

ЗВІТ
експертної групи

Заклад вищої освіти	Національний університет біоресурсів і природокористування України
Освітня програма	8 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний університет біоресурсів і природокористування України
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	8
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Іваннікова Марина Миколаївна, Хамініч Світлана Юріївна, Дуліда Дан Олександрович, Ковальчук Світлана Володимирівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	29.09.2025 р. – 01.10.2025 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://old.nubip.edu.ua/sites/default/files/u459/vidomosti_samoanalizu_magistri_2024.pdf
Програма візиту експертної групи	https://old.nubip.edu.ua/sites/default/files/u459/programa_zustrichi_po_godzhena.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

☐ Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) РВО має виражену галузеву спеціалізацію, що відображає місію та стратегічні пріоритети НУБіП України. Імплементація дисциплін та дослідницьких напрямів, пов'язаних із аграрним сектором економіки, забезпечує її унікальність серед аналогічних програм та підсилює практичну орієнтованість підготовки фахівців. Обсяг ОПП і кожної освітньої компоненти відповідає нормативам Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС) та вимогам чинного законодавства. Структура навантаження здобувачів повністю корелює з поставленими цілями та програмними результатами навчання. Університет має дієві нормативні положення, що регламентують процедури розроблення, затвердження, моніторингу та оновлення освітніх програм. Забезпечено прозорість, публічність та відкритість усіх документів і процедур, які гарантують якість освітнього процесу. Освітній процес за ОПП забезпечують НПП з науковими ступенями та вченими званнями, які мають ґрунтовний науковий і практичний досвід у сфері маркетингу, менеджменту, цифрових комунікацій та агробізнесу. Це забезпечує високий рівень академічної підготовки магістрів. До освітнього процесу за ОПП активно залучаються представники бізнесу, маркетингових агенцій, підприємств аграрного сектору, які виступають у ролі менторів, експертів, тренерів і потенційних роботодавців. Такий формат сприяє формуванню у здобувачів сучасних професійних компетентностей та актуалізації змісту освітніх компонент. ЗВО підтримує широку мережу співпраці з вітчизняними та закордонними університетами, науковими установами, підприємствами та громадськими організаціями, що забезпечує академічну мобільність, обмін досвідом і посилює євроінтеграційну складову ОПП. Університет має сучасну матеріально-технічну інфраструктуру, що повністю відповідає потребам реалізації ОПП. Використовуються мультимедійні аудиторії, лабораторії, онлайн-платформи, що забезпечують ефективне поєднання очного, дистанційного та змішаного навчання. Проведені зустрічі підтвердили сталі зв'язки університету з випускниками й представниками бізнес-середовища, які беруть участь у вдосконаленні змісту програми, організації практик та працевлаштуванні здобувачів. Значна увага приділяється розвитку лідерських, комунікаційних і креативних навичок через тренінги, ділові ігри, групові проєкти, кейс-методи, що сприяє формуванню у випускників готовності до роботи в умовах сучасного ринку. ОПП демонструє гнучкість в оновленні змісту дисциплін і форматів навчання, зокрема у періоди дистанційної освіти, пандемії COVID-19 та воєнного стану, що свідчить про ефективну систему управління якістю освітнього процесу.

Недоліки

В ОПП не знайшли відображення положення профстандартів при формуванні переліку професій і посад. Що призвело до включення до Вибіркового блоку 2 ВК2.3 «Мерчандайзинг», яка формує компетентності в межах 6 рамки кваліфікацій. Деякі ОК фахової підготовки, зокрема, «Логістичний менеджмент» та «Рекламний менеджмент», мають недостатній практичний компонент. Актуальна інформація, зокрема щодо вступу, розподілена між старою та новою версіями сайту НУБіП. Недостатній рівень обізнаності здобувачів про АД, зокрема: не було чітко сформовано розуміння різниці між академічним плагіатом та рівнем унікальності текстів а також відсотком запозичень у роботах та вимог для допуску кваліфікаційної роботи до захисту. Наявність лише одного абонентського терміналу у філії бібліотеки, що відноситься до факультету аграрного менеджменту.

