобувачів ВО, викладачів, випускників, працедавців щодо задоволеності освітнім середовищем ЗВО, якістю викладання, кар'єрною траєкторією випускників. Здобувачі ВО під час інтерв'ювання повідомили ЕГ, що результати їх опитування враховуються. На зустрічі ЕГ з викладачами, заступником декана повідомлено, що суттєвих недоліків на ОПП не виявлено. Є інноваційна практика функціонування Інформаційно-телекомунікаційної системи «Електронний кампус»: <https://ecampus.kpi.ua/>, який було продемонстровано під час резервної зустрічі. В системі розроблені віртуальні кабінети за профілями користувачів: студент, викладач-науковець, методист кафедри, завідувач кафедри, декан факультету, інші структурні підрозділи, адміністрація. Є модулі: «Поточний контроль», «Методичне забезпечення», «Куратор», «Узагальнені опитування», «Навантаження», «Деканат», «Екзаменаційно-залікова відомість», «Рейтинг викладача», «Рейтинг здобувача», «Архів документів» і т.п. Електронний кампус дозволяє автоматично формувати звіти, наприклад, з навчальної роботи викладача, кафедри, факультету, університету.

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

Акредитація ОП є первинною.

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

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» славиться видатними випускниками: <https://kpi.ua/scientists>, активно впливає на майбутнє українського суспільства і держави. Адміністрація Університету сприяє розвитку ОПП. Всі учасники освітнього процесу, з якими спілкувалася ЕГ, поділяють корпоративні цінності ЗВО, є повноцінними партнерами освітнього процесу. Викладачі, здобувачі ВО, випускники, партнери пишаються Університетом. В КПІ фактично склалася ефективна внутрішня система забезпечення якості, підтвердженням якої є залучення усіх учасників та стейкхолдерів освітнього процесу до формування культури якості. Рекомендації стейкхолдерів враховуються при щорічному оновлення викладачами освітніх компонент та перегляді ОПП; до занять та освітніх заходів (кейс-змагань) запрошуються провідні фахівці з маркетингу; результати опитування стейкхолдерів обговорюються на засіданні кафедри. Система опитування здобувачів ВО є дієвою. Пропозиції здобувачів щодо включення питань діджиталізації маркетингу знайшли своє відображення у розробці нових авторських вибіркового освітніх компонент. Університетом у 2012 р. розроблено автоматизовану систему управління освітнім процесом; функціонує АІС «Електронний кампус»; є електронний архів освітніх і наукових матеріалів Університету ELAKPI. Згідно міжнародного рейтингу uniRank 2021 University Rankings: <https://www.4icu.org/ua/public/> КПІ є лідером серед закладів ВО України за показниками веб-аналітики. Університет є популярним, користуються довірою партнерів. В Університеті сформованість культура якості, яка сприяє постійному розвитку освітньої програми та освітньої діяльності.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

ОПП переглядається щорічно. Всі пропозиції стейкхолдерів обговорюються на засіданні кафедри. Здобувачі ВО та випускники є повноцінними партнерами ОПП. Взаємодія з працевлаштувачами носить серйозний та постійний характер. Інноваційним є функціонування функціонування Інформаційно-телекомунікаційної системи «Електронний кампус», в який інтегровано всі структурні підрозділи ЗВО та автоматично формуються узагальнені результати опитування всіх учасників освітнього процесу; звіти з навчальної роботи викладача, кафедри, факультету, університету.

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

Недоліки відсутні.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Повна відповідність критерію, відсутність недоліків. Внутрішня система забезпечення якості КПІ є ефективною; всі учасники освітнього процесу є повноцінними партнерами освітнього процесу. Випускники ОПП «Промисловий маркетинг» працюють в 19-ти країнах світу, у т.ч. США, Польщі, Німеччині, Франції. Згідно міжнародного рейтингу uniRank 2021 University Ranking КПІ є лідером серед закладів ВО України за показниками веб-аналітики. Інноваційним є Інформаційно-телекомунікаційна система «Електронний кампус», в рамках якої здійснюються електронні комунікації між інтегрованими в систему структурними підрозділами ЗВО; електронні опитування здобувачів ВО, викладачів, працевлаштувачів; автоматично формуються звіти з навчальної роботи викладача, кафедри, факультету, університету.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Процедури, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу визначаються нормативними документами КПІ і оприлюднені на офіційному сайті університету та кафедри: Статут <https://kpi.ua/statute>, Кодекс честі, Правила внутрішнього розпорядку, Положення про організацію освітнього процесу, Положення про

