

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний університет біоресурсів і природокористування України
Освітня програма	36954 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний університет біоресурсів і природокористування України
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	36954
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Вид освітньої програми	Освітньо-наукова

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Шипуліна Юлія Сергіївна, Менькова Кристина Ігорівна, Ковальчук Світлана Володимирівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	11.10.2021 р. – 13.10.2021 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП <https://bit.ly/3EhRDr7>

Програма візиту експертної групи <https://bit.ly/3vJ3taC>

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

ОНП «Маркетинг» у Національному університеті біоресурсів і природокористування України (НУБіП) започаткована у 2016 р. На даний момент на ній навчаються 6 здобувачів. 4 здобувачі завершили навчання за даною ОП без захисту дисертації. Спрямування ОП на задоволення потреб аграрного сектору економіки визначається ОК, внесеними до ОП. Ці факти, а також спрямованість ОП «Маркетинг» на аграрний сектор економіки підтверджено в результаті проведених співбесід з гарантом ОП, здобувачами вищої освіти, керівництвом ЗВО та роботодавцями. На кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі сформовано викладацький склад, здатний здійснювати підготовку здобувачів за цією ОП, проте його не повною мірою задіяно при реалізації освітньої програми. Викладачі ОП здійснюють наукове стажування в університетах України та інших держав, є членами спеціалізованих вчених рад, професійних та громадських об'єднань, редколегій наукових видань, відмічені відзнаками та преміями. Для професійного, фізичного та духовного розвитку здобувачів у НУБіП створено освітнє середовище, оснащене сучасними матеріально-технічними ресурсами. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів закладу вищої освіти для учасників навчального процесу є вільним та безкоштовним. Освітнє середовище у ЗВО є комфортним і безпечним для життя зі сформованим сприятливим морально-психологічним кліматом та умовами для навчання за ОП, дозволяє враховувати інтереси здобувачів ВО із особливими потребами. НУБіП не толерує корупцію, дискримінацію, булінг, сексуальні домагання, приниження честі та гідності у будь-якому прояві.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

В ОП «Маркетинг» відзначена специфіка діяльності НУБіП України шляхом імплементації специфічних дисциплін та напрямів дослідження в царині аграрного сектору економіки. Обсяг ОП та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) формально відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти. Формально обсяг ОП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти в НУБіП та її окремих ОК (у кредитах ЄКТС) відображає фактичне навантаження здобувачів, а також є достатнім для досягнення цілей та ПРН, визначених в ОП. Чітко визначені процедури конкурсного добору викладачів, залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу у ЗВО, стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП. В НУБіП розроблено нормативні положення, які чітко визначають процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми. Прозорість і публічність основних документів, процедур, що забезпечують та регулюють освітній процес в університеті. ЗВО надає широкі можливості для залучення аспірантів до міжнародної співпраці.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Слабкі сторони: 1.ОНП немає чітко визначеної унікальності. 2.Неврахування при формуванні ОП досвіду вітчизняних та зарубіжних ЗВО. 3.Відсутність кореляції ЗК, СК та ПРН, визначених в РП ОК та ОП. 4.Структурно-логічна схема за ОП суперечить НП і графіку навчального процесу. 5.Наявність в ОП (цикл спеціальної підготовки) ОК, які за своїм змістом не відповідають спеціальності 075. 6.Неповна відповідність нормативних документів та розроблених у ЗВО процедур, сучасним вимогам щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії. 7.Відсутність графіків навчального процесу для здобувачів вечірньої та заочної форм навчання. 8. Несистемне оновлення змісту освіти впродовж 2017-2020рр. 9.Відсутність інформації про науково-дослідну діяльність здобувачів та НПП кафедри. 10. Відсутність академічної мобільності здобувачів третього рівня ВО за ОП, в т.ч. міжнародної. 11.Невідповідність академічної та професійної кваліфікації НПП кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі ОК за ОП. 12.Відсутність документів та результатів опитування, що підтверджують факт залучення стейкхолдерів до перегляду ОП та врахування їх зауважень. 13. Порушення правил документообігу: відсутність підписів та печаток на відсканованих документах, що безпосередньо стосуються освітнього процесу. 14.Обмеження доступу до електронних сховищ університету, з науковими роботами та звітами з НДР НПП та здобувачів. 15.Зміст ОП недостатньо повно враховує індивідуальні освітні траєкторії здобувачів. Рекомендації: 1.Більш чітко сформулювати унікальність ОП в контексті діяльності випускової кафедри з урахуванням її орієнтації на агропромисловий комплекс економіки. 2.Збільшити кількість ОК, що відображають тенденції розвитку спеціальності 075, і можуть належним чином забезпечити ПРН за ОП. 3.При модернізації ОП врахувати досвід вітчизняних та зарубіжних ЗВО щодо підготовки фахівців за аналогічними ОП у тому числі, за рахунок організації та участі у програмах внутрішньої та міжнародної мобільності. 4. Привести інформацію, наведену у РП навчальних дисциплін у відповідність до вимог організації освітнього процесу підготовки здобувачів третього рівня ВО за ОП. 5. Вилучити з ОП ОК, які за своїм наповненням не відповідають профілю спеціальності 075. 6. Розробити структурно-логічну схему для покращення візуалізації взаємозв'язку між ОК. 7.Створити Єдиний Каталог вибіркових дисциплін ЗВО, що уможливить формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ВО з урахуванням їх професійних і наукових інтересів. 8.Посилити контроль за виконанням графіку навчального процесу для здобувачів третього рівня ВО за ОП. 9.Здійснити добір викладачів за ОК відповідно до їх академічної та/або професійної кваліфікації. 10.Своєчасно розміщувати на сайті проекти ОП; оприлюднювати результати обговорення; розмістити інформацію про науково-дослідну роботу на сторінках сайту кафедри та факультету. 11.Дотримуватися в реалізації ОП принципів прозорості, доступності, публічності та академічної доброчесності.

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.

Для проведення акредитаційної експертизи надано інформацію за ОНП «Маркетинг» в редакції 2020р. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/onp_marketing_phd_2020.pdf. В процесі акредитаційної експертизи встановлено, що цілі ОНП [Підготовка фахівців вищого рівня кваліфікації, здатних аналізувати і розв'язувати комплексні наукові й практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності та управління підприємствами, організовувати та здійснювати науково-дослідну, інноваційну та адміністративну діяльність] мають освітньо-науковий характер і корелюють з місією та стратегічним цілям ЗВО, які зазначені у Програмі розвитку на 2021-2025 роки «ГОЛОСІВСЬКА ІНІЦІАТИВА – 2025» <https://nubip.edu.ua/node/3980> (більш ранніх документів, в яких зазначені цілі та місія ЗВО в процесі експертизи не виявлено) [місія Університету на наступні п'ять років полягатиме у: створенні, накопиченні, систематизації, зберіганні і поширенні сучасних наукових знань для покращення якості життя людей; готування фахівців європейського і світового рівня інтелектуального та особистісного розвитку]. В цілях та особливостях ОНП редакцій 2017-2021рр. немає чітко вираженої унікальності, що суперечить наданому звіту із самооцінювання, де зазначено, що [метою освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» є формування системи наукових знань та навичок для набуття здатності ефективного розв'язання комплексних проблем професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності в галузі маркетингу в аграрному секторі, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики] <https://office.naqa.gov.ua/v1/form-se/4709/view> Спрямування ОНП на задоволення потреб аграрного сектору економіки визначається ОК, внесеними до ОНП. Ці факти, а також спрямованість ОНП «Маркетинг» на аграрний сектор економіки підтверджено в результаті проведених співбесід з гарантом ОНП, здобувачами вищої освіти, керівництвом ЗВО та роботодавцями. Такий підхід є суперечливим, бо унікальність ОНП не зазначена ані в її назві, ні в цілях.

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

В процесі експертизи встановлено, що до формування, оновлення та модернізації цілей і програмних результатів ОНП «Маркетинг» регулярно залучалися стейкхолдери, що підтверджується таким фактами: 1. На ОНП є рецензія головного співробітника відділу організації менеджменту, публічного управління та адміністрування д.е.н., професора Россохи В.В. (зустріч № 6 11.10.2021р.) https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/recenziya_rossoha_v.v.pdf 2. На ОНП є рецензія д.е.н., професора ННЦ «Інститут аграрної економіки» О.В. Захарчук. (зауваження: «Теми наукової роботи здобувачів мають бути більш узгодженими з пріоритетними напрямками вітчизняної і світової науки») https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/recenziya_zaharchuk_o.v._robotodavci.pdf (зустріч № 6 11.10.2021р.) 3. ОНП прорецензована регіональним менеджером групи компаній «Агропросперіс» П.І. Орлом (який був присутній на зустрічі № 6 11.10.2021р. і підтвердив цей факт особисто). https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/recenziya_orel_r.i._steykholder_1.pdf (перший абзац рецензії не стосується ОНП, а присвячений якійсь навчальній дисципліні) 4. Рецензію на ОНП надано Луцієм І. О. – провідним менеджером з розвитку бренду ТОВ «Баядера Логістик» (містить пропозиції щодо: 1) необхідності посилення практичної складової ОНП шляхом залучення до проведення практичних занять провідних маркетингістів міжнародних і транснаціональних компаній; 2) впровадження професійних інформаційних систем та технологій) https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/recenziya_luciy_i.o._bayadera_logistik_o.pdf (зустріч № 6 11.10.2021р.). Рецензії на ОНП «Маркетинг» свідчать про наявність в них оцінки структури та логічної послідовності засвоєння циклів дисциплін, проте не завжди містять критичні зауваження та пропозиції щодо коригування та удосконалення ОНП, рецензії не містять дати їх надання, що унеможливорює їх ідентифікацію з редакцією ОНП певного року. Також відсутня систематизація пропозицій та зауважень до ОНП з боку проектної групи. Є посилання на рецензію д.е.н., професора Окландера М.А, проте сама рецензія у матеріалах справи відсутня. На запит ЕГ не надано протоколи засідань кафедри, де розглядалися пропозиції щодо удосконалення ОНП від відповідних стейкхолдерів, будь-яка письмова чи цифрова інформація, що підтверджує факт обговорення відсутня. Слід зазначити, що окремі пропозиції стейкхолдерів, надані в рецензіях, враховані при оновленні ОК ОНП в редакції 2021 р. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/onp_marketing_phd_2021_got.pdf. У процесі проведення інтерв'ю зі здобувачами вищої освіти, представниками Ради аспірантів НУБіП України, первинної профспілкової організації студентів та аспірантів, спілки молодих вчених, ради аспірантів і молодих НДІ економіки і менеджменту з'ясовано, що в ЗВО моніторинг ОНП «Маркетинг» є несистемним і неакісним. Жодної підтвердженої інформації щодо

надання здобувачами ВО пропозицій та зауважень і їх подальшого врахування в ОНП в процесі експертизи не отримано.

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.

ЕГ зіткнулася зі складностями встановлення факту, що цілі ОНП та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту. Згідно чинного у ЗВО «Положення про освітньо-наукові програми докторів філософії в НУБіП України», затвердженого Вченою радою від 25.04.2018 р. (Протокол № 9) https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_osvitno-naukovi_programi.pdf, розроблення, моніторинг та перегляд ОНП здійснюється проєктною групою, затвердженою деканом факультету / директором інституту. Згідно Положення ОНП може щорічно оновлюватися [в частині всіх компонентів, крім місії (цілей) і програмних результатів навчання]. Проте зазначеним Положенням не встановлено, яким чином має здійснюватися фіксування результатів моніторингу (п.6.3), відповідь на отримані пропозиції та зауваження, врахування чи не врахування в ОНП. Також Положення не відповідає на питання щодо формування вибіркового пулу дисциплін (п.2.6.2). Наявність попиту на висококваліфікованих фахівців з маркетингу (докторів філософії) на всеукраїнському та регіональному ринках підтверджують роботодавці та випускники за спеціальністю 075 Маркетинг, що обумовлює потребу у фахівцях вищої кваліфікації з маркетингу, котрі вільно володіють іноземною мовою, можуть здійснювати міжгалузеві та міждисциплінарні дослідження задля досягнення максимальних наукових результатів. ЕГ встановила, що в ОНП редакції 2020 р. лише одна з обов'язкових ОК за назвою відповідає професійній маркетинговій підготовці здобувачів ВО, а саме: «Інноваційний маркетинг», решта ОК є дисциплінами філософської, мовної, загально-економічної підготовки тощо. Такий підхід унеможливорює встановити результати навчання, за якими можуть відображатися сучасні тенденції маркетингової діяльності та ринку праці. У звіті СО вказано, що [під час формування ОНП, було проаналізовані освітні програми з підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг провідних університетів України: Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Київський національний торгівельно-економічний університет, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, Полтавський державний аграрний університет]. Проте, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана підготовку за ОНП «Маркетинг» не здійснює. Щодо інших ЗВО, то є незрозумілим як саме запозичений досвід був відображеним у цій ОНП. Також у звіті з СО зазначено проходження Гарантом у 2016 р. міжнародних стажувань, проте не відображено, яким чином результати стажування 2016 р. вплинули на формування ОНП редакції 2020 р.

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.

На момент проведення акредитаційної експертизи Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для третього рівня вищої освіти (Доктор філософії) відсутній. Програмні результати навчання за ОНП 2019-2020 та 2020-2021 н.р. відповідають вимогам 8 кваліфікаційного рівня Національної рамки кваліфікацій, в редакції постанови Кабміну України №509 від 12.06.2019 р.). Задекларовані програмні результати навчання формують інтегральну компетентність – здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Разом із цим в ОНП не зазначено, що випускник за ОНП «Маркетинг» може обіймати посаду 1233 – Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу) відповідно до Національного класифікатора України: «Класифікатор професій» (ДК 003:2010).

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

ОНП «Маркетинг» у порівнянні з аналогічними освітньо-науковими програмами за зазначеною спеціальністю враховує специфіку академічної підготовки здобувачів ВО та спрямування діяльності НУБіП України, орієнтована на галузеву специфіку шляхом імплементування специфічних дисциплін та напрямів дослідження в царині аграрного сектора економіки.