Рекомендації

Гаранту ОП та проєктній групі врахувати положення профстандартів при формуванні переліку професій за ОПП на наступний 2026-2027 н.р. Збільшити кількість вибірових курсів та додати міжспеціальності дисципліни для розширення індивідуальної траєкторії, посилити практичну підготовку через кейси і проєкти в «Маркетинговому менеджменті», «Стратегічному маркетингу» та «Маркетинговому плануванні». Регулярно оновлювати зміст дисциплін відповідно до сучасних трендів і потреб ринку праці. Розробникам сайту НУБіП України рекомендується завершити оновлення сайту до початку нової вступної кампанії, та забезпечити наявність усієї актуальної інформації на старій версії сайту до моменту повного переходу на нову версію. Продовжувати всебічний розвиток викладачів у напрямках науково-дослідної роботи, міжнародної співпраці та інтеграції у маркетингову практику. ЕГ рекомендує включити питання щодо академічної етики, плагіату, цитування, самоплагіату та академічної відповідальності у окремі теми чи модулі за ОК відповідного змісту на вибір ЗВО у навчальний план 2026 року набору. Наявність лише одного абонентського терміналу у філії бібліотеки, що відноситься до факультету аграрного менеджменту. Інформаційно-обчислювальному центру рекомендується забезпечити відповідну філію бібліотеки додатковими абонентськими терміналами, з метою розширення можливостей локального користування електронними ресурсами бібліотеки учасниками освітнього процесу.

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 освітньої програми:

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

Результати проведеної акредитаційної експертизи засвідчили, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти в НУБіП повністю забезпечує досягнення програмних результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для відповідного рівня освіти. Зазначений стандарт затверджено наказом МОН України №960 від 10.07.2019 р. [<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/10/04/075-marketing-magistr-zmini-new.pdf>] та оновлено згідно з наказами МОН України №593 від 28.05.2021 р. [<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/06/08/Nakaz-593.vid.28.05.2021.pdf>] і №842 від 13.06.2024 р. [<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf>]. Експертна група відзначає, що всі обов'язкові освітні компоненти, передбачені освітньо-професійною програмою, спрямовані на забезпечення досягнення програмних результатів навчання, визначених відповідним Стандартом. Зокрема, досягнення ПРН1 забезпечують ОК2 «Методологія наукових досліджень з основами інтелектуальної власності», ОК5 «Стратегічний маркетинг», ОК6 «Логістичний менеджмент», ОК8 «Маркетинговий менеджмент» та ще 3 ОК циклу фахової підготовки. Досягнення всіх ПРН, визначених ОПП досягається за рахунок обов'язкових ОК. В ОПП передбачена практична підготовка майбутніх магістрів маркетингу ОК10, яка становить 12 кредитів ЕКТС. ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти містить значну кількість освітніх компонентів маркетингового спрямування. Аналіз робочих програм, методичних матеріалів, а також інформація, отримана під час візиту до закладу вищої освіти, підтверджують реальну можливість досягнення програмних результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти. У реалізацію освітнього процесу інтегровано елементи неформальної освіти та академічної мобільності, які сприяють розвитку компетентностей, передбачених ОПП. Досягнення визначених компетентностей і результатів навчання забезпечується в процесі реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Цей висновок підтверджується також результатами зустрічей з гарантом програми (зустріч 2), науково-педагогічними працівниками (зустріч 4) та здобувачами освіти (зустріч 5).

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

У звіті СО зазначена відсутність профстандартів, що є недостовірною інформацією. Експертна група засвідчує, що ОПП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти враховує положення чинних професійних стандартів, які визначають вимоги до підготовки фахівців у сфері маркетингу. Зокрема, у змісті програми відображено компетентності, передбачені професійними стандартами: «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» (Наказ Міністерства економіки України від 18 жовтня 2021 року № 751-21, [<http://surli.li/hhursj>]), «Рекламист» (Наказ Міністерства економіки України від 11 січня 2022 року № 81-22, [<http://surli.li/zvtipn>]) та «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (затверджений 9 січня 2025 року) [<https://surli.li/fizflv>]. Компетентності, визначені у відповідних професійних стандартах, інтегровані в зміст навчальних дисциплін ОПП магістерського рівня. Зокрема, вони враховані під час викладання таких обов'язкових компонентів, як ОК5 «Стратегічний маркетинг», ОК7 «Рекламний менеджмент», ОК9 «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків». Крім того, зазначені компетентності реалізуються і через вибіркові навчальні дисципліни, зокрема у межах вибірових блоків «Рекламний менеджмент» та «Трейд маркетинг». Поряд із цим, саме відсутність орієнтації на профстандарті призвела до включення до Вибіркового блоку 2, дисципліни ВК2.3 «Мерчандайзинг», яка формує компетентності в межах 6 рамки кваліфікацій.