планування та облік педагогічного навантаження викладачів, Положення про поточний календарний та семестровий контроль, Положення про систему внутрішнього забезпечення якості ВО: http://marketing.kpi.ua/files/про_кафедру/Офіційні_документи_та_посилання_2020_3_правками_23_11_20.pdf), Колективний договір: <https://profkom.kpi.ua/kolektivniy-dogovir-2020-2021-rr/>, Положення про кафедру промислового маркетингу, Положення про куратора академічної групи. Документи знаходяться у відкритому доступі, додаткові впровадження чи внесення змін до існуючих документів поширюються через систему документообігу Мегаполіс. Інформація щодо змін доводиться до здобувачів через офіційні телеграм-канали університету, факультету, кафедри. Навчально-методичні матеріали для здобувачів ОП є на сайті кафедри промислового маркетингу: <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/metod-matirial.html>, безпосередній доступ до курсів відбувається через авторизацію під особистим логіном та паролем на платформі «Електронного Кампусу»: <https://ecampus.kpi.ua>, який пов'язаний із платформою дистанційного навчання «Сікорський»: <https://www.sikorsky-distance.org/>, сайтами всіх підрозділів, електронним розкладом: <http://rozklad.kpi.ua>. Під час онлайн-зустрічей зі здобувачами даної освітньої програми отримано підтвердження щодо доступності усієї необхідної інформації (зустріч 4).

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

Проект освітньої програми було оприлюднено на сторінці кафедри промислового маркетингу у вкладці «Громадське обговорення освітніх програм» <https://bit.ly/ztuvEYV>. Тут же представлені форми зворотнього зв'язку для зовнішніх стейкхолдерів і здобувачів ВО, проте, зворотного зв'язку щодо врахування/відхилення отриманих пропозицій безпосередньо на сайті не простежується. Однак, і здобувачі (зустріч 4), і зовнішні стейкхолдери (зустріч 6) підтвердили свою участь у обговоренні. Оновлення освітньої програми відбувається щорічно, що було підтверджено викладачами кафедри (зустрічі 2) у відповідності до Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм: <https://osvita.kpi.ua/node/137>.

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

КПІ оприлюднює на офіційному сайті кафедри промислового маркетингу освітню програму, навчальний план: <http://marketing.kpi.ua/perelik-dystsyplin-dlia-bakalavriv.html>, силабуси нормативних дисциплін, навчально-методичні матеріали для здобувачів ОПП: <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/metod-matirial.html>, Положення про реалізацію прав на вільний вибір студентів університету, Положення про вибіркові дисципліни факультету менеджменту та маркетингу: <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/distsiplini-kafedri.html>, загальноуніверситетський Каталог вибіркових дисциплін: <https://kpi.ua/rule-2>. На запит ЕГ (п. 5) було представлено Ф-Каталог вибіркових дисциплін циклу професійної підготовки для здобувачів ОС бакалавр ОП «Промисловий маркетинг» (2021 р.), який на веб-сторінці кафедри не було розміщено.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

В КПІ ім. Ігоря Сікорського високий загальний рівень відкритості та популяризації університету, що є запорукою публічної довіри до його діяльності. Процедури, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу чітко визначені і оприлюднені на офіційному сайті університету та кафедри.

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

Недоліки: 1. Відсутність на сторінці кафедри Каталогу вибіркових дисциплін, не реалізована технічна можливість вибору освітніх компонент у форматі електронної анкети. Рекомендації: 1. Розмістити на сторінці кафедри Каталог вибіркових дисциплін та таблицю пропозицій стейкхолдерів.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Є сильні сторони і недолік. ОПП «Промисловий маркетинг» має повну відповідність за підкритеріями 9.1, 9.2. За підкритерієм 9.3 є несуттєвий недолік, який можна оперативно усунути, зокрема, розмістити на сторінці кафедри Каталог вибіркових дисциплін та таблицю пропозицій стейкхолдерів.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

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

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Легеза Дарья Георгіївна

Члени експертної групи

Зайцева Олена Іванівна

Ткаченко Наталія Борисівна