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

Слабкі сторони: 1. Формулювання особливості (унікальності) ОНП «Маркетинг» не прописані у меті ОНП, що не дає чіткого розуміння цієї особливості. 2. Жодної підтвердженої інформації щодо надання здобувачами ВО під час

моніторингу ОНП пропозицій та зауважень і їх подальшого врахування в ОНП в процесі експертизи не отримано 3. Виявлено недосконалість «Положення про освітньо-наукові програми докторів філософії в НУБіП України», зокрема, в частині формування переліку вибіркових дисциплін (2.6.2) та проведення моніторингу ОНП (п.6.3). 4. Не знайшов підтвердження факт, що при формуванні ОНП «Маркетинг» враховано досвід вітчизняних та зарубіжних ЗВО щодо підготовки фахівців за аналогічними ОНП. Проходження Гарантом ОНП стажувань за міжнародними програмами не підтверджує факт застосування передових маркетингових практик при реалізації ОНП. Рекомендації: 1.Більш чітко сформулювати унікальність ОНП «Маркетинг» в контексті діяльності кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, з урахуванням її орієнтації на агропромисловий комплекс економіки. 2. Збільшити кількість ОК, що відображають тенденції розвитку спеціальності 075 Маркетинг, і можуть належним чином забезпечити програмні результати навчання за ОНП. 3. Ініціювати процес оновлення та вдосконалення «Положення про освітньо-наукові програми докторів філософії в НУБіП України» щодо врахування сучасних тенденцій підготовки докторів філософії. 4. При модернізації ОНП «Маркетинг» більше уваги приділити досвіду вітчизняних та зарубіжних ЗВО щодо підготовки фахівців за аналогічними ОНП у тому числі, за рахунок організації та участі у програмах внутрішньої та міжнародної мобільності.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Зважаючи на відповідність підкритеріїв за формальною ознакою базовим вимогам, а також рекомендації щодо удосконалення ОНП у контексті Критерію 1, ЕГ вважає, що ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за цим критерієм. Відповідність ОНП Критерію 1 є достатньою. Існує спільність думок з боку гаранта ОНП та керівництва ЗВО щодо удосконалення ОНП у контексті Критерію 1.

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).

В процесі експертизи ЕГ підтверджено, що загальний обсяг ОНП «Маркетинг» редакції 2020 р. в НУБіП становить 40 кредитів ЄКТС, що відповідає нормам, встановленим згідно Закону України «Про вищу освіту» (п.6, ст. 5) та Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах) (п.26). Обсяг обов'язкових ОК, спрямованих на досягнення ПРН, які визначені 8 кваліфікаційним рівнем НРК, становить 30 кредитів ЄКТС, а загальний обсяг освітніх компонентів за вибором здобувачів – 10 кредитів ЄКТС, тобто – 25%. ЕГ підтверджує, що таке співвідношення відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту», згідно якого обсяг дисциплін за вибором здобувачів має становити не менше 25%. Реалізацію права вибору здобувачами навчальних дисциплін у НУБіП регламентує «Положення про порядок формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачами вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП України»

https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u145/polozhennya_pro_poryadok_formuvannya_individualnih_osvitnih_traiekto_riy_zdobuvachami_vishchoyi_osviti_stupenya_doktora_filosofiyi_nacionalnogo_universitetu_bioresursiv_i_prirodokorist_uvannya_ukrayini.pdf В ОНП «Маркетинг» в редакції 2020 р. формально враховано чотири складові, що передбачають набуття аспірантом компетентностей відповідно до вимог НРК, обсяг у кредитах за якими становить: здобуття глибинних знань зі спеціальності 075 Маркетинг – 13 кредитів, які забезпечують обов'язкові дисципліни («Мікро- та макроекономіка 2», «Економетричне моделювання бізнес процесів», «Інноваційний маркетинг», «Педагогічна (асистентська) практика») та 10 кредитів, що формують дисципліни вибіркового пулу; оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями – 7 кредитів («Філософія науки» та «Педагогіка вищої школи»); набуття універсальних навичок дослідника – 4 кредити («Методика дослідження та організація підготовки дисертаційної роботи»); оволодіння мовними компетентностями, достатніми для презентування та обговорення результатів своїх досліджень іноземною мовою – 6 кредитів («Іноземна мова за професійним спрямуванням»). На переконання ЕГ «Педагогічна (асистентська) практика» забезпечує практичні навички здобувача і мала бути віднесена до пулу дисциплін, що формують універсальні навички дослідника. Відтак, обсяг ОНП «Маркетинг» та розподіл її окремих ОК відповідають вимогам законодавства щодо відповідного рівня вищої освіти. В процесі інтерв'ю, гарант ОНП, наукові керівники та здобувачі підтвердили, що аспіранти поєднують навчання з науковою роботою.

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.

Проведена ЕГ акредитаційна експертиза не дозволяє констатувати що ОК, включені до ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня у повному обсязі дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання. ОК, які включені до ОНП і НП редакції 2020 р. «Цикл спеціальної фахової підготовки», сформовані за принципом «доцільного бюджетування» щодо формування навчальних груп. У цьому пулі практично відсутні маркетингові дисципліни. Сформувати ПРН лише вивчаючи «Інноваційний маркетинг», на переконання ЕГ, є неможливим. В ОНП запропоновано перелік дисциплін вибіркового пулу (6 дисциплін, кожна по 5 кредитів ЄКТС), з яких дві («Інфраструктура світового ринку продовольства» та «Розвиток агропродовольчих ринків в умовах євроінтеграції») є лише дотичними до маркетингової сфери і частково дублюють одна одну. Вибір дисциплін є також ускладненим, бо вибіркові дисципліни, наведені у каталозі кафедри https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/baza_vibirkovih_disciplin_dlya_aspirantiv.pdf відрізняються від, наведених на сторінці Відділу аспірантури університету <https://nubip.edu.ua/node/90928/14> та у вкладці «Аспірантура» на сторінці Факультету <https://nubip.edu.ua/node/1599/16>, а останні – від зазначених в ОНП https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/onp_marketing2020_dlya_saytu.pdf ЕГ зазначає, що формально кожний заявлений програмний результат є охопленим змістом ОНП. Проте, ПРН, зазначені у робочих програмах дисциплін не відповідають ОНП «Маркетинг». Так у РП «Філософія науки» (с.3) визначено 10 ПРН https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/rp_filosofiya_nauki_2020.pdf, хоча згідно ОНП ця ОК закриває лише 2 ПРН (РН 03, РН 07). Також абсолютно відрізняється формулювання ПРН в РП та ОНП. У РП «Іноземна мова за професійним спрямуванням», взагалі відсутня орієнтованість на програмні результати навчання https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/robocha_programa_inozemna_mova_2021_o.pdf. У РП «Мікроекономіка та макроекономіка 2» (с.5) зазначено набуття здобувачами ВО загальних (ЗК 1, ЗК 2, ЗК 4) та спеціальних (СК 1, СК 5, СК 6) компетентностей https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/robocha_programa_mme_2_075_1.pdf, що не відповідає ОНП (ЗК 02, СК 03), ПРН у РП не визначено. Таким чином є незрозумілим, як саме зазначені ОК забезпечують ПРН за ОНП «Маркетинг». Структурно-логічна схема за ОНП «Маркетинг» не дозволяє візуалізувати взаємозв'язок між ОК, у тому числі, визначити їх вплив на дослідницько-інноваційну складову. А також суперечить навчальному плану і графіку навчального процесу, згідно якого «Педагогічну (асистентську) практику» здобувачі ВО мають проходити у 5 семестрі (у звітні плані навчального процесу зазначено 7 семестр) https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/navchalniy_plan_phd_marketing_2020_rik_7.pdf у структурно-логічній схемі зазначено проходження практики впродовж 2-4 року навчання.

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

Проведений ЕГ аналіз обов'язкових та вибірових ОК ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти, навчальних планів, силабусів і робочих програм навчальних дисциплін, програми «Педагогічної (асистентської) практики» дає підстави зробити висновок, що зміст ОНП неповною мірою відповідає предметній області, визначеної для неї спеціальності 075 Маркетинг. Зокрема, ОК «Інноваційний маркетинг», яка є єдиною маркетинговою дисципліною у циклі спеціальної (фахової) підготовки, за своїм змістом є тотожною дисципліні «Товарно-інноваційна політика», про що свідчить робоча програма за даною ОК. Анотація ОК, наведена в ОНП [Мета маркетингу інновацій для підтримання конкурентних переваг. Особливості інновацій в маркетингу. Сутність та різновиди інноваційної політики. Методологія маркетингових досліджень, придатних для аналізу потреб в інноваціях. Класифікаційні ознаки ринкових інновацій в сфері маркетингу. Напрями діяльності з формування комплексу маркетингу з урахуванням специфіки «хайтек». Загальна теорія інформатизації маркетингових процесів. Особливості планування та розробки маркетингових заходів для цілей маркетингу в мережі Інтернет. Управління якістю інноваційного продукту. Маркетинг технологічних інновацій. Маркетингові дослідження ринку інновацій. Маркетингова цінова політика інноваційного продукту. Комунікаційна політика маркетингу інновацій. Особливості розподілу інноваційного продукту] абсолютно не відповідає тематиці робочої програми дисципліни https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/rp_innovaciyniy_marketing_2021.pdf та силабусу https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/sil_innovaciyniy_marketing_2021.pdf. ЕГ констатує, що в ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти присутні освітні компоненти, які за своїм змістом зовсім не мають зв'язку чи мають неочевидний зв'язок зі спеціальністю 075 «Маркетинг» («Мікроекономіка 2», «Економетричне моделювання бізнес процесів»).

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

Згідно документів, які мала можливість опрацювати ЕГ, у НУБіП створені можливості щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії навчання здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг», що зазначено у Положенні про порядок формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачами вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП <https://bit.ly/2ZlnNmn> та регламентовано п.3.9 Положення про організацію освітнього процесу підготовки доктора філософії (PhD) : <https://bit.ly/3pFOyx8>. У Розділі 2 Положення про порядок формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачами вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП чітко прописана послідовність та терміни вибору дисциплін здобувачами вищої освіти. Так, здобувач

впродовж двох місяців після зарахування до аспірантури за погодженням з науковим керівником обирає «вибіркові дисципліни» з Каталогу та переліку вибіркових дисциплін відповідної спеціальності, розміщеного у [на сайті аспірантури розділі «Наукова та інноваційна діяльність», підрозділ «Відділ аспірантури» та на сайтах кафедр]. Головна проблема полягає у неспівпадінні переліку вибіркових дисциплін, розміщених на зазначених сайтах. Так, на сайті аспірантури <https://nubip.edu.ua/node/90928/14> міститься перелік із 6-ти дисциплін, п'ять з яких співпадають з вибірковим пулом ОНП в редакції 2020 р., замість ОК «Розвиток агропродовольчих ринків в умовах євроінтеграції» помилково внесено ОК «Антикризове фінансове управління та фінансова безпека підприємств». На сайті кафедри знаходиться перелік вибіркових дисциплін, що складається з двох блоків: 1) вибірковий блок (за вибором університету) та 2) вибірковий блок (за вибором здобувача: Інфраструктура аграрних ринків Інформаційні технології в маркетингу Маркетингові стратегії підприємств Маркетингове забезпечення ділової досконалості підприємств) <https://bit.ly/3nuoJNQ>. Здобувачі за ОНП «Маркетинг» непоінформовані (зустріч № 4 11.10.2021 р.) щодо можливості обрання «дисципліни вільного вибору» з переліку ОК для інших спеціальностей, що пропонуються для третього (освітньо-наукового) та інших рівнів вищої освіти, які пов'язані з тематикою дисертаційної роботи здобувача. В процесі проведених інтерв'ю з різними фокус-групами ЕГ з'ясовано, що здобувачі ознайомлені з процедурою обрання вибіркових дисциплін, проходили її. Проте, зважаючи на різні пули вибіркових дисциплін, що містяться на різних сайтах (аспірантура, кафедра, аспірантура факультету), сама процедура обрання вибіркових ОК не є достатньо прозорою. Зіставлення наданих документів, результатів проведених інтерв'ю та вивчення індивідуальних навчальних планів здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти дозволяє зробити висновок, що ОНП і розроблені процедури в ЗВО неповною мірою відповідають сучасним вимогам щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії. При формуванні індивідуальної освітньої траєкторії здобувачі можуть обирати наукових керівників та напрям наукового дослідження.

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

В рамках ОНП «Маркетинг» для здобувачів третього рівня ВО передбачена практична підготовка у вигляді Педагогічної (асистентської) практики, яку здобувачі згідно ОНП та НП (редакція 2020р.) мають проходити у 5-му семестрі (3-й рік навчання). Педагогічна (асистентська) практика має обсяг 4 кредити ЄКТС згідно Положення «Про педагогічну практику здобувача вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП України (2020)» <https://bit.ly/3nuMrAm>. Цей вид підготовки [є одним з етапів професійної підготовки до науково-педагогічної діяльності, який має за мету закріпити навички практичної діяльності аспірантів щодо здійснення навчально-виховного процесу у вищій школі. Включаючи викладання спеціальних дисциплін, організацію навчальної діяльності студентів, навчально-методичну роботу] передбачає насамперед [формування системи компетентностей майбутніх науково-педагогічних працівників, зокрема здатних здійснювати аналітичне осмислення стану та перспектив розвитку сфери освіти]. Організація та проходження практичної підготовки здобувачами третього рівня ВО за ОНП, її завдання та методичне забезпечення, звітування за результатами регулюються зазначеним Положенням та регламентуються навчальним планом здобувача вищої освіти та Робочою програмою педагогічної (асистентської) практики підготовки здобувачів ОНП «Маркетинг» <https://bit.ly/3bjmocl>. Поряд із цим, у Робочій програмі на с.2 зазначена кредитність ОК в 4 кредити ЄКТС (120 годин), а на с. 6, пп.3.1 зазначено, що обсяг практики становить 3 кредити ЄКТС (90 годин). Крім цього, на с. 2 визначено, що проходження практики складається з лекційних (30 годин), практичних (30 годин) і самостійної роботи (60 годин). У п.3 визначаються етапи (початковий, основний, заключний), згідно яких прослуховування лекцій та відвідування практичних занять непередбачено. Тобто Робоча програма має недостовірну і суперечливу інформацію. Також ЕГ вважає, що здійснення розриву при проходженні освітньої складової за ОНП «Маркетинг», коли дисципліни прециклу «Філософія науки», «Педагогіка вищої школи» викладаються у 1-му семестрі, а Педагогічна (асистентська) практика проходить у 5 семестрі, є алогічними і не сприяє безперервності освітнього процесу за ОНП. Тим більше, що саме в процесі практики здобувачі мають закріпити навички, набуті при вивченні дисциплін обов'язкового та вибіркового пулів. Робоча програма не кореспондується з ОНП щодо ЗК, СК та ПРН. Згідно ОНП, ОК 8 має забезпечити здобувачу здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК 04), проте РП і характер проходження практики не підтверджують орієнтованість цієї ОК на міжнародну співпрацю. За запитом ЕГ надано звіт аспіранта Вінніченка С.А. (2017р. вступу), згідно якого чітко слідує, що аспірант проходив педагогічну практику на 4 році навчання (8 семестр), тобто з порушенням графіку навчального процесу, зазначеного в ОНП та НП. Звітів решти аспірантів (2018 року вступу) надано не було, що унеможливорює формування думки ЕГ стосовно проходження ними педагогічної практики.