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

Експертна група відзначає, що ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти НУБіП України має комплексний характер і спрямована на досягнення кількох взаємопов'язаних цілей – освітньої, наукової, професійної, виховної та розвивальної в контексті «вирішення складних і творчих завдань та проблемних питань у галузі аграрного маркетингу, розробки стратегій, планів, програм з маркетингу та впровадження інноваційних технологій в управлінську діяльність сільськогосподарських підприємств». Цілі програми узгоджені зі Статутом університету [<https://surli.cc/yghiagh>] та його місією [<https://surli.li/ophds>], яка передбачає інтеграцію освітньої,

науково-дослідної й інноваційної діяльності з метою підвищення якості підготовки висококваліфікованих фахівців і впровадження науково-технічних досягнень у розвиток національної економіки. Зміст і спрямованість цілей ОПП гармонійно поєднані з Програмою розвитку НУБіП України на 2021–2025 роки «Голосіївська ініціатива – 2025» [<https://surl.li/hgissq>], орієнтованою на інноваційний розвиток освітньої, наукової та виробничої діяльності, посилення науково-інноваційного потенціалу, стимулювання інтелектуального й особистісного зростання здобувачів, модернізацію матеріально-технічної бази та утвердження етичних і професійних цінностей. Зазначені положення підтверджуються результатами зустрічей з представниками керівництва університету (зустріч 3) та гарантом програми (зустріч 2).

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

Експертна група підтверджує, що під час формування цілей та ПРН ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти НУБіП України враховувалася думка ключових стейкхолдерів. До процесу обговорення, оновлення та вдосконалення програми активно долучалися здобувачі магістерського рівня, роботодавці та представники академічної спільноти [<https://nubip.edu.ua/node/150028>]. Для врахування позицій здобувачів і випускників систематично проводяться онлайн-опитування [https://docs.google.com/forms/d/1PGX-POFeybLIURRj67st25E4c_HDWn4TDaEcfv9naFA/], результати яких засвідчують високий рівень задоволеності якістю освітніх послуг і практичною спрямованістю програми. Під час зустрічі зі здобувачами (зустріч 5) було підтверджено їх активну участь у процесі обговорення ОПП, а також врахування пропозицій, висловлених під час засідань кафедри, вченої ради факультету та відкритих зустрічей із гарантом і членами проєктної групи. Зокрема, за результатами консультацій із магістрантами до редакції ОПП 2024–2025 н.р. до вибіркової дисципліни було включено ВК1.1 «Креатив у рекламі», ВК1.2 «Психологія реклами», ВК2.1 «Організація і технології оптової та роздрібно-торгівлі», ВК2.2 «Електронна комерція», ВК2.3 «Мерчандайзинг». У звітах кафедри та самооцінюванні наведено підтвердження активної співпраці із роботодавцями – представниками бізнесу, які беруть участь у перегляді та оновленні ОПП через засідання кафедри й робочої групи [<https://nubip.edu.ua/node/162407>, <https://nubip.edu.ua/node/146003>], підготовку рецензій, проведення гостьових лекцій, тренінгів, воркшопів та консультацій. Під час зустрічі 6 роботодавці, зокрема представники компаній «Органік-стандарт» та ТОВ «ЛНЗ ГРУП», відзначили високу професійну підготовку магістрантів та їх затребуваність на ринку праці. Участь у формуванні та вдосконаленні ОПП також беруть представники професійних і наукових організацій – ННЦ «Інститут аграрної економіки», Інститут екології і природокористування НААН України, Українська асоціація маркетингу, Спілка рекламистів України, ВГО «Українська асоціація якості та досконалості». Серед активних академічних партнерів програми – КНЕУ ім. В. Гетьмана, Національний університет «Одеська політехніка», Сумський національний аграрний університет (СНАУ) та інші. Зазначені факти підтверджено також під час «Відкритої зустрічі». Таким чином, взаємодія із зацікавленими сторонами на етапах проєктування, моніторингу та вдосконалення ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня забезпечує її відповідність сучасним вимогам ринку праці та підвищує якість підготовки фахівців.