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

ЕГ констатує, що набуття здобувачами третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти соціальних навичок (Soft Skills), що відповідають задекларованим цілям ОНП має здійснюватися шляхом опанування загальними компетентностями, включеними до ОНП, зокрема: здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу («Філософія науки»), здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел («Макр- та мікроекономіка 2», «Інноваційний маркетинг», «Сучасні методи маркетингових досліджень»), здатність працювати в міжнародному контексті («Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Педагогіка вищої школи»), здатність до генерування нових ідей та прийняття обґрунтованих рішень для досягнення поставлених цілей («Економетричне моделювання бізнес-процесів»). Проте ЕГ констатувала, що всі ці компетентності не відображені в РП за освітніми компонентами. Активно сприяє розвитку в аспірантів навичок Soft Skills Лапіна Я.С., яка є науковим керівником

Вінніченка С. А., Шапоренко О. О, Філатової А. В., через залучення здобувачів до публічних виступів (апробації) результатів їх наукового дослідження на науково-практичних конференціях, семінарах тощо. Проте, на момент проведення експертизи, Ларіна Я. С. вже не є штатним співробітником цього ЗВО. В процесі інтерв'ювання здобувачі вищої освіти та представники ради аспірантів, первинної профспілкової організації студентів та аспірантів, спілки молодих вчених НУБіП, ради аспірантів і молодих НДІ економіки і менеджменту НУБіП (зустріч №5 11.10) зазначали, що аспіранти активно долучаються до участі в наукових товариствах, що, своєю чергою, також сприяє розвитку у них соціальних навичок. ЕГ підтверджує, що під час зустрічей у фокус-групах здобувачі навели та продемонстрували конкретні приклади соціальних навичок, здобутих в процесі навчання за ОНП «Маркетинг», у вигляді дискусії та аргументації своїх висловлювань.

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

Професійний стандарт за галуззю знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг на момент формування, удосконалення та перезатвердження ОНП в Україні не розроблено.

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.

В ході акредитаційної експертизи ЗВО продемонстрував, що в освітньому процесі вживаються заходи щодо оцінювання фактичного навантаження здобувачів, необхідного для належного опанування кожної з ОК, для чого проводяться регулярні опитування здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти. ЕГ констатує той факт, що у НУБіП України визначено порядок розподілу обсягу окремих освітніх компонентів ОНП із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти. Так, навчальним планом для здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг, в межах виконання освітньої складової ОНП, передбачено розрахунок завантаженості у кількості 1200 годин, з яких обсяг аудиторного навантаження складає 360 годин або 33,3%, а обсяг самостійної роботи – 720 години або 66,7%. Кількість аудиторних годин на тиждень для здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг» становить у першому семестрі – 20 годин, у другому – 18 годин. Обов'язкові освітні компоненти циклу дисциплін загальнонаукових (філософських) компетентностей становлять в навчальному плані 4 кредити ЄКТС, з яких 33,3% виділено на аудиторні заняття та 66,7% на самостійну роботу здобувачів. За циклом дисциплін мовних компетентностей вивчається одна ОК, на яку відведено по 6 кредитів ЄКТС, розподіл аудиторної та самостійної роботи за ОК становить 33,3 та 66,7% відповідно. Таке ж співвідношення зберігається за всіма складовими ОНП. ОНП містить 6 вибіркового компоненти по 5 кредитів ЄКТС кожна, з яких здобувач обирає 2-і, з переважним обсягом годин самостійної роботи здобувачів (73,3%) над годинами аудиторних занять (26,7%). Для вибіркового навчальних дисциплін відведено 10 кредитів ЄКТС. Проведений аналіз свідчить, що обсяг ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти в НУБіП та її окремих ОК (у кредитах ЄКТС) відображає фактичне навантаження здобувачів, а також є достатнім для досягнення цілей та ПРН, визначених в ОНП.

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.

ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти у НУБіП України не передбачає підготовку здобувачів за дуальною формою освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

1. Обсяг ОНП та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти 2. Обсяг ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти в НУБіП та її окремих ОК (у кредитах ЄКТС) відображає фактичне навантаження здобувачів, а також є достатнім для досягнення цілей та ПРН, визначених в ОНП.

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

Слабкі сторони: 1. Робочі програми ОК «Філософія науки», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Мікроекономіка та макроекономіка 2» не кореспондуються з ОНП «Маркетинг» щодо досягнення програмних результатів навчання, а отже не спрямовані на досягнення заявлених цілей та програмних результатів, визначених ОНП. 2. Структурно-логічна схема за ОНП «Маркетинг» не дозволяє візуалізувати взаємозв'язок між ОК, у тому числі, визначити їх вплив на дослідницько-інноваційну складову. А також суперечить навчальному плану і графіку навчального процесу, згідно якого «Педагогічна (асистентська) практика» має проходити у 5 семестрі. 3. ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти містить ОК, які за своїм змістом зовсім не мають зв'язку чи мають неочевидний зв'язок зі спеціальністю 075 «Маркетинг» («Мікро- та макроекономіка 2», «Економетричне моделювання бізнес процесів»). 4. Зіставлення нормативних документів ЗВО, результатів проведених інтерв'ю та вивчення індивідуальних навчальних планів здобувачів третього рівня вищої освіти, дозволяє зробити висновок, що ОНП і розроблені процедури в ЗВО неповною мірою відповідають сучасним вимогам щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії аспірантів. 5. Документація, яка регламентує практичну підготовку здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг» містить логічні помилки (проходження практики у 5 семестрі, коли базові дисципліни викладаються в продовж 1-2 семестрів) та неточності (по тексту РП є інформація про 4 та 3 кредитність ОК, про наявність лекцій та практичних занять за ОК). 6. Наданий на прохання ЕГ звіт з педагогічної практики свідчить про порушення графіку навчального процесу (практика тривала з 1.02.2021 р. по 31.05.2021 р., що відповідає 8, а не 5 семестру НП). Рекомендації: 1. Привести інформацію, наведену у РП навчальних дисциплін у відповідність до вимог щодо організації освітнього процесу підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг». 2. Вилучити з ОНП ОК, які за своїм наповненням не відповідають профілю спеціальності 075 Маркетинг. 3. Переробити структурно-логічну схему для покращання візуалізації взаємозв'язку між ОК, у тому числі, визначити їх вплив на дослідницько-інноваційну складову. Чітко визначити місце «Педагогічної (асистентської) практики» у структурно-логічній схемі. 4. Привести каталоги вибірових дисциплін до тотожного вигляду. Створити Єдиний Каталог вибірових дисциплін ЗВО, що уможливить формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ВО з урахуванням їх професійних і наукових інтересів. 5. Упорядкувати документацію щодо забезпечення практичної підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг». 6. Посилити контроль за виконанням графіку навчального процесу для здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти за ОНП «Маркетинг».

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

ОНП «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (Доктор філософії) рівня вищої освіти в НУБіП має достатній рівень узгодженості із якісними характеристиками за підкритеріями 2.1, 2.8, 2.9. Виявлено розбіжності щодо організації навчального процесу, практичної підготовки, ОК, які не мають дотичності до ОНП (підкритерії 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6) проте наявні недоліки можуть бути усунути шляхом перегляду ОК, які формують ЗК, розробки структурно-логічної схеми у відповідності до логічної взаємопов'язаної системи ОК, що дозволить покращити досягнення цілей та ПРН за ОНП «Маркетинг». Запропоновані пропозиції щодо удосконалення ОНП у контексті Критерію 2 є досяжними і погодженими з гарантом освітньої програми.

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 до аспірантури розміщені на сторінках сайту аспірантури (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pravila_priyomu_2021.pdf), а також детальну повну інформацію можна знайти на офіційному веб-сайті: <https://nubip.edu.ua/node/90928>. На зустрічі зі здобувачами також було підтверджено, що вся інформація щодо прийому документів була оприлюднена на сайті, також у самому відділі аспірантури була розміщена інформація щодо правил прийому, та вступних випробувань. Правила вступу оприлюднені як на сторінці відділу аспірантури (<https://nubip.edu.ua/node/90928/5>) так і на сайті кафедри (<https://nubip.edu.ua/node/1599/16>)

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

Особливість самої освітньої програми враховується зокрема у вступному випробуванні https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/programa_vv_075_marketing_phd.pdf та додатковому фаховому вступному випробуванні (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/programa_dod_vv_075_marketing_phd.pdf).

Вступне випробування має маркетингове спрямування, що підтверджує особливість прийому саме на ОП «Маркетинг». Проте варто зауважити, що надані програми додаткового та вступного випробування тотожні. Так, наприклад, у вступному випробуванні враховуються наступні теми: «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика та ціноутворення» тощо тотожні до тем, які висвітлюються у додатковому вступному випробуванні. Програми повністю ідентичні. Також відсутні підтверджуючі документи про фактичне проведення серед вступників додаткових випробувань, що також не було підтверджено з боку здобувачів.

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 у інших закладах освіти регламентуються наступними документами: Положення про визнання результатів навчання для здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії в НУБіП: (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_viznannya_rezultativ_navchannya2019.pdf) , Положення про порядок формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачами вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП

(https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u145/polozhennya_pro_poryadok_formuvannya_individualnih_osvitnih_traiektoriy_zdobuvachami_vishchoyi_osviti_stupenya_doktora_filosofiyi_nacionalnogo_universitetu_bioresursiv_i_prirodokoristuvannya_ukrayini.pdf). Положення про організацію освітнього процесу підготовки доктора філософії (PhD) : (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_organizaciyu_osvitnogo_procesu.pdf), Положення про педагогічну практику: (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_ped._praktiku_2016.pdf), У звіті зазначається наявність процедури перезарахування кредитів ЄКТС, здобутих в інших ЗВО, а саме через надання академічної довідки здобувачем. Здобувачі мають право перераховувати кредити з вибіркових дисциплін на підставі проходження програм академічної мобільності. Здобувачі ознайомлені з такою можливістю. З усіма положеннями є можливість ознайомитись на сайті: <https://nubip.edu.ua/node/90928/4> . Ця інформація та положення доступні на сторінці аспірантури, однак відсутні на сторінці кафедри <https://nubip.edu.ua/node/1129/8> . Також при переході на сторінку положень зі сторінки кафедри доступ заборонений <https://nubip.edu.ua/node/90928/2> ОНП не передбачено форма контрольного заходу у вигляді кваліфікаційного іспиту. У індивідуальному плані Оваденко, який був наданий за запитом ЕГ присутня форма атестації фаховий кваліфікаційний іспит, що не відповідає нормативним документам, зазначеної форми атестації для здобувачів 3-го рівня освіти не передбачено, також даний іспит не відзначається освітньою програмою.

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 регулюються «Положенням про визнання результатів навчання для здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_viznannya_rezultativ_navchannya2019.pdf) «Положенням про екзамени та заліки у здобуванні вищої освіти ступеня доктора філософії в НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_ekz._i_zal._2020_2.pdf). З усіма Положеннями здобувачі можуть ознайомитись на сайті. Для зарахування результатів неформальної освіти здобувачам необхідно надати відповідні сертифікати. ЕГ під час зустрічі зі здобувачами було виявлено, що вони поінформовані стосовно такої можливості. Гарантом було надано сертифікати компанії Google, що підтверджують проходження неформальної освіти здобувачем Омеляненьком О.В., зокрема з: «Google реклами для проведення пошукових кампаній», «Торгових кампаній», «Контекстно-медійної мережі Google реклами», «Google реклами з проведення відеокампаній», «Google Analytics Individual Qualification», які були зараховані при викладанні дисципліни «Інформаційні технології маркетингу» (протокол №3 від 15.10.2020р., що був наданий ЕГ для ознайомлення). Проте, варто зауважити, що ця інформація не є релевантною нормативним документам та положенням. Згідно НП 2020 р., який був наданий за вимогою ЕГ, дисципліна «Інформаційні технології в маркетингу» обирається у другому семестрі (1 рік навчання). Таким чином, протокол № 3 витягу кафедри від 15.10.2020р. має такі суперечності: а) зарахування здобувачу результатів неформальної освіти відбулося до того, як розпочалося вивчення дисципліни (у першому семестрі, хоча сама дисципліна відповідно до НП 2020р. викладається у другому); б) сам протокол немає конкретики відповідності кількості балів, кредитів та конкретних тем дисципліни, лабораторних, модульних, які були перераховані завдяки наявності сертифікатів, що не дає розуміння, яким саме чином дисципліни перераховувались, цитата аргументації перезарахування із протоколу: «зарахувати результати неформальної освіти аспіранту....по дисципліні «Інформаційні технології в маркетингу» (з окремих тем та практичних занять»; в) у «Положенням про визнання результатів навчання для здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії...» у п. 2.6 зазначено, що рішення про визнання результатів навчання, здобутих за програмами неформальної освіти приймає лектор...», у протоколі вказано «Дане рішення було прийнято лектором дисципліни «Інформаційні технології в маркетингу» доцентом Рябчик А.В....», хоча на момент підписання протоколу де-факто Рябчик А.В ще не була лектором здобувача Омеляненько О.В.; г) на зустрічі з ЕГ Омеляненько О.В. підтвердив наявність сертифікатів та обізнаність у процедурі перезарахування сертифікатів, однак підтвердження факту самого перезарахування заперечив.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Здобувачі мають повну інформацію на сайті відділу аспірантури та кафедри щодо умов та правил прийому, чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності.

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

Слабкі сторони: 1. Здобувачі мають можливість дуже розгорнуто ознайомитись з усіма необхідними документами на сайті відділу аспірантури, однак така розгорнута інформація не надана на сторінці кафедри та містить стислу характеристику для здобувачів порівняно з сайтом аспірантури. Рекомендовано додати інформації щодо перезарахування результатів навчання у інших ЗВО. 2. Дані програми додаткового та вступного випробування - тотожні. Рекомендовано поновити та розглянути перегляд підходу до програми додаткового випробування. 3. Надана інформація щодо прикладу перезарахування сертифікатів здобувача отриманих у неформальній освіті суперечить «Положенням про визнання результатів навчання для здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_viznannya_rezultativ_navchannya2019.pdf) «Положенням про екзамени та заліки у здобуванні вищої освіти ступеня доктора філософії в НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_ekz._i_zal._2020_2.pdf). Рекомендовано реалізувати прозору політику роботи з документами, оптимізувати інформацію на сайті та критично переосмислити підхід до формування фахового та додаткового випробування

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Правила прийому на навчання на ОП «Маркетинг» є цілком зрозумілими, прозорими та доступними на офіційному веб-сайті. Чітко визначені умови вступу для всіх. Проте надана інформація щодо підтвердження практики перезарахування результатів навчання у неформальній освіті є недостовірною. На момент подачі протоколу перезарахування результатів дисципліна не викладалась у здобувача. Надана інформація не дає можливості вважати результати неформальної освіти зарахованими. Підкритерії 3.1, 3.3 мають достатній рівень узгодженості. Холістичний підхід в оцінюванні, релевантність фактів і їх контексту, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, ОНП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 3 з недоліками, що потребують доопрацювання

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.

Підготовка здобувачів на ОНП «Маркетинг» здійснюється за денною, вечірньою та заочною формами навчання. Поряд із цим в процесі ознайомлення з НП та графіком навчального процесу, а також інтерв'ювання НПП та здобувачів, ЕГ з'ясовано відсутність формування окремих НП і графіків навчального процесу для відповідних форм навчання, а також їх відображення у РП дисциплін. Здобувачі, представники відділу аспірантури та деканату зазначали, що навчальний процес за денною формою навчання розпочинається на 4-му тижні вересня, а за вечірньою та заочною формами навчання – з першого тижня листопада, проте у НП, висвітлених на сайті університету та наданих за вимогою ЕГ, ця відмінність нівельована, жодна РП не містить додаткової інформації щодо підготовки здобувачів за заочною та вечірніми формами навчання. Зазначений факт ставить під сумнів організацію навчального процесу для аспірантів заочної та вечірньої форм навчання. Порядок вибору ОК, організації та реалізації освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії НУБіП України визначають положення: «Про організацію освітнього процесу підготовки» https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_organizaciyu_osvitnogo_procesu.pdf, «Про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії» <https://bit.ly/3CixX5U>; «Про академічну мобільність» <https://bit.ly/3bb7Gur>, «Про порядок формування індивідуальних освітніх траєкторій» <https://bit.ly/2ZlnNmn>. В процесі експертизи НПП та здобувачі підтвердили факт використання традиційних (загальнонаукових) методик. Серед інтерактивних методів під час інтерв'ю (зустріч № 4) здобувачі зазначили метод кейсів та метод мозкового штурму. Проте, здобувачі ВО не змогли згадати, при викладанні яких саме предметів застосовувалися інтерактивні

підходи. Під час розмови з роботодавцями (зустріч № 6), не було підтверджено, що вони залучалися до навчального процесу, проте, встановлено факт консультування здобувачів стосовно їх теми дослідження. В процесі експертизи підтверджено факт проведення регулярних опитувань здобувачів, проте відсутні результати цих опитувань на сайті кафедри (посилання не є активним), а також немає інформації стосовно врахування цих результатів для модернізації ОНП. Під час зустрічі з академічним персоналом (зустріч №3) та зі здобувачами (зустріч №4) визначено, що здобувачі мають корпоративні акаунти та можливість доступу до системи дистанційного навчання, де відбувається навчання в період карантину, проте не до всіх курсів, викладених у середовищі Eleapn, є гостьовий доступ (зокрема, до курсів, закріплених за Гарантом ОНП).

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).

На сайті НУБіП, у вільному доступі знаходяться РП окремих освітніх компонентів, ОНП, навчальний план, розклад занять здобувачів, графік організації освітнього процесу, відгуки-рецензії та пропозиції стейкхолдерів <https://nubip.edu.ua/node/1129/8>. Здобувачі вищої освіти та наукові педагогічні працівники, повідомили ЕГ, що ознайомлення з ОНП, відбувається також в усній формі повідомленням-роз'ясненням викладачем на першому занятті з кожної дисципліни. У РП міститься інформація: загальний опис дисципліни, мета і завдання, що повинні знати та вміти аспіранти в результаті навчання, програма навчальної дисципліни, тематичний план навчальної дисципліни, практичні роботи, самостійна роботи, методи контролю, питання для семестрового контролю та детальні критерії оцінювання, список рекомендованої літератури. Поряд із цим, ЕГ з'ясувала, що не всі РП мають чітко визначені ЗК, СК та РН, узгоджені із зазначеними в ОНП «Маркетинг».

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

В процесі експертизи ЕГ отримала часткову інформацію щодо публікаційної та дослідницької діяльності здобувачів. Для здобувачів ВО за ОНП «Маркетинг» сформовано відповідні профілі на сайті кафедри <https://nubip.edu.ua/node/71528>, де за логікою мала бути розміщена інформація не лише про тему дисертації та реквізити наукового керівника, але і про публікаційну і дослідницьку активність здобувача. Проте, у відкритому доступі така інформація відсутня. На прохання ЕГ надана несистематизована інформація щодо публікацій окремих здобувачів, зокрема, Вінніченка С.А., а також скриншоти титульної сторінки монографії (2017 р.в.), де, за твердженням гаранта ОНП, публікувалися розділи наукових досліджень здобувачів (одним зі співавтор є Руденко М.М. – здобувач 2016 року вступу, яка знаходиться у відпустці по догляду за дитиною). Згідно наданих атестаційних звітів у здобувачів є статті, які опубліковані у фахових та у міжнародних журналах, вони беруть участь у конференціях, де мають можливість апробації результатів досліджень. Проте перевірити реальність наданої інформації в процесі експертизи ЕГ не змогла через відсутність доступу до репозитарію НУБіП. Також відсутня інформація по наукову і дослідницьку діяльність таких здобувачів, як: Ал-Шабан Алаа Табіт Ніама (2017 рік вступу, денна ф.н.); Філатова Анна Володимирівна (2019 рік вступу, заочна ф.н.); Лисун Юрій Дмитрович (2017 рік вступу, денна ф.н.); Лисун Антон Дмитрович Володимирівна (2019 рік вступу, денна ф.н.). На зустрічі № 4 з ЕГ ці здобувачі не були присутні, і на резервну зустріч також не вийшли. За наданою на прохання ЕГ довідкою щодо участі здобувачів у науково-дослідній роботі кафедри зазначено, що аспіранти Руденко М.М., Вінніченко С.А., Шапоренко О.О. та Чернявський І.Ю. (профіль здобувача відсутній на сайті кафедри) залучалися до виконання наукової теми «Удосконалення маркетингової діяльності підприємств АПК» (НДР 0113U007632, термін виконання 2013-2019 рр.), проте факт такої участі не був підтверджений здобувачами в процесі інтерв'ю та не зазначений в їх індивідуальних планах та атестаційних звітах.

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

Оновлення змісту освіти має відбуватися на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі, а також із урахуванням пропозицій від стейкхолдерів, здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня, роботодавців. На прохання ЕГ не були надані протоколи засідання кафедри або проектної групи, де відбувалися обговорення щодо оновлення та/або модернізації ОНП. Проте під час розмови з роботодавцями (зустріч №6), Луцій Іван Олександрович – провідний менеджер з розвитку бренду ТОВ «Баядера Логістик» - підтвердив факт обговорення та внесення до ОНП (2021 р.) змін згідно наданих ним пропозицій. За його ініціативою до блоку вибіркового дисциплін включено ОК «Цифровий маркетинг». Луцій І.О. також наголошував на необхідності осучаснення ОК обов'язкового пулу і наближення їх змісту до сучасних потреб бізнесу. Про недостатню увагу з боку гаранта ОНП щодо оновлення змісту освіти свідчить те, що на сайті аспірантури в Каталозі вибіркового дисциплін розміщені анотації ОК «Маркетингові стратегії в агробізнесі» та «Сучасні методи маркетингових досліджень», розробником і лектором за якими виступає Ларіна Я.С., яка вже понад рік не є співробітником ЗВО. Це стосується і Програми педагогічної (асистентської) практики. З інтерв'ю з НПП, було також встановлено, що викладачі беруть участь у стажуваннях, конференціях, семінарах, ведуть власні наукові дослідження, приймають участь у міжнародній діяльності, що дає

можливість удосконалення для викладання на ОНП «Маркетинг». Проте, надана на прохання ЕГ інформація лише частково дає можливість підтвердити цей факт.

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

В ході проведення експертизи та під час зустрічі ЕГ з адміністративним персоналом та персоналом допоміжних структурних підрозділів, встановлено, що НУБіП України на сьогодні безпосередньо бере участь у більш ніж 50 проектах і програмах, основними з яких є: Спільний проект за програмою ТЕМПУС ЄС «Навчальний план за спеціальністю «Охорона навколишнього середовища» в аграрних університетах - ENAGRA»; Проект 6-ї Рамкової програми ЄС (FP6) «Зменшення впливу виробництва біопалива на продукцію харчування»; Проект 7-ї Рамкової програми ЄС (FP7) «BIOCIRCLE» – формування кола співпраці розширення мережі BIONCP через національні контактні центри третіх країн; Спільний проект за програмою ТЕМПУС ЄС «Впровадження фундаментальних та новітніх наукових методик в магістерських та аспірантських навчальних планах аграрного напрямку - IMBASMA»; Регіональний проект технічної співпраці МАГАТЕ „Radiological Support for the Rehabilitation of the Areas Affected by the Chernobyl Nuclear Power Plant Accident”; Міжнародний стратегічний проект Вишеградського фонду «Сталий розвиток в аграрному секторі країн Вишеградської четвірки та співпрацюючих регіонів». Проте відсутня інформація щодо залучення до зазначених проектів співробітників кафедри та здобувачів за ОНП «Маркетинг». З листопада 2017 р. в НУБіП України відкрито доступ до наукометричної та універсальної реферативної бази даних SCOPUS видавництва Elsevier. Також університет має доступ до Web of Science, Science Direct, EBSCOPUBLISHING <https://nubip.edu.ua/node/39060>. Викладачі беруть участь у міжнародних конференціях та програмах міжнародного стажування, що підтверджується відповідними сертифікатами, а також публікують власні дослідження в журналах, що індексуються в базах даних Scopus та Web of Science. Більшість здобувачів ОНП щорічно беруть участь у міжнародних науково-практичних конференціях, та публікують наукові дослідження в іноземних виданнях.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

1.Залучення до модернізації ОНП практиків. 2.Активна участь стейкхолдерів в обговорюванні покращення ОНП «Маркетинг».

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

Слабкі сторони: 1. Відсутні графіки навчального процесу для здобувачів вечірньої та заочної форм навчання; робочі програми дисциплін не містять особливості вечірньої та заочної форм навчання, що може свідчити про неефективність організації навчального процесу для цих форм навчання 2. Не всі РП мають чітко визначені ЗК, СК та РН, узгоджені із зазначеними в ОНП «Маркетинг» 3. Не відбувається системне оновлення змісту освіти, про що свідчить тематика РП, яка є ідентичною в продовж 2017-2020 рр., та наявність чинних силабусів та робочих програм, зокрема «Педагогічна (асистентська) практика», розроблених викладачем, який на момент проведення експертизи вже не є співробітником ЗВО (Ларіна Я.С.) 4. Відсутність у відкритому доступі інформації про науково-дослідну діяльність здобувачів ВО. 5. Недостатня активність з боку здобувачів третього рівня ВО за ОНП «Маркетинг» в напрямі міжнародної мобільності. Здобувачі беруть участь у міжнародних конференціях та симпозіумах, проте не користуються можливостями отримання грантів та стажування в іноземних ЗВО. Рекомендації: 1. Більш чітко прописати процедури щодо організації навчального процесу здобувачів за третім рівнем ВО вечірньої та заочної форм навчання та здійснювати контроль за його виконанням. 2. Провести моніторинг навчально-методичного забезпечення ОК за ОНП «Маркетинг» з метою оновлення змісту освіти та приведення НМК у відповідність до різних форм навчання, задекларованих в ОНП. 3. Оновити (створити) профілі аспірантів, додавши реальну інформацію стосовно їх науково-дослідної діяльності, участі у конференціях, грантових програмах, міжнародних проектах, оприлюднення результатів дослідження тощо. 4.Активізувати роботу в НУБіП щодо участі здобувачів вищої освіти в програмах зовнішньої академічної мобільності та участі в міжнародних проектах.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

ОНП «Маркетинг» формально має відповідний рівень узгодженості з якісними характеристиками за підкритеріями 4.1-4.4. Разом із тим не відбувається оновлення змісту освіти на системних засадах. Існуючі позитивні практики ЗВО значною мірою сприяють залученості НПП до міжнародних проєктів. Визначені слабкі сторони щодо організації навчального процесу і відповідних процедур, недостатньої міжнародної мобільності здобувачів ВО (підкритерій 4.5) не впливають на програмні результати навчання. ОНП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 4 з недоліками, які можуть бути усуненими.

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 компонента та/або освітньої програми в цілому, а також оприлюднюються заздалегідь.

Форми контрольних заходів на ОНП «Маркетинг» регулюються «Положенням про екзамени та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в НУБіП України» (<https://bit.ly/3meV1u8>). Згідно Положення існують такі форми контролю здобувачів ВО ступеня доктора філософії: поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації. Здобувачі можуть ознайомитись з відповідними критеріями оцінювання та формами контрольних заходів у силабусах та робочих програмах, які розміщені на сайті кафедри: <https://nubip.edu.ua/node/1129/8>. Робочі програми містять: критерії оцінювання, теми, рекомендовану літературу, приклади контрольних заходів. Література практично в усіх РП потребує оновлення. Наприклад, у РП «Інноваційний маркетинг» в переліку основної літератури наведено навчальний посібник: Кардаш В.Я. "Товарна інноваційна політика", 1999 р. (<https://bit.ly/3GomfZV>). В період карантину, як було зазначено Гарантом, контроль здійснювався у дистанційному режимі. Виконання навчальних модулів оцінюється за бальною системою. Сума набраних балів формує загальний рейтинг. Кількість балів, які можна набрати за конкретні види робіт, наведено у РП. Додаткові документи, якими регулюються форми контрольних заходів: «Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u34/_положення_система_якості_2016_на_сайт.pdf), «Положення про електронне освітнє середовище НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u34/8698_); «Положення про педагогічну практику здобувача вищої освіти ступеня доктора філософії (PhD) НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u347/pro_ped.praktiku_2020.pdf). РП Педагогічної (асистентської) практики 2020р. (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/robocha_programa_praktiki_aspirantiv_2020.pdf) та НП ОП 2020р., мають розбіжності. Згідно Положення педагогічна практика всіма здобувачами третього (Доктор філософії) рівня ВО має проходити на третьому курсі (5 семестр). В той час, як згідно РП п. 3.1 «...педагогічна асистентська практика проводиться для аспірантів четвертого року навчання». Цей факт підтверджено наданим за запитом ЕГ звітом про проходження практики Вінніченка С.А. Розбіжності в НП, РП та Положенні ставлять під сумнів фактичну реалізацію навчального процесу. Через запровадження практики на третьому курсі навчання руйнується логіка побудови безперервного опанування освітньої складової ОНП..

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

На момент проведення акредитаційної експертизи стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» третього (Доктор філософії) рівня ВО відсутній. Атестація здійснюється згідно з «Положенням про організацію освітнього процесу в НУБіП України» (розділ 7, https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u34/Pro_organization_navch_proces.pdf) та у «Положеннях про екзамени та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в НУБіП України» (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u145/polozhennya_pro_ekzameni_ta_zaliki_u_zdobuvachiv_vishchoyi_oshviti_stupenya_doktora_filosofiyi_u_nacionalnomu_universiteti_bioresursiv_i_prirodokoristuvannya_ukrayini_o.pdf).

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.