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

ЕГ зазначає, що цілі ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти та ПРН сформульовано з урахуванням сучасних тенденцій розвитку науки, спеціальності, вимог ринку праці, а також галузевого та регіонального контекстів. ОПП спрямована на підготовку висококваліфікованих магістрів маркетингу, здатних до стратегічного мислення, аналітичного опрацювання інформації та прийняття управлінських рішень у складних і динамічних умовах ринку. ОПП відображає актуальні напрями розвитку науки та практики маркетингу, зокрема цифровізацію, застосування аналітичних інструментів, big data, AI та інноваційних технологій управління. ОПП передбачає можливість академічної мобільності, участі у міжнародних освітніх проєктах та розширення партнерських зв'язків із закордонними університетами. Сучасні економічні трансформації в Україні формують підвищений попит на маркетологів нового покоління, які володіють цифровими технологіями, вміють застосовувати аналітичні інструменти та мислити критично. При визначенні цілей і ПРН бралися до уваги галузеві та регіональні особливості: ПРН 3, 4, 5, 7, 11, узгоджені зі Стратегією сталого розвитку України до 2030 року [<https://surl.li/jcsbwj>]; ПРН 1, 4, 7, 8, 11, 13 – зі Стратегією розвитку малого та середнього підприємництва до 2027 року [<https://surl.li/xdlmck>]; ПРН 2, 6, 8, 9, 10, 12 – зі Стратегією розвитку міста Києва до 2025 року [<https://surl.li/jornui>]. Зміст обов'язкових та вибіркової навчальних дисциплін, а також тематика магістерських кваліфікаційних робіт формуються з урахуванням потреб бізнесу, громад та міжнародних партнерів. Галузеву специфіку відображено у навчальних компонентах, орієнтованих на аграрний маркетинг та особливості ринку агропродукції, зокрема в дисциплінах ОК1 «Аграрна політика» та ОК9 «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків». Це забезпечує формування компетентностей з планування, організації каналів постачання, управління логістичними потоками та оптимізації ланцюгів поставок на аграрних ринках. Під час проєктування програми було враховано досвід провідних українських університетів – КНЕУ ім. В. Гетьмана, КНУ ім. Т. Шевченка, ЛНУ ім. І. Франка, СНАУ та інших. На основі вивчення практик міжнародних закладів освіти в ОПП впроваджено сучасні методи навчання – кейс-стаді, бізнес-симуляції, аналіз великих даних, роботу на цифрових платформах і формування гнучких освітніх траєкторій. Експертна група підтвердила активну міжнародну співпрацю в межах програми, зокрема, з University of Leeds (MSc Marketing) [<https://surl.li/rejsrn>], ESCP Business School (MSc in Marketing & Digital Media) [<https://surl.li/hqpjiy>], University of Mannheim (MSc in Management,

спеціалізація «Маркетинг») [https://surl.lu/bhnpun]. В процесі відкритих обговорень і зустрічей (4–6) ЕГ встановила, що під час розроблення навчальних дисциплін, спрямованих на досягнення визначених ПРН, було адаптовано та інтегровано кращі освітні практики провідних українських і зарубіжних університетів.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня ВО НУБіП спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців із глибокими системними знаннями та практичними компетенціями у сфері маркетингу, зокрема в аграрному секторі. Програма передбачає застосування сучасних методів, цифрових технологій і аналітичних підходів для дослідження аграрних та промислових ринків, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність бізнесу в умовах динамічного економічного середовища. Особливість магістерської програми полягає у поєднанні унікального набору дисциплін із практично орієнтованим змістом, розробленим за участі всіх зацікавлених сторін. Зовнішні стейкхолдери активно долучені до формування та коригування навчальної програми, забезпечують місця для практики та беруть участь в освітньому процесі, що підтверджено під час зустрічей №4–6. Експертна група відзначає, що програма повністю відповідає Критерію 1, узгоджена з місією та стратегією університету, активно інтегрує стейкхолдерів (здобувачів, випускників, викладачів та роботодавців) і впроваджує інноваційні технології навчання.