Як було зазначено на зустрічі із здобувачами, відділ аспірантури проводить зустрічі для ознайомлення з вибірковими дисциплінами, а також здобувачі мають можливість ознайомитись з відповідними ресурсами на сайті відділу аспірантури <https://nubip.edu.ua/node/90928>. Регулярні зустрічі також проводяться для аспірантів-першокурсників на спільну ознайомчу зустріч з проректором та представниками всіх структурних підрозділів. Проводиться інформування щодо нормативних документів, структури тощо. Ця інформація була підтверджена як здобувачами так і представниками відділу аспірантури. Як зазначено у Звіті інформація щодо контрольних заходів у розрізі дисциплін доводиться на першому занятті кожним лектором окремо. Також, як було зазначено вище студенти можуть ознайомитись із робочими програмами та силабусами на сайті кафедри

(<https://nubip.edu.ua/node/90928/13>) де розміщена інформація щодо контрольних заходів, критеріїв оцінювання та прикладів екзаменаційних білетів. Силабуси та РП не містять ПРН, що не дозволяє оцінити їх відповідність цілям ОП “Маркетинг” Розклад навчання розміщений на сайті відділу аспірантури <https://nubip.edu.ua/node/90928/15> Порядок регулювання конфліктів та оскарження процедури та результатів регламентовані наступними положеннями: “Оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів регламентовано Положенням про екзамени та заліки в НУБіП України” (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u284/polozh_ekzameni_zaliki_2020_dlya_saytu.pdf); Положенням про організацію освітнього процесу: (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u34/Pro_organization_navch_proces.pdf). Процедура апеляції як зазначається у Звіті наступна: подається заява на ім'я голови апеляційної комісії факультету не пізніше наступного робочого дня після оголошення оцінки і розглядається, як правило, в присутності здобувача вищої освіти, який подав апеляцію. Оскарження результатів атестації здобувачів в НУБіП України відбувається відповідно до Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії (ПКМУ від 6 березня 2019 р. № 167) та Порядку присудження наукових ступенів (ПКМУ від 24 липня 2013 р. № 567).

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.

Норми академічної доброчесності регулюються наступними положеннями: “Положенням про академічну доброчесність у Національному університеті біоресурсів і природокористування України” (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u145/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_u_nacionalnomu_universiteti_biorekursiv_i_prirodokoristuvannya_ukrayini.pdf), “Положенням про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у Національному університеті біоресурсів і природокористування України” (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u34/_polozhennya_sistema_yakosti_2016_na_sayt.pdf). З 2015 року НУБіП України має угоду з ТОВ «Антиплагіат». Всі роботи включаючи наукові (дисертаційні) розміщуються в репозиторії університету та підлягають перевірці на наявність плагіату за допомогою системи «Unicheck» або «StrikePlagiarism». Інформація була підтверджена на зустрічі з Гарантом. У ЗВО є діюча комісія з питань етики та академічної доброчесності <https://nubip.edu.ua/node/50083>. Для протидії запобігання плагіату виконуються наступні процедури: розміщення робіт у репозиторії університету та проведення спеціальних семінарських занять з приводу з основ культури наукової ділової мови та академічного письма

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

ЗВО має чіткі та врегульовані процедури дотримання норм академічної доброчесності, та регульовану практику перевірки робіт на плагіат.

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

Слабкі сторони: 1. У силабусах та робочих програмах є застаріла література, рекомендовано переглянути та оновити методичні матеріали. 2. На основі РП педагогічної практики 2020 рр та навчального плану ОП 2020 рр, документи мають суперечливості, які не дозволяють встановити відповідність даних. Рекомендовано критично переглянути підхід до формування педагогічної практики, навести чітку відповідність між документами, та оновити методичні матеріали, додати до робочих програм ПРН.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

ОНП має чітко визначені форми та методи проведення контрольних заходів, форми атестації здобувачів відповідають вимогам Стандарту. В ЗВО широко популяризується культура та дотримання норм академічної доброчесності. Рекомендовано переглянути оновленість літератури. Суперечності у ОНП та Робочій програмі практики не дають можливість повністю оцінити реалізацію даної практики. Загалом є відповідність критерію 5, з не суттєвими недоліками.

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.

У Звіті про СО наведено інформацію щодо викладачів, які забезпечували викладання дисциплін згідно НП 2020 р., в якому серед обов'язкових дисциплін лише одна маркетингового спрямування - «Інноваційний маркетинг». НП 2021 р. за обсягом освітньої складової та переліком дисциплін відрізняється від попередніх НП. ЕГ було сформовано запит про отримання інформації щодо відповідності освітньої та/або професійної кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників освітнім компонентам згідно п. 37 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджених постановою КМУ № 1187 від 30.12.2015 р. (в редакції постанови КМУ № 347 від 10.05.2018 р.), проте ЗВО такої інформації не надав. Гарантом на запит ЕГ було надіслано інформацію про відповідність викладачів ліцензійним вимогам, проте вона не є актуальною, оскільки містить дані не лише за 5 років та не стосується окремих ОК. ЕГ на основі інформації, отриманої під час зустрічей із Гарантом та НПП, а також розміщеної на сайті Навчально-інформаційного порталу НУБіП України <https://bit.ly/3pmEEzg> було з'ясовано орієнтовний склад викладачів, що забезпечують освітній процес за ОНП «Маркетинг». Загальна кількість викладачів, які задіяні для забезпечення освітнього процесу за ОНП становить 11 осіб. Всі викладачі мають науковий ступінь та вчене звання, серед них 3 канд. наук, доц. (27 %), 8 докт. наук, проф. (73 %). Стаж науково-педагогічної роботи від 17 до 50 р. За 9 викладачами закріплено по 1 дисципліні, за 1 викладачем – 2. Гарант ОНП згідно <https://bit.ly/3pmEEzg> задіяний у викладанні 6 вибірових дисциплін. Рівень професійної кваліфікації викладачів, що забезпечують викладання загальноуніверситетських нормативних дисциплін, в цілому відповідає вимогам. За відсутності інформації від ЗВО, експертною групою було проаналізовано персональні сторінки НПП кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, що викладають на ОНП, <https://nubip.edu.ua/node/30730> та виявлено, що вона є застарілою. Наприклад, в профілі Гаранта зазначено, що він є доцентом (згідно Звіту про СО – професор з лютого 2020 р.), посада – професор кафедри тощо. Інформація про публікацій Буряка Р.І. <https://bit.ly/3nggMvv> та Збарського В.К. <https://bit.ly/3vEqPym> відсутня. Останні публікації Бабічевої О.І. <https://bit.ly/3m2iLEm>, Рябчик А.В. <https://bit.ly/3G4Ndpc>, Луція О.П. <https://bit.ly/3pvSYX8> датовані 2016 р. Аналіз профілей у наукометричних базах, на сайтах та у пошукових системах, зокрема Google Scholar, Scopus, НБУВ тощо, відомостей про рівень їх наукової та професійної активності відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, наданих ЗВО, показав невідповідність рівня академічної кваліфікації тим ОК, які вони викладають на ОНП «Маркетинг», зокрема Буряка Р.І. щодо ОК «Маркетингові стратегії в агробізнесі», «Сучасні методи маркетингових досліджень», «Інформаційні технології в маркетингу», Збарського В.К. щодо ОК «Маркетингові стратегії в агробізнесі», Луція О.П. щодо ОК «Інноваційний маркетинг».

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

Конкурсний добір викладачів в НУБіП відбувається згідно з Порядком проведення конкурсу на заміщення посад науково-педагогічних працівників НУБіП України, затвердженим Вченою радою (протокол № 9 від 28 квітня 2021 р.) <https://bit.ly/2XBUqk5>. В положенні чітко прописані вимоги, які висуваються до кандидатів на конкретні посади (професора кафедри, доцента, старшого викладача, асистента тощо) та процедура проходження конкурсу. Під час прийняття заяви та документів претендент на посаду ознайомлюється з Етичним кодексом науково-педагогічного працівника (<https://bit.ly/3pmUKKe>), Колективним договором <https://bit.ly/3prmbql>, Правилами внутрішнього розпорядку <https://bit.ly/3GezKY8> та Порядком проведення конкурсу на заміщення посад науково-педагогічних працівників. Кандидатури претендентів на заміщення посад НПП попередньо обговорюються на засіданні кафедр за їх присутності, за умови карантину засідання може проводитися дистанційно. Для оцінки рівня професійної кваліфікації претендента кафедра може запропонувати провести відкрите заняття. Кафедра приймає рішення таємним або відкритим голосуванням. Висновки кафедри щодо професійних та особистих якостей претендентів та відповідні рекомендації передаються на розгляд вченої ради університету (ННІ, факультету). Вчена рада ННІ (факультету) обирає таємним голосуванням на посади НПП. Трудовий договір з науково-педагогічним працівником підписується на термін не більше п'яти років. Під час он-лайн зустрічі з Гарантом, адміністрацією ЗВО та НПП було з'ясовано, що в університеті чітко дотримуються вимог, визначених у Порядку проведення конкурсу. Проблем з добром кадрів не існує.

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

Рада роботодавців НУБіП <https://nubip.edu.ua/node/21573> функціонує відповідно до Положення про ради роботодавців у НУБіП України, що затверджено Вченою радою 22.04.2015 р. (протокол № 9). <https://bit.ly/3FXLT05>. На факультеті аграрного менеджменту функціонує Рада роботодавців факультету, до складу якої входить 13 осіб <https://nubip.edu.ua/node/1599/13>. У звіті СО наведено посилання на проведені заходи у 2015, 2019, 2021 рр. із залученням роботодавців (<https://nubip.edu.ua/node/15204>, <https://nubip.edu.ua/en/node/93278>, <https://nubip.edu.ua/node/58466>), на яких відбувалося обговорення «тенденцій розвитку факультету, особливостей підготовки фахівців, посилення інтеграції в світовий освітній і науковий простір, організації і проведення

конференцій та семінарів, наукових зв'язків факультету та організацію дозвілля студентів». Під час он-лайн зустрічей експертною групою з'ясовано, що кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі періодично залучає роботодавців до перегляду ОНП, проведення майстер-класів, написання рецензій тощо. Серед організацій, з якими співпрацює кафедра є: «Український дім імпорту», ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», ТОВ «Агріаналітика», Агрохолдинг «LNZ Group». Однак, на сторінці «Співпраця» кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі <https://nubip.edu.ua/node/1129/6> відсутня інформація про компанії, з якими співпрацює кафедра.

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

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі періодично залучає роботодавців до проведення майстер-класів та тренінгів. Цю інформацію підтвердили під час он-лайн зустрічей здобувачі та роботодавці. Для здобувачів вищої освіти було проведено відкриті лекції та майстер-класи: <https://nubip.edu.ua/node/91689>; <https://nubip.edu.ua/node/83130>; <https://nubip.edu.ua/node/80931>; <https://nubip.edu.ua/node/71072>; <https://nubip.edu.ua/node/77477>), проте здобувачі третього рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» були залучені лише до одного заходу - вебінару «Використання CRM системи Бітрікс24 в бізнесі: маркетинг» (<https://nubip.edu.ua/node/77477>). Під час он-лайн зустрічі з'ясовано, що з присутніх на зустрічі роботодавців, лише одна особа брала участь у проведенні занять здобувачів, при чому останній майстер-клас відбувався 2 роки тому. Перешкод в організації відкритих заходів у ЗВО експертною групою не виявлено.

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

Вченою радою НУБіП України 25.11.2020 р. (протокол № 4) затверджено «Положення про професійний розвиток науково-педагогічних працівників НУБіП України» <https://bit.ly/3vLTRm7>, згідно якого НПП Університету мають підвищувати свою кваліфікацію не рідше одного разу на п'ять років. Обсяг підвищення кваліфікації НПП не може бути меншим ніж шість кредитів ЄКТС. У разі підвищення кваліфікації шляхом інформальної освіти подається звіт або творча робота, персональне розроблення електронного освітнього ресурсу, оприлюднені на сайті факультету (ННІ). У «Положенні про підвищення кваліфікації НПП НУБіП України у провідних підприємствах, організаціях, установах та навчальних закладах України» (затв. Ректором 28.10.2016 р.) <https://bit.ly/3nmAV2U> визначено наступні види підвищення кваліфікації: довгострокове (108 годин – з видачею посвідчення про підвищення кваліфікації); стажування на виробництві (підприємствах, організаціях, установах) (144 години – з видачею посвідчення про підвищення кваліфікації); короткострокове (семінари, семінари практикуми, семінари-наради, семінари-тренінги, тренінги, вебінари, «круглі столи» тощо – не менше 24 годин, з видачею довідки, сертифікату. Аналіз інформації, отриманої згідно запиту ЕГ, свідчить про наявність документів про підвищення кваліфікації у всіх НПП, задіяних в освітньому процесі за даною ОНП, окрім Гаранта. Відсутність достовірних даних про сертифікати та посвідчення, що свідчать про підвищення кваліфікації Бурая Р.І. за останні п'ять років, є доказом порушення не лише нормативної бази ЗВО <https://bit.ly/3nmAV2U>, а й п.21 Постанови КМУ від 21 серпня 2019 р. № 800 (із змінами, внесеними згідно з Постановою № 1133 від 27.12.2019). Згідно п. 2.4 Положення про підвищення кваліфікації <https://bit.ly/3nmAV2U> організація підвищення кваліфікації НПП здійснюється ННІ післядипломної освіти. В структурі НУБіП такого ННІ не існує. ЕГ з'ясувала, що Наказом ректора № 659 від 26 червня 2019 року змінена назва інституту на Навчально-науковий інститут неперервної освіти і туризму (<https://nubip.edu.ua/structure>), однак зміни до Положення внесені не були. Наказом ректора № 14 від 14.01.2020 р. введено в дію «Положення про підвищення кваліфікації НПП НУБіП України, інших закладів освіти і установ усіх форм власності та сфер управління, які проводять підвищення кваліфікації на базі університету» <https://bit.ly/2ZoiuCW>, в якому визначено основні положення щодо підвищення кваліфікації, основні види, терміни, звітність тощо. Тематика, за якою проводяться курси оприлюднена у відкритому доступі <https://nubip.edu.ua/node/70422>, <https://nubip.edu.ua/node/97023>.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

В НУБіП запроваджено рейтингове оцінювання викладачів, Відповідно до Положення про рейтингову систему оцінки діяльності НПП та структурних підрозділів <https://bit.ly/3Ca6LX4> щорічно підведення підсумків діяльності НПП та окремих структурних підрозділів здійснюється за рейтинговою системою. НПП, які мають коефіцієнт рейтингу $K_{заг} > 1,00$, отримують посадовий оклад з урахуванням показника рейтингу за наслідками їх індивідуальної діяльності у попередньому році. При цьому утворюється новий підвищений посадовий оклад, до якого здійснюється нарахування доплат, надбавок, премій, виплата матеріальної допомоги та інших виплат стимулюючого чи компенсуючого характеру. Порядок оплати праці працівників університету на підставі рейтингової оцінки їх діяльності, надання їм надбавок та виплати премій регламентується окремими положеннями. За запитом ЕГ було отримано інформацію щодо рейтингу викладачів кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі. Під час аналізу отриманих документів було виявлено, що всі викладачі кафедри, які залучені до викладання на ОНП «Маркетинг», працюють на 1,0 ставку, проте всі мають понаднормове навчальне навантаження (Бурая Р.І. - 650 год., Збравський В.К. - 645 год., Луцій О.П. - 687 год., Бабічева О.І. - 702 год., Рябчик А.В. - 653 год.), що є порушенням ст. 56 Закону України «Про вищу освіту». Разом з тим на кафедрі є викладачі, обсяг навчального навантаження яких складає 45-

77 % від 600 год. Для стимулювання НПП, в ЗВО розроблено нормативні документи, серед яких: Положення про надання щорічної грошової винагороди педагогічним працівникам університету <https://bit.ly/3m4UP3d>; Положення про преміювання працівників університету <https://bit.ly/2ZcyAzc>; Порядок надання премії аспірантам та студентам <https://bit.ly/2YWGbCq>. Під час спілкування з НПП, адміністрацією ЗВО та здобувачами факти існування додаткового матеріального заохочення були підтверджені. Окрім матеріального заохочення НПП отримують грамоти та подяки.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Чітко визначені процедури конкурсного добору викладачів, залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу у ЗВО, стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП.

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

Слабкі сторони: Невідповідність академічної та професійної кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі освітнім компонентам ОНП. Епізодичність залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу, а також аудиторних занять. Відсутність документів щодо обов'язкового підвищення кваліфікації деяких НПП раз на п'ять років. Рекомендовано здійснити добір викладачів для викладання дисциплін у відповідності до їх академічної та/або професійної кваліфікації. Залучати роботодавців до освітнього процесу на регулярній основі. Ретельніше контролювати строки проходження підвищення кваліфікації НПП.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

ОНП «Маркетинг» повністю узгоджена за підкритерієм 6.2, частково - за підкритеріями 6.1, 6.3-6.6. Суперечливість фактів у звіті СО, відсутність достовірної інформації щодо відповідності академічної та/або професійної кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників освітнім компонентам ОНП є недоліками, які потребують суттєвого доопрацювання, однак, враховуючи голістичний підхід в оцінюванні, а також різну вагомість окремих підкритеріїв, ОНП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 6.

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.

На основі наданої ЕГ під час перегляду матеріально-технічної бази інформації, відеопрезентацій, аналізу Звіту СО, ЕГ пересвідчилась, що за кафедрою, де реалізується ОНП, закріплені спеціалізовані аудиторії для проведення лекційних та семінарських занять, комп'ютерні класи є галузева лабораторія. НУБіП України має потужну матеріально-технічну базу: лекційні аудиторії і кабінети для проведення практичних занять, забезпечені сучасним мультимедійним обладнанням. У розпорядженні здобувачів ВО 17 навчальних корпусів, 14 гуртожитків, спортивний комплекс (спортивні зали, стадіон, тенісні корти). До послуг здобувачів є бібліотека, з комп'ютерними кабінетами та безкоштовним Wi-Fi. Наукова бібліотека має 5 філіалів, 2 читальні зали з фондом понад 1 млн од., у т.ч. 300 тис. підручників і навчальних посібників, 604 тис. од. наукової літератури (<https://nubip.edu.ua/structure/library>). Є лекційні аудиторії, які обладнані мультимедійним комплексом, що дозволяє поєднувати офлайн та онлайн-освіту. Здобувачі можуть віртуально бути присутніми в аудиторії і брати участь у лекційних та семінарських заняттях. У розпорядженні здобувачів оздоровчий центр (<https://nubip.edu.ua/node/56101>), спортивно-оздоровчий табір «Академічний» (<https://nubip.edu.ua/node/92408>), відділ соціальної роботи (<https://nubip.edu.ua/node/12433>), їдальні, кінно-спортивний комплекс, інформаційний центр. Стосовно навчально-методичного забезпечення ОНП, надані відомості є неповними, що не дає можливості ЕГ підтвердити або спростувати факт досягнення визначених ОНП цілей та ПРН.

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.

Головним ресурсом навчально-методичної бази є ЕНК (<https://elearn.nubip.edu.ua/>), на сайті розміщуються лекції та заняття по всім дисциплінам. Здобувачі підтвердили що мають доступ до ресурса та знайомляться там з матеріалами дисципліни. У курсі є додаткові опції такі як: форум, чат, розміщення оголошень. У модулях присутня наступна інформація: лекційний матеріал разом з презентаційними матеріалами, завдання для практичної та самостійної роботи, перелік контрольних питань, тестові завдання для проміжної та підсумкової атестації. Поряд із цим, не всі курси містять всі зазначені опції, а за дисциплінами, закріпленими за Гарантом ОНП, доступ до модулів надано не було. Здобувачі мають доступ до наукової, цифрової та електронної бібліотек, наукометричних бази даних SCOPUS, Web of Science та EBSCO PUBLISHING (<https://nubip.edu.ua/node/39060>).

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.

Як зазначено у Звіті для співробітників і здобувачів постійно проводяться інструктажі та заходи із забезпечення протипожежної безпеки і цивільної оборони (<https://nubip.edu.ua/node/69757>). Накази про дистанційне навчання в умовах пандемії COVID-19 переведена на дистанційне навчання. Приміщення обробляються засобами санітарної обробки приміщень, температурного скринінгу, контролю за станом здоров'я співробітників і здобувачів; запроваджено обов'язковий масковий режим; місця загального користування обладнані дезінфікуючими засобами.

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

В НУБіП України відбувається комунікація здобувачів з керівництвом (<https://nubip.edu.ua/node/86510>). В університеті створені та функціонують Спілка молодих вчених, метою роботи якої є "демократизація освітнього і наукового простору та сприяння вирішенню соціально-економічних проблем молодих вчених." (<https://nubip.edu.ua/node/3530>), Рада аспірантів (<https://nubip.edu.ua/node/86492>), яка є структурним підрозділом Спілки молодих вчених, Первинна профспілкова організація студентів та аспірантів (<https://nubip.edu.ua/node/82173>). Організаційна підтримка здійснюється через деканат і відділ аспірантури. Здобувачі можуть звертатися з різних питань безпосередньо до працівників даних структурних підрозділів, за допомогою засобів електронних комунікацій або через Голову аспірантської ради факультету. Також в університеті функціонує Центр соціально-психологічної служби (<https://nubip.edu.ua/node/63099>), який надає безкоштовні консультації психолога, як у дистанційному режимі, так і офлайн. Під час зустрічі зі здобувачами було з'ясовано, що вони задоволені освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою.

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

В НУБіП створені умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами. Особи з особливими потребами мають можливість навчатись дистанційно через платформу <https://elearn.nubip.edu.ua>. Також для них забезпечені умови щодо індивідуального відвідування лекцій. На зустрічі з Гарантом було наведено приклад індивідуального підходу до задоволення освітніх потреб здобувача, який навчався за цією спеціальністю, але за іншою ОП. Для здобувача проводилися індивідуальні заняття у пристосованих аудиторіях. Зважаючи на часткову мобільність здобувача, викладачі приходили на пари за місцем його локації. Приміщення ЗВО обладнані пандусами для комфортного переміщення осіб з особливими потребами. Право на освіту таких осіб регламентуються "Положенням про організацію освітнього процесу" (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u284/polozhennya_organizaciyu_osvitnogo_procesu_2021_z_dopovnenniyam_dlya_saytu.pdf), яке враховує Порядок організації інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми проблемами в ЗВО (постанова Кабінету Міністрів України від 10.08.2019 № 635). Відповідно у п. 4 «Інклюзивне навчання» для здобувачів з особливими потребами передбачено створення інклюзивного освітнього середовища; забезпечення необхідними навчально-методичними матеріалами та інформаційно-комунікаційними технологіями, застосування прийнятних методів і способів спілкування. На момент проведення експертизи на ОНП "Маркетинг" здобувачів з особливими освітніми потребами не навчаються.

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.

Під час онлайн-зустрічі зі здобувачами ВО, НПП та адміністрацією було з'ясовано, що серед здобувачів ВО, що навчаються за даною ОНП, випадків, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією чи корупцією не було. В НУБіП України розроблено «Положення про попередження та протидію сексуальним домаганням і дискримінації у НУБіП України» (<https://nubip.edu.ua/node/71477>), згідно якого у ЗВО створено комісію з попередження і боротьби із сексуальними домаганнями та дискримінацією в університеті. До врегулювання конфліктних ситуацій можуть долучатися також юридичний відділ (<https://nubip.edu.ua/node/49042>) та відділ кадрів (<https://nubip.edu.ua/node/50589>). В університеті діють «Скриньки довіри», є уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (<https://nubip.edu.ua/node/18211>). ЕГ констатує, що в НУБіП сформовані чіткі і зрозумілі процедури реагування на конфліктні ситуації, у тому числі, передбачено: розгляд звернення, спілкування з усіма сторонами конфлікту, шляхи і процедури запобігання та розв'язання конфліктів.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Головним ресурсом навчально-методичної бази є ЕНК (<https://elearn.nubip.edu.ua/>), який дозволяє здійснювати навчання в дистанційному режимі та задовольняти необхідний доступ для людей з особливими потребами. У ЗВО створено потужну службу психологічної підтримки здобувачів ВО та НПП.

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

Надані відомості стосовно навчально-методичного забезпечення є неповними.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

В цілому, у ЗВО сформовано освітнє середовище та наявні матеріальні ресурси, які сприяють досягнення визначених ОНП цілей та ПРН. Створено умови для здобувачів з особливими потребами, унормовано процедури вирішення конфліктних ситуацій. Відповідність критерію є достатньою.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Порядок розроблення, реалізації, моніторингу та періодичного перегляду освітньо-наукової програми регламентовано «Положенням про освітньо-наукові програми докторів філософії в НУБіП України», затвердженого Вченою радою від 25.04.2018 р. (Протокол № 9) (<https://bit.ly/3m3CWS5>), згідно якого розроблення, моніторинг та перегляд ОНП здійснюється проектною групою, затвердженою деканом факультету / директором інституту. Згідно Положення ОНП може щорічно оновлюватися «в частині всіх компонентів, крім місії (цілей) і програмних результатів навчання». За запитом ЕГ було надано Накази 2017, 2019 та 2021 рр. «Про створення проектних груп по підготовці освітньо-наукових програм». Так, у 2021 р. вперше до складу «проектної групи» ОНП «Маркетинг» в кількості 6 осіб було включено одного здобувача вищої освіти (Наказ № 448 від 28.04.2021 р.), однак в ОНП 2021 р., що затверджена Протоколом № 10 від 21.05.2021 р. визначено склад проектної групи в складі 4 викладачів випускової кафедри, прізвище здобувача вищої освіти серед розробників відсутнє. Експертною групою було створено запит щодо отримання документів, які підтверджують перегляд ОНП, проте ЗВО документів не надав. У відомостях СО зазначено лише один приклад внесення змін до ОНП: «В ОНП «Маркетинг» для здобувачів 2017 і подальших років вступу у навчальний план були внесені окремі зміни, зокрема відкореговано наповнення вибіркової дисципліни «Сучасні методи маркетингових досліджень» - додана інформація по реалізації апгрейтів програмно-апаратного забезпечення SPSS». Дану інформацію перевірити не вдалося, оскільки доступ до електронного курсу за запитом ЕГ надано не було <https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=4855>, а на сайті кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі розміщено лише робочу програму 2020р. <https://bit.ly/3pu6x9K>.

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 спілкування із здобувачами вищої освіти та представниками студентського самоврядування було виявлено, що вони знають про можливість висловлювати свої пропозиції щодо покращення ОНП. Опитування здобувачів щодо ОНП відбувається за допомогою анкетування. Зі слів здобувачів, останнє опитування проводилося в червні 2021 р. Окрім, цього, висловлювати пропозиції щодо покращення ОНП можна під час безпосереднього спілкування з керівниками дисертаційного дослідження, а також на засіданнях кафедри. Гарант ОНП під час он-лайн зустрічі наводив приклади пропозицій, щодо внесення до ОНП нових дисциплін, наприклад, «Інформаційні системи в маркетингу», які були запропоновані здобувачами вищої освіти під час перегляду ОНП, проте під час он-лайн зустрічей дана інформація підтверджена не була. Здобувачами вищої освіти було зазначено, що вони пропонували лише посилити співпрацю з практикуючими маркетингологами. Анкета для опитування здобувачів третього освітнього рівня ОНП «Маркетинг» https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/anketa_aspiranta_075_marketing.pdf складається із 17 запитань. Однак, об'єктивність отриманих результатів опитування є сумнівною, оскільки в анкеті передбачено зазначення ПІБ здобувача та його підпису. При цьому питання 10 передбачає оцінювання «академічної та професійної кваліфікації викладачів, задіяних у реалізації освітньої програми» за 5-ти бальною шкалою. В переліку викладачів наведено лише 4 прізвища викладачів кафедри. На сторінках аспірантури факультету та кафедри, де передбачено розміщення результатів опитування згідно «Порядку опитування здобувачів ВО ступеня доктора філософії, аналізу та представлення результатів опитування» (зтв. Наказом ректора від 22.06.2021 р.) <https://bit.ly/3bougWz>, посилання на відсутні (<https://nubip.edu.ua/node/1599/16>, <https://nubip.edu.ua/node/1129/8>). Результати опитування та документи, що підтверджують залучення здобувачів до перегляду ОНП, а також розгляду пропозицій, які надходили, ЕГ надано не було, що ставить під сумнів достовірність інформації про проведення опитувань. У Відомостях про СО посилання на приклади залучення до перегляду ОНП здобувачів відсутні.

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

В НУБіП України діє Рада роботодавців університету <https://nubip.edu.ua/node/21573>, діяльність якої регламентується «Положенням про ради роботодавців у НУБіП України», затверджене Вченою радою 22.04.2015 р. (протокол № 9). <https://bit.ly/3FXLT05>. Окрім цього, на факультеті аграрного менеджменту створено Раду роботодавців факультету, до складу якої входить 13 осіб <https://nubip.edu.ua/node/1599/13>, проте серед яких немає жодного представника роботодавців, з якими спілкувалася ЕГ під час акредитації та які надавали відгуки на ОНП. У звіті про СО зазначено, що «на розширеному засіданні вченої ради факультету аграрного менеджменту (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u320/plan_roboti_radi_robotodavciv_fakultetu_agrarnogo_menedzhmentu_na_2020_rik_n_1.pdf) було обговорено пропозиції ради роботодавців щодо вдосконалення ОНП», проте за даним посиланням розміщено План роботи ради роботодавців на 2020 р, згідно якого у лютому 2020 р. мало відбутися «Спільне засідання з гарантими освітніх програм з питань оцінки якості навчальних планів і програм підготовки фахівців відповідно до вимог ринку праці». Протоколів засідання, питань, які виносилися на розгляд чи інших підтверджуючих документів про обговорення ОНП «Маркетинг» немає. Гарантом ОНП зазначено, що до переліку освітніх компонент, які були запропоновані роботодавцями відносяться «Розвиток агропродовольчих ринків в умовах євроінтеграції», «Математичне моделювання та планування експерименту». Дані дисципліни є в ОНП 2021 р., однак підтверджуючих документів про результати обговорення ОНП експертна група за запитом не отримала від ЗВО. Під час он-лайн зустрічі з роботодавцями було з'ясовано, що їх залучають до обговорення ОНП. Роботодавці зазначили, що вони задоволені співпрацею з кафедрою, підкреслили орієнтацію ОНП на аграрний сектор, якість ОНП вважають задовільною. Навели приклади залучення їх до навчального процесу здобувачів в якості лекторів, однак два роки тому. Серед рекомендацій, наданих роботодавцями, слід відмітити, необхідність активізації наукової роботи здобувачів.