Недоліки

Суттєвих недоліків в контексті критерію 1 не виявлено. В ОПП не знайшли відображення положення профстандартів при формуванні переліку професій і посад. Що призвело до включення до Вибіркового блоку 2 ВК2.3 «Мерчандайзинг», яка формує компетентності в межах 6 рамки кваліфікацій.

Рекомендації

Гаранту ОП та проєктній групі врахувати положення профстандартів при формуванні переліку професій за ОПП на наступний 2026-2027 н.р

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Експертна група відзначає, що загальний обсяг ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня НУБіП складає 90 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам п. II ст. 5 Закону України «Про вищу освіту» та Типового положення про обсяг освітньо-професійної програми для здобуття ступеня магістра. Відповідно до законодавства, обсяг програми магістерського рівня може становити від 60 до 120 кредитів ЄКТС. У структурі програми 66 кредитів (73,33%) відведено на обов'язкові освітні компоненти, серед яких: 16 кредитів (17,78%) – дисципліни загальнонаукової підготовки; на дисципліни професійної підготовки (обов'язкові компоненти ОПП) припадає 50 кредитів ЄКТС (55,56%), з яких 12 кредитів (13,33%) становить практична підготовка. Вибіркові дисципліни складають 24 кредити ЄКТС (26,67%), що дає змогу здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію. Програмою передбачено термін навчання 1 рік 4 місяці, що підтверджується графіком освітнього процесу. Загальний обсяг ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня відповідає нормативним вимогам щодо навчального навантаження та стандарту вищої освіти для магістерського рівня.

2. Зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання. Зміст освітньої програми забезпечує

формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів

ЕГ зазначає, що ОПП «Маркетинг» побудована на засадах системності, цілісності та наступності. Структура програми охоплює логічно взаємопов'язані цикли – загальної та спеціальної (фахової) підготовки, а також вибіркові компоненти, що формують у здобувачів як базові гуманітарні, так і професійні компетентності сучасного маркетолога. Цикл загальної підготовки (ОК1–ОК4) забезпечує засвоєння фундаментальних знань і розвиток загальнокультурних та громадянських компетентностей. Дисципліни циклу формують у здобувачів розуміння суспільних, економічних і правових процесів, навички критичного мислення, аналітичного підходу до дослідження соціально-економічних явищ, усвідомлення етичних засад бізнесу й соціальної відповідальності. Вони сприяють готовності магістрів до самостійного аналізу закономірностей суспільного розвитку, прийняття рішень з урахуванням сталого розвитку, принципів демократії, прав людини та соціальної справедливості. Цикл спеціальної (фахової) підготовки (ОК5–ОК11) орієнтований на професійні компетентності, що забезпечують здатність здобувачів до стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств. Зокрема, дисципліни циклу сприяють розвитку аналітичного мислення, здатності працювати з даними, прогнозувати тенденції ринку, оцінювати вплив економічних і соціальних чинників на поведінку споживачів. Практична підготовка (12 кредитів) та підготовка магістерської кваліфікаційної роботи (14 кредитів) забезпечують інтеграцію теоретичних знань і навичок у процес прийняття реальних управлінських рішень. Вибіркові компоненти програми представлені двома тематичними блоками: «Рекламний менеджмент» – формує компетентності у сфері комунікацій, брендингу, психології впливу та цифрового маркетингу («Креатив у рекламі», «Психологія реклами», «Бренд-менеджмент», «Цифровий маркетинг»). «Трейд-маркетинг» – забезпечує знання у сфері організації збутової діяльності, електронної комерції, мерчандайзингу та комерційних відносин. Такий підхід сприяє професійній гнучкості випускників, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії та розвитку практикоорієнтованих навичок. Таким чином, структура і зміст ОПП «Маркетинг» забезпечують формування збалансованого комплексу компетентностей, зокрема, загальнокультурних (етичність, соціальна відповідальність, розуміння суспільних процесів); громадянських (усвідомлення ролі бізнесу в розвитку суспільства, орієнтація на сталий розвиток і цінності демократичного суспільства); професійних (здатність здійснювати аналітичну, прогностичну, управлінську та інноваційну діяльність у сфері маркетингу). У сукупності ОПП забезпечує досягнення ПРН та підготовку фахівця, здатного самостійно аналізувати закономірності соціально-економічних процесів, приймати обґрунтовані рішення і реалізовувати ефективні маркетингові стратегії у мінливому цифровому середовищі.