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

Випуск здобувачів вищої освіти за ОНП «Маркетинг» в кількості 2 осіб відбувся вперше восени 2021 р. На момент проходження акредитації захист аспірантів не відбувся. Кафедра підтримує зв'язок із випускниками. В НУБіП України в працює з 1999 р. Відділ з працевлаштування випускників та видачі документів про вищу освіту (<https://nubip.edu.ua/node/6882>), який сприяє працевлаштуванню здобувачів вищої освіти.

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 НУБіП України розроблено «Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НУБіП України», затверджене Вченою радою університету 26.08.2016 р. (протокол № 1) <https://bit.ly/3Ed9Aat>, яке на момент акредитації є застарілим, оскільки в ньому зазначено, що «Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти ... складається із: Програми розвитку Університету на 2015-2020 роки «Голосіївська ініціатива-2020»...» (стор. 5), в п. 2 визначено заходи з реалізації програми розвитку університету на 2015-2020 рр. В університеті існує Відділ якості освіти, маркетингу та профорієнтаційної роботи <https://nubip.edu.ua/node/2121>, метою діяльності якого є забезпечення внутрішньої системи якості в університет. На сторінці Відділу оприлюднено результати оцінювання здобувачів ЗВО <https://nubip.edu.ua/node/2121/2>, Щорічного оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗВО <https://nubip.edu.ua/node/2121/3>, Моніторингу якості освіти <https://nubip.edu.ua/node/2121/4>, проте інформація щодо здобувачів ОНП «Маркетинг» відсутня. Посилання на анкету для проведення опитування здобувачів третього рівня ВО на даному сайті відсутня <https://nubip.edu.ua/node/2121/1>. Згідно інформації на сайті ЗВО <https://nubip.edu.ua/node/5171>, «в НУБіП України впроваджена система менеджменту якості згідно стандарту ISO 9001:2008», проте доступ до системи менеджменту якості НУБіП України відсутній <http://qms.nubip.edu.ua/>. У Відомостях про СО зазначено, що за час реалізації ОНП було виявлено такі недоліки, як «недостатня участь частини здобувачів у покращенні ОНП; проблема долучення аспірантів до міжнародної академічної спільноти; на початковому етапі реалізації ОНП – обмежений перелік вибіркових дисциплін, а обов'язкові компоненти не забезпечували досягнення всіх програмних результатів навчання». ЕГ констатує, що більшість виявлених недоліків на момент акредитації не усунено (залучення здобувачів до покращення ОНП залишилося епізодичним і носить більш формальний характер; аспіранти ОНП «Маркетинг» не беруть участь у міжнародних проектах; перелік вибіркових дисциплін згідно ОНП 2020 р. становив 6 шт, з яких обиралося 2).

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 ОНП «Маркетинг» проводиться вперше.

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

В НУБіП прийнято ряд нормативних документів, які сприяють формуванню культури якості освітньої програми та дотримання академічної доброчесності, серед яких: «Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НУБіП України» <https://bit.ly/3Ed9Aat>, «Положення про академічну доброчесність в НУБіП України» <https://bit.ly/3VTh7ui>, «Положення про порядок перевірки наукових, навчально-методичних, дисертаційних, магістерських, бакалаврських та інших робіт на наявність плагіату в НУБіП України» <https://bit.ly/3aIzyph>, «Етичний кодекс науково-педагогічного працівника» <https://bit.ly/3pmUKKe> тощо. Під час он-лайн зустрічей було з'ясовано, що під час здійснення перевірки робіт здобувачів на плагіат, неякісні роботи повертаються на доопрацювання. Згідно Відомостей про СО «двічі на рік експертна група, утворена з НПП різних факультетів, проводить засідання з атестації електронних навчальних курсів (<https://elearn.nubip.edu.ua/>), формує звіти їх використання (<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=216>) і зауваження щодо покращення ЕНК». В Протоколах засідань комісії з атестації електронних навчальних курсів інформація про атестацію дисциплін профільної підготовки, що викладаються для здобувачів ОНП «Маркетинг» відсутня.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

В НУБіП розроблено нормативні положення, які чітко визначають процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми.

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

Слабкі сторони: Порушення внутрішньої нормативної бази, невідповідність складу проектної групи ОНП «Маркетинг» 2021 р. Наказу ректора. Відсутність документів, що підтверджують залучення здобувачів ВО до перегляду ОНП, в тому числі у Відомостях про СО. Відсутність результатів опитування здобувачів ОНП «Маркетинг» щодо якості навчального процесу та освітньої програми, що свідчить про недотримання «Порядку опитування здобувачів ВО ступеня доктора філософії, аналізу та представлення результатів опитування в НУБіП України». Застаріла інформація в деяких нормативних документах, які регламентують забезпечення якості закладу вищої освіти, зокрема «Положенні про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти». Відсутність доступу до системи менеджменту якості. Рекомендації: Привести склад проектної групи ОНП до Наказу ректора, регулярно залучати до проектної групи ОНП здобувачів вищої освіти та роботодавців та вести документацію з даного

питання; регулярно проводити опитування здобувачів щодо якості освітньої програми та оприлюднювати результати опитування на сайті ЗВО; оновити інформацію в Положенні про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти; відкрити доступ до системи менеджменту якості.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

ОНП «Маркетинг» має часткову узгодженість за всіма підкритеріями критерію 8. Враховуючи голістичний підхід та той факт, що визначені недоліки та зауваження не є суттєвими, ОНП та освітня діяльність за цією програмою загалом відповідають Критерію 8.

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.

Нормативні акти та положення, що регламентують діяльність ЗВО розміщені на головному сайті НУБіП (<https://nubip.edu.ua/node/13300>). Серед них: «Положення про організацію освітнього процесу в університеті» <https://bit.ly/3DPcxO5>; «Положення про ради роботодавців в НУБіП України» <https://bit.ly/3jctvxZ>; Наказ «Про ведення в дію Положень про присвоєння почесних звань університету» <https://bit.ly/3AOD4t3>; «Порядок розгляду атестаційних матеріалів здобувачів вчених звань професора, доцента і старшого дослідника в НУБіП України зі змінами і доповненнями» <https://bit.ly/2XkM5MF>; «Положення про планування та облік роботи науково-педагогічних працівників НУБіП України» <https://bit.ly/3lPoflB>; «Положення про екзамени і заліки в університеті» <https://bit.ly/3aLr8O6>; «Правила призначення академічних стипендій у НУБіП України» <https://bit.ly/2Z2Net1>; «Правила внутрішнього розпорядку» <https://bit.ly/3pa73cx>; «Порядок надання премії аспірантам та студентам» <https://bit.ly/2YWGbCq>; «Положення про попередження та протидію сексуальним домаганням і дискримінації у НУБіП України» <https://bit.ly/3vkHxT8>. Проте посилання на зазначені серед офіційних документів «Порядок присвоєння вчених звань науковим і науково-педагогічним працівникам» та Наказ від 12.07.2018 року «Про введення в дію Порядку розгляду атестаційних матеріалів здобувачів в НУБіП України зі змінами і доповненнями» відсутні (<https://nubip.edu.ua/node/13300>). На головному сайті ЗВО також розміщено «Антикорупційну програму» (<https://bit.ly/3BXUoP9>), проте знайти її досить складно (Головна – Підрозділи університету – Інші підрозділи – Антикорупційні заходи – Антикорупційна програма) (<https://nubip.edu.ua/structure>). Окремо в розділі Головна - Освітня діяльність – Положення (<https://nubip.edu.ua/node/12654>) розміщено 52 документи щодо організації освітнього та виховного процесу в НУБіП України. Серед них: «Положення про професійний розвиток НПП» <https://bit.ly/3vlTRm7>; «Положення про підготовку фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти» <https://bit.ly/3opVl3e>; «Положення про академічну доброчесність» <https://bit.ly/3VTh7ui>; «Положення про порядок перевірки наукових, навчально-методичних, дисертаційних, магістерських, бакалаврських та інших робіт на наявність плагіату» <https://bit.ly/3aLzyph>; «Про академічну мобільність студентів і аспірантів» <https://bit.ly/3DLnVKQ>. Всі нормативні документи мають чітку структуру, є зрозумілими. Доступ до Статуту і положень є відкритим. Здобувачі та НПП під час зустрічей підтвердили обізнаність щодо своїх прав, можливостей та обов'язків. На сайті ЗВО також розміщено посилання на проекти змін та доповнень до існуючих положень для громадського обговорення, починаючи з 2019 р. <https://nubip.edu.ua/node/65939>.

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.

У розділі «Обговорення» відділу аспірантури НУБіП <https://nubip.edu.ua/node/90928/17> відсутня інформація щодо проектів та результатів обговорення ОНП «Маркетинг». На сайті Факультету аграрного менеджменту, посилання на який наведено у відомостях про самооцінювання (<https://nubip.edu.ua/node/1599/16>), оприлюднено ОНП за 2019-2021 р., однак проекти для обговорення ОНП відсутні. На сайті кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі <https://nubip.edu.ua/node/88457> розміщено проект ОНП 2021 р. (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/onp_phd_marketing2021_proekt_o.pdf) та анкету для громадського обговорення (<https://bit.ly/3C5hC4A>), однак дати розміщення немає, що не дозволяє виявити, чи дотримується ЗВО вимоги щодо оприлюднення у відкритому доступі відповідного документу (не пізніше ніж за місяць до затвердження.) Інформація про проекти ОНП за попередні роки та результати обговорення відсутні.

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.

ОНП НУБіП за 2020-21 рр., та 2021-22 рр. оприлюднено на сторінці «Відділ аспірантури» <https://nubip.edu.ua/node/90928/9>, проте під час експертизи, ОНП за спеціальністю «Маркетинг» за 2021-22 рр. була відсутня. Посилання на ОНП з'явилося на сайті 18.10.2021 р. На сторінці факультету аграрного менеджменту <https://nubip.edu.ua/node/1599/16> розміщено ОНП за 2019, 2020, 2021 рр., однак ОНП 2020 р. не містить підписів та печаток, що не дозволяє підтвердити її достовірність. Тут же містяться посилання на навчальні плани 2017-2019 рр., 2021 р. НП 2020 р. відсутній. Інформація в навчальних планах є суперечливою. Наприклад, НП 2019 р. містить одночасно два «Плани навчального процесу» <https://bit.ly/3FU3v4p>, які відрізняються між собою і підписані різними Керівниками проєктних групи (стор. 5 - Буряк Р.І., стор. 8 - Ларіна Я.С.). На цій же сторінці <https://nubip.edu.ua/node/1599/16> є посилання на анотації вибіркових дисциплін, однак їх перелік не відповідає НП 2021 р. Так, на сайті розміщено анотації ОК: «Інформаційні технології в маркетингу», «Маркетингові стратегії в агробізнесі», «Сучасні методи маркетингових досліджень», які відсутні у НП 2021 р. Анотації ОК «Математичне моделювання та планування експерименту», «Цифровий маркетинг», «Інфраструктура світового ринку продовольства», «Інноваційний маркетинг», «Розвиток агропродовольчих ринків в умовах євроінтеграції» відсутні. В анотаціях дисциплін «Інфраструктура світового ринку продовольства» та «Маркетингове забезпечення ділової досконалості» кількість кредитів не відповідає НП (5 замість 6). Робочі програми (за 2019-2021 рр.) <https://nubip.edu.ua/node/1599/16> не підписані, що ставить під сумнів їх достовірність. Перелік робочих програм є фрагментарним та нелогічним, наприклад, за 2021 р. розміщено робочі програми лише з ОК (1 обов'язкової - «Інформаційні технології в маркетингу», 2 вибіркових - «Інноваційний маркетинг», «Інфраструктура світового ринку продовольства»). Силабуси є тільки для 2 вибіркових дисциплін. Кількість кредитів в робочій програмі та силабусі ОК «Інноваційний маркетинг» не відповідає НП (3 замість 6). На сторінці кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі <https://nubip.edu.ua/node/1129/8> розміщено ОНП 2017, 2019, 2020, 2021 рр.; навчальні плани 2017-2021 рр.; робочі програми дисциплін за 2019-2021 рр. Лише 3 робочі програми 2021 р. є підписаними та містять печатки ЗВО («Філософія науки», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Педагогіка та управління закладами вищої освіти»). Робочі програми деяких ОК відсутні, зокрема: РП обов'язкових дисциплін 2021 р. - «Методологія маркетингових досліджень», «Формування маркетингових стратегій в агробізнесі», «Педагогічна (асистентська) практика»; вибіркових - «Математичне моделювання та планування експерименту», «Цифровий маркетинг», «Маркетингове забезпечення ділової досконалості», «Розвиток агропродовольчих ринків в умовах євроінтеграції». При цьому є робоча програма «Мікроекономіка та Макроекономіка 2», яка не передбачена НП 2021 р.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Прозорість і публічність основних документів, процедур, що забезпечують та регулюють освітній процес в університеті.

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

Слабкі сторони: Відсутність на сайтах узагальненої інформації щодо результатів обговорення ОНП «Маркетинг». Нерегулярне оприлюднення на сайтах ОНП для громадського обговорення. Відсутність підписів та печаток на відсканованих документах, що безпосередньо стосуються освітнього процесу, оприлюднених на сайтах ЗВО, зокрема робочих програмах, навчальних планах тощо. Розбіжність інформації про вибіркові дисципліни на різних сторінках сайту ЗВО. Невідповідності в силабусах, робочих програмах навчальних дисциплін та навчальних планах, які оприлюднені на сайті, з навчальними планами. Рекомендації: своєчасно розміщувати на сайтах інформацію про проєкти ОНП для громадського обговорення з вказанням дати публікації; оприлюднювати результати обговорення; замінити скановані документи файлами, що містять печатки та підписи; привести у відповідність інформацію щодо вибіркових дисциплін; замінити файли силабусів та робочих програм відповідно до навчального плану.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

ОНП «Маркетинг» має повну узгодженість за підкритерієм 9.1, частково узгоджена за підкритеріями 9.2 та 9.3. Враховуючи значний рівень узгодженості та виявлені недоліки, які не є суттєвими, ОНП цілком відповідає вимогам критерію 9.

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.

В процесі аналізу ВСО, онлайн-зустрічей у фокус-групах ЗВО, розгляду інформації, розміщеної у відкритому доступі, ЕГ встановила, що не всі обов'язкові компоненти ОНП (2020 р.) відповідають науковим інтересам здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг щодо забезпечення фахових компетентностей. Так, ОК «Інноваційний маркетинг» хоча і відповідає за назвою профілю ОНП та за змістовим наповненням є ідентичним дисципліні «Товарно-інноваційна політика». Стосовно вибірових компонент, то за ОНП (2020 р.) здобувач Омеляненко О.В. (2020 рік вступу, керівник – Буряк Р.І.) обрав дисципліни «Інформаційні технології в маркетингу» та «Розвиток агропродовольчих ринків в умовах євроінтеграції», що формально відповідає його темі дисертаційної роботи «Розвиток інтернет маркетингу на підприємствах аграрного сектору». Проте за змістом ОК «Інформаційні технології в маркетингу» не є дотичною інтернет маркетингу. Здобувачі 2017 року вступу (науковий керівник Ларіна Я.С.) – Вінніченко С.А. (Тема дисертації: «Формування маркетингової стратегії розвитку підприємств на ринку продукції бджільництва») та Шапоренко О.О. (Тема дисертації: «Формування стратегії просування органічних харчових продуктів») – в якості вибірових обирали ОК «Інфраструктура аграрних ринків» та «Маркетингові стратегії підприємств», що відповідають науковим інтересам здобувачів. Оваденко В.А. (Тема дисертації: «Формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств галузі птахівництва», науковий керівник – Збарський В.К.) обрала дисципліни «Маркетингове забезпечення ділової досконалості підприємств» та «Інфраструктура аграрних ринків», що відповідає тематиці наукового дослідження. В заяві щодо вивчення вибірових дисциплін Оваденко В.А. міститься ОК з обов'язкового пулу «Маркетинговий аналіз та організація маркетингових досліджень» (що свідчить про складність самостійного вибору здобувачами ВК та відсутність належного консультування). Інформація за іншими здобувачами гарантом ОНП не надана і належним чином не оприлюднена. Зміст ОНП у редакції різних років недостатньо повно враховує індивідуальні освітні траєкторії здобувачів, що також підтверджується обраними темами наукових досліджень та відповідями здобувачів, отриманими в процесі інтерв'ювання.

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

На момент проходження акредитаційної експертизи ЗВО надано інформацію про контингент здобувачів ОНП «Маркетинг». ЕГ підтверджує інформацію стосовно того, що за ОНП здійснюють підготовку 6 здобувачів (4 рік навчання – 1 здобувач; 3 рік навчання – 2 здобувачі; 2 рік навчання – 1 здобувач; 1 рік навчання – 2 здобувачі). Надана у звіті СО інформація стосовно кількості здобувачів не відповідає наявній інформації щодо їх профілів, сформованих на сайті кафедри <https://nubir.edu.ua/node/71528>. Також на сайті кафедри відсутня інформація про набір здобувачів на перший курс. Разом із тим, для спілкування з ЕГ в якості здобувачів запрошувалися Вінніченко С.А. і Шапоренко О.О., які на момент проведення акредитаційної експертизи вже офіційно (15.09.2021 р.) завершили навчання за ОНП «Маркетинг». Керівництво здобувачами здійснюють: д.е.н., проф. Буряк Р.І., д.е.н., проф. Збарський В.К. та д.е.н., проф. Ларіна Я.С.. Професор Ларіна Я.С., яка провадить активну дослідницьку діяльність, має наукові публікації, що корелюють з тематикою наукових досліджень здобувачів цієї ОНП, на момент проведення експертного оцінювання не є співробітником ЗВО та немає з ним жодних, документально підтверджених, відносин. Професор Ларіна Я.С. здійснює наукове керівництво здобувачкою Філатовою А.В. «Маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу», дослідження наукового керівника корелюють з тематикою наукових інтересів здобувача, проте, на момент проходження акредитації здобувачка знаходиться в академічній відпустці. Професор Збарський В.К. здійснює наукове керівництво здобувачкою Оваденко В.А. «Формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств галузі птахівництва», що відповідає спрямуванню його наукових інтересів. Професор Буряк Р.І. здійснює наукове керівництво трьома здобувачами: Лисуном А.Д. «Формування комплексу маркетингу товаровиробників яловичини», Лисуном Ю.Д. «Формування маркетингового забезпечення діяльності товаровиробників молока» та Омеляненком О.В. «Розвиток інтернет маркетингу на підприємствах аграрного сектору», проведений аналіз публікацій наукового керівника виявив їх неповну відповідність напрямам наукових досліджень здобувачів. Також з наданої на прохання ЕГ інформації є незрозумілою можливість формування спеціалізованих разових рад із захисту дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії за 075 спеціальністю «Маркетинг». За ОНП «Маркетинг» з моменту її відкриття (перший набір - 2016 р.) жодного захисту не відбулось.

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).

НУБіП є організатором і співорганізатором багатьох конференцій, зокрема Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг та логістика в агробізнесі», Міжнародна науково-практична конференція «Аграрна політика України в умовах глобальних викликів», Міжнародна науково-практична конференція «Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору», Міжнародна науково-практична конференція «Digitalization of Agrarian Management», Міжнародний науково-практичний семінар «Розвиток біоенергетичного потенціалу в сільському господарстві» тощо. Участь здобувачів ВО в конференціях, які проводяться в університеті, є безкоштовною. Подачі тез та статей для участі в конференціях здійснюється за допомогою системи електронної реєстрації (<http://econference.nubip.edu.ua>). За даними Звітів 4 аспірантів, наданими за запитом ЕГ, було встановлено, що троє із здобувачів дійсно брали участь у наукових конференціях. Здобувачка четвертого року навчання Оваденко В.А. брала участь у 4-ох конференціях («Актуальні питання економіки в забезпеченні цілей сталого розвитку», 2019 р.; «Розвиток біоенергетичного потенціалу в сільському господарстві», 2020 р., 2021 р.; «Маркетинг та логістика в агробізнесі», 2021 р.). ЕГ констатує, що здобувачі, які вже випустилися за даною ОНП (Шапаренко О.О. та Вінніченко С.А.) також брали участь у наукових конференціях, інформація про що міститься у їх звітах та збірниках тез доповідей. У Звіті про виконання освітньо-наукової програми доктора філософії здобувача другого року навчання Омеляненка О.В. зазначено, що він брав участь у двох наукових конференціях, зокрема: «Актуальні питання економіки в забезпеченні цілей сталого розвитку», (4.10.2019 р., коли здобувач ще не навчався на даній ОНП), «Маркетинг та логістика в агробізнесі», 2021 р.), проте, згідно «Атестаційного листка аспіранта», за цей же рік зазначено, що здобувачем опубліковано 1 тези доповідей. Однак в збірниках тез доповідей обох зазначених конференцій, наукові роботи Омеляненка В.О. відсутні, що ставить під сумнів достовірність фактів, що наведені в звітах здобувачів. Інформація щодо інших здобувачів, ЕГ надана не була.

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 проєктах тощо.

НУБіП України співпрацює з представництвами таких іноземних фірм, як «John Deere», «Pioneer» (США), «Валтра Валмет», «Leipuri» (Фінляндія), «M&P Farma» (Швейцарія), AGCO (Данія), «Альфа Лаваль Агрі в Україні» (Швеція) тощо. Працівники університету беруть участь у реалізації таких міжнародних програм і проєктів, як ERASMUS +, TEMPUS, Співпраця з ФАО ООН, FP6, FP7, Вишеградський Фонд, Erasmus Mundus - Action 2 (ALRAKIS 2), TOPAS (<https://nubip.edu.ua/node/1410>). Здобувачі вищої освіти та НПП мають безкоштовний доступ до міжнародних наукометричних баз даних Web of Science та Scopus. Кожного року близько 300 викладачів та науковців НУБіП України беруть участь у міжнародних конференціях, симпозиумах, семінарах, воркшопах. <https://nubip.edu.ua/node/1410>. Партнерами НУБіП є університети з 35 країн світу <https://nubip.edu.ua/inter/partners>. У Відомостях про СО зазначено, що здобувачка даної ОНП у 2017 р. брала участь у міжнародній науково-практичній конференції «Marketing management 2017» (SGGW, Poland), проте ЕГ не вдалося підтвердити дану інформацію, оскільки під час он-лайн зустрічі дана здобувачка була відсутня, а інформацію про наукові публікації здобувачки згідно запиту експертної групи ЗВО не надав. ЕГ не вдалося підтвердити інформацію щодо залучення здобувачів ОНП «Маркетинг» до міжнародної співпраці.

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

Керівниками аспірантів є три викладачі, один з яких останній рік не працює в НУБіП. Аналіз профілів наукових керівників, відомостей, наданих ЗВО, спілкування з науковими керівниками дозволили експертній групі дійти висновку, що керівники аспірантів є керівниками науково-дослідних робіт. Так, Буряк Р.І. був керівником ініціативних НДР «Удосконалення методичного інструментарію маркетингової діяльності підприємств АПК України» (ДР № 0113U007632, 2013-2017 рр.), «Розвиток маркетингу на підприємствах аграрного сектору та переробних підприємствах» (ДР № 0120U100630, 2020-2022 рр.), Збарський В.К. - «Проблеми забезпечення конкурентоспроможності організаційно правових форм господарювання на селі» (ДР № 0112U003437), проте у Відомостях СО номер державної державної реєстрації даної теми вказано невірно. На сторінці «Науково-дослідна робота» факультету аграрного менеджменту <https://nubip.edu.ua/node/1599/22> відсутня будь-яка інформація про НДР. На сторінці «Науково-дослідна робота» кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі оприлюднено лише застарілу інформацію щодо НДР 2010-2013 рр. ЕГ не змогла перевірити наявність наукових публікацій та звітів з НДР в електронних сховищах університету, оскільки посилання, розміщені на сайті НУБіП <https://nubip.edu.ua/node/2394>, на Інституційний репозитарій НУБіП України <https://elibrary.nubip.edu.ua/> та Наукову бібліотеку <http://library.nubip.edu.ua/> не працюють. Доступ до сайту Електронної бібліотеки НУБіП <http://dspace.nubip.edu.ua:8080/jspui/>, де розміщено понад 7000 документів, серед яких, в тому числі: автореферати дисертацій (з 2015 р.), монографії, навчальні посібники та підручники, навчально-методичні матеріали, можливий лише з локальної мережі університету <https://nubip.edu.ua/node/17325>. У відкритих джерелах звіти з НДР відсутні, що не дозволило ЕГ ознайомитися із їх змістом та переліком НПП, залучених до виконання.

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.

Регламентування проводиться наступними положеннями: “Положення про академічну доброчесність у національному університеті біоресурсів і природокористування України” (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u284/polozhennya_akademichna_dobrochesnist_03.03.2018.docx), “Положення про порядок перевірки наукових, навчально-методичних, дисертаційних, магістерських, бакалаврських та інших робіт на наявність плагіату у НУБіП України” (https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u34/polozhennya_pro_perevirku_na_plagiat_onovleno.docx). Перевірка автоматизованими системами «Unicheck» або «StrikePlagiarism», а також розміщення навчально-методичних і наукових робіт НПП, аспірантів у репозиторії НУБіП, видача довідок автору про відсоток плагіату є обов’язковими. Здобувачі ОНП “Маркетинг” проходять онлайн-курс «Академічна доброчесність в університеті», на сайті ЗВО розміщені посилання на безкоштовні тренінги та інформаційне забезпечення щодо академічної доброчесності <https://nubip.edu.ua/node/99540>. Здобувачі ознайомлені з необхідністю проведення перевірки та процедурами перевірки робіт на виявлення плагіату, що було підтверджено під час зустрічі зі здобувачами.

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

Сильні сторони: 1.ЗВО забезпечує можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень. 2.Участь у наукових конференціях, що проводяться НУБіП для здобувачів ВО є безкоштовною. 3.У ЗВО забезпечені можливості долучення аспірантів (ад’юнктів) до міжнародної академічної спільноти.

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

Слабкі сторони: Зміст ОНП у редакції різних років недостатньо повно враховує індивідуальні освітні траєкторії здобувачів, що також підтверджується обраними темами наукових досліджень та відповідями здобувачів, отриманими в процесі інтерв’ювання. Проведений аналіз публікацій наукового керівника Бурая Р.І. виявив їх неповну відповідність напрямкам наукових досліджень здобувачів. Здобувачі ОНП «Маркетинг» не залучені до міжнародної співпраці. Відсутність інформації про науково-дослідну роботу на сторінках сайту кафедри та факультету. Відсутність відкритого доступу до електронних сховищ університету, де розміщені наукові роботи та звіти з НДР НПП та здобувачів університету. Недостовірність фактів, які наведені в Звітах аспірантів. Рекомендації: 1. Розвивати позитивну практику забезпечення відповідності змісту ОНП науковим інтересам аспірантів, їх повноцінної підготовки до дослідницької та викладацької діяльності в ЗВО за спеціальністю 075 Маркетинг. 2. Більш ретельно ставитися до вибору тематики дисертаційних робіт аспірантів щодо їх формування у фарватері наукових досліджень наукового керівника. 3.Максимально повно оприлюднювати результати науково-дослідної роботи здобувачів на сайті кафедри. 4.Посилити міжнародну активність здобувачів за ОНП шляхом залучення до грантових програм, програм міжнародного співробітництва та стажувань. 5.Дотримуватися в реалізації ОНП принципів прозорості, доступності, публічності та академічної доброчесності. 6. Посилити контроль за релевантністю інформації в звітній документації здобувачів.

Рівень відповідності Критерію 10.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

ЕГ констатує частковий рівень узгодженості за підкритеріями 10.4, 10.5. Гаранту необхідно більш ретельно ставитися до вибору тематики дисертаційних робіт аспірантів щодо їх формування у фарватері наукових досліджень наукового керівника. Необхідно максимально повно оприлюднювати результати науково-дослідної роботи здобувачів на сайті кафедри. За іншими підкритеріями визначені слабкі сторони не впливають на підсумковий результат навчання за ОНП, а рекомендації є досяжними.

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.

ОНП започаткована у 2016 р. незважаючи на те, що на момент акредитації відбулося 2 випуски здобувачів, жодного захисту за ОНП не відбулося. З наданої на прохання ЕГ інформації є незрозумілою можливість формування спеціалізованих разових рад із захисту дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії за 075 спеціальністю «Маркетинг». Робота експертної групи ускладнювалась, оскільки періодично був відсутній доступ до сайтів університету, змінювалася інформація на сайті. Закритість доступу до електронних сховищ НУБіП (репозитарію, наукової бібліотеки, електронної бібліотеки) не дозволили проаналізувати достовірність участі НПП та аспірантів в НДР кафедри. Виявлені неточності в нормативних документах, зокрема у «Положенні про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників НУБіП України у провідних підприємствах, організаціях, установах та навчальних закладах України». За запитом ЕГ ЗВО надав не повну та частково недостовірну інформацію. У звіті СО містяться неточності: Номер держреєстрації НДР Збарського В.К. вказано невірно Розбіжність інформації, що наведена в різних документах, наприклад, щодо назв та обсягу вибіркових дисциплін в навчальному плані 2018 р. та Індивідуальному плані і заяві про обрання дисциплін здобувачки 2018 р. прийому.

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Відсутні

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Ковальчук Світлана Володимирівна

Члени експертної групи

Шипуліна Юлія Сергіївна

Менькова Кристина Ігорівна