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

Експертна група зазначає, що структура ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня є цілісною системою, що охоплює основні напрями сучасного маркетингу – стратегічний, операційний, комунікаційний, цифровий, торговельний та аграрний. Усі ОК, включені до ОПП, узгоджені з предметною областю спеціальності, формуючи у здобувачів знання про закономірності функціонування ринку, поведінку споживачів, маркетингову аналітику, брендинг, управління конкурентоспроможністю підприємств і побудову ефективних бізнес-моделей. Цикл загальної підготовки (ОК 1–ОК 4) забезпечує фундаментальні знання для розуміння економічних, політичних і соціальних процесів, що впливають на маркетингову діяльність. Дисципліни «Аграрна політика», «Методологія наукових досліджень з основами інтелектуальної власності», «Управління конкурентоспроможністю підприємства», «Соціальна відповідальність» сприяють розвитку системного мислення, наукової культури, здатності до економічного аналізу та стратегічного бачення у сфері маркетингу. Цикл спеціальної (фахової) підготовки (ОК 5–ОК 11) безпосередньо відображає професійну предметну область маркетингу, охоплюючи ключові складові діяльності маркетолога. Так, дисципліни «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Логістичний менеджмент», «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків» формують здатність здобувачів до стратегічного та операційного управління маркетинговими процесами, прийняття управлінських рішень на основі ринкових даних, розроблення та реалізації маркетингових стратегій у бізнес-середовищі. Практична підготовка (12 кредитів) та підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи (14 кредитів) спрямовані на закріплення теоретичних знань і їх застосування для розв'язання реальних завдань підприємницької та управлінської діяльності у сфері маркетингу. Вибіркові компоненти програми дозволяють поглиблювати спеціалізацію за напрямками, що відображають сучасні тенденції розвитку маркетингової науки і практики. Вибірковий блок 1 «Рекламний менеджмент» забезпечує розвиток компетентностей у сфері комунікацій, брендингу, поведінкової економіки та digital-маркетингу. Вибірковий блок 2 «Трейд-маркетинг» орієнтований на розвиток практичних навичок у сфері торговельного маркетингу, управління каналами збуту та комерційної діяльності. Таке поєднання обов'язкових і вибіркових компонентів дозволяє здобувачам сформувати повний спектр компетентностей, передбачених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», зокрема: здатність розробляти й реалізовувати маркетингові стратегії; володіння сучасними методами маркетингових досліджень; вміння управляти комунікаціями, брендами, збутовими процесами та цифровими інструментами; готовність до аналітичної, інноваційної та управлінської діяльності в умовах глобальної цифровізації економіки. Ці факти також підтверджуються результатами інтерв'ю зі стейкхолдерами (зустріч 6).

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

ЕГ в процесі проведення акредитаційної експертизи зазначає, що формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ВО за ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня здійснюється відповідно до: Закону України «Про вищу освіту» [<https://surl.li/xfgsbi>]; Положення про організацію навчального процесу в НУБіП України [<https://surl.li/oeljzuh>], яке визначає порядок формування та вибору вибіркових дисциплін, індивідуальних навчальних планів, проведення індивідуальних занять та виконання індивідуальних завдань; Положення про порядок формування та вибору студентами вибіркових дисциплін освітніх програм у НУБіП України [<https://surl.li/xfkasn>], що регламентує процедури формування переліку вибіркових компонент, їх розподіл і забезпечення прозорості вибору. Структура ОП «Маркетинг» передбачає можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії через: вибіркові дисципліни за спеціальністю [<https://surl.li/jiashp>]; вибір дисциплін з інших освітніх програм університету [<https://surl.li/fryxct>]; вибір тем курсових робіт, кваліфікаційної роботи, місця проходження практики відповідно до інтересів і професійних орієнтацій здобувача. В ОПП «Маркетинг», зокрема, передбачено: можливість вибору навчальних дисциплін починаючи з 2-го семестру; два блоки вибіркових дисциплін за спеціальністю, на які відведено 24 кредити ECTS (по 12 кредитів на кожну дисципліну вільного вибору); відкритість інформації про вибіркові дисципліни: перелік і силабуси розміщуються на сайті факультету аграрного менеджменту [<https://surl.li/cc/jucllf>], навчальному порталі НУБіП України [<https://surl.li/qhjcufl>], а також на сайті кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі у розділі «Вибіркові дисципліни» [<https://surl.li/cc/ljyuqh>]. Перелік вибіркових компонент програми представлений сучасними дисциплінами, що дозволяють студентам формувати індивідуальну траєкторію відповідно до професійних інтересів. Експертна група підтверджує, що освітньо-професійна програма орієнтована на студентоцентризований підхід у навчанні. Ці положення знайшли підтвердження під час зустрічі зі здобувачами першого рівня вищої освіти (зустріч 5), які відзначали дотримання принципу свободи вибору вибіркових дисциплін та можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії. Додатково, гнучкість програми забезпечується через можливість самостійного визначення напрямів наукових досліджень, тем курсових робіт та баз для проходження практики, що сприяє реалізації академічної свободи здобувачів. Досягнення результатів навчання можливе як у межах формальної освіти, так і через неформальні та інформальні освітні форми.

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

ЕГ відзначає, що структура ОПП та навчального плану створює ефективне поєднання теоретичної та практичної підготовки, що дозволяє здобувачам набувати ключові професійні компетентності, необхідних для успішної роботи маркетологом у сучасних умовах ринку. Одним із ключових елементів підготовки здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» є виробнича (переддипломна) практика, що проводиться на другому році навчання. Програма передбачає 12 кредити ECTS, відведені на переддипломну практику після вивчення фахових дисциплін. Завдання, визначені програмами практик [<https://surl.li/xeaoqf>], спрямовані на формування комплексного набору компетентностей, визначених Державним стандартом вищої освіти, які є необхідними для подальшої професійної діяльності майбутніх маркетологів (СК4, СК5, СК7, СК8, СК9, СК11). ЕГ підтверджує, що практична підготовка здобувачів ВО за ОПП «Маркетинг» здійснюється відповідно до Положення про практичну підготовку студентів НУБіП України [<https://surl.li/xehtjh>]. Крім навчальних практик, здобувачі ВО отримують практичні навички й під час аудиторних занять. У навчальному плані не менше половини аудиторних годин фахових дисциплін відведено практичним заняттям, які спрямовані на застосування теоретичних знань, отриманих під час лекцій та самостійної роботи, для вирішення практичних завдань у сфері маркетингу. Зміст практичних занять, теми та методичні рекомендації розміщені на навчально-інформаційному порталі НУБіП України [<https://surl.li/vkeuzl>] та на сайті кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі [<https://surl.li/vegoim>], що забезпечує доступність інформації для здобувачів і підтримує автономію у плануванні навчальної діяльності. Практичні заняття та виробнича практика організовані таким чином, щоб забезпечити розвиток умінь аналізувати ринкові процеси, приймати управлінські рішення та застосовувати цифрові інструменти в професійній діяльності. Під час зустрічей зі здобувачами вищої освіти та представниками роботодавців (зустрічі 5 та 6) висловлювалися пропозиції щодо збільшення кількості годин практичної підготовки, що дозволить здобувачам отримати більше практичних навичок у професійній діяльності. Зокрема, на необхідності розширення практичних компонентів навчання акцентувала Вівдич Анна, керівник відділу клієнтського сервісу та дизайну АПХ «МХП».

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

ЕГ підкреслює, що структура ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня та методи навчання забезпечують системне формування соціальних навичок, поєднуючи теоретичні знання з практичними вправами та інтерактивними активностями, що готують майбутніх маркетологів до ефективної взаємодії у професійних та міжособистісних середовищах. ОПП «Маркетинг» спрямована на формування соціальних навичок здобувачів, необхідних для ефективної професійної діяльності та взаємодії у команді. ЕГ відзначає, що зміст фахових дисциплін сам по собі створює основу для розвитку soft skills, оскільки охоплює механізми міжособистісної взаємодії, психологічні умови ефективної діяльності та принципи колективної роботи; дисципліни спеціальної підготовки, такі як «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент» і «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків», спрямовані на розвиток умінь конструктивної взаємодії та командної роботи; інтерактивні методи навчання, групові форми роботи та дискусійні заняття сприяють розвитку комунікаційних навичок, вміння співпрацювати, дипломатичності та емпатії; самостійна робота здобувачів, обмеження термінів виконання завдань, а також участь у наукових гуртках та Лабораторії маркетингу стимулюють розвиток критичного, гнучкого та креативного мислення; участь у

конференціях, семінарах та інших науково-практичних заходах підтримує формування лідерських якостей, ерудованості та навичок презентації власних ідей. Зазначені заходи та форми організації навчального процесу забезпечують досягнення мети ОПП та реалізацію програмних результатів навчання, зокрема РН7, РН9, РН11, що підтверджує ефективність програми у формуванні соціальних компетентностей здобувачів. Цей факт знайшов підтвердження на зустрічі зі здобувачами ВО (зустріч 5) та випускниками за ОП (зустріч 6, Відкрита зустріч).

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

Експертна група відзначає, що ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня організована із застосуванням студентоцентрованого підходу, що забезпечує оптимальне співвідношення між обсягом кредитів окремих освітніх компонентів та фактичним навчальним навантаженням здобувачів. Згідно з Положенням про організацію навчального процесу в НУБіП України [<https://surl.lu/radjmg>]: мінімальний обсяг дисципліни має становити 3–4 кредити ECTS, що дозволяє здобувачам повноцінно опановувати відповідну галузь знань; кількість дисциплін на навчальний рік не має перевищувати 16, що запобігає перевантаженню студентів та сприяє ефективному засвоєнню матеріалу; максимальне тижневе аудиторне навантаження становить 24 години, що дає можливість здобувачам ВО самостійно планувати час на індивідуальну роботу. Аналіз ОПП свідчить, що її загальний обсяг становить 90 кредитів ECTS, що включає: 66 кредитів обов'язкових компонентів, 24 кредити вибіркових компонентів, які дають змогу здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію та обирати дисципліни відповідно до професійних інтересів. Загальний обсяг годин за ОПП становить 2700 годин, з яких 720 годин – аудиторні заняття, а 1260 годин – самостійна робота. Для забезпечення відповідності програмних результатів навчання та ефективності навчального процесу відділом навчальної роботи здійснюється регулярний моніторинг сприймання студентами навантаження, включно з аудиторними годинами. Опитування здобувачів [<https://surl.li/gmkyaj>] та засідання кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі (17.04.2024 р., протокол № 16, [<https://surl.lt/bfurvt>]) підтвердили, що навчальне навантаження є оптимальним, а здобувачі позитивно оцінюють співвідношення між кількістю кредитів та фактичним часом на опанування дисциплін. Додатково, обговорення з гарантом ОП, завідувачем кафедри та наставниками академічних груп підтверджує, що структура навчального плану враховує програмні результати та сприяє досягненню компетентностей, передбачених стандартом вищої освіти. За результатами онлайн-опитувань, а також під час зустрічей зі здобувачами (зустрічі 5 та 9) студенти висловили задоволення існуючим співвідношенням між аудиторними заняттями, практичною підготовкою та самостійною роботою, підкреслюючи, що навантаження є оптимальним і сприяє ефективному засвоєнню навчального матеріалу [<https://surl.li/oqsvij>]. Експертна група відзначає, що структура навчального навантаження відповідає європейським стандартам, забезпечує збалансованість між теоретичною підготовкою, практичними навичками та самостійною роботою, а також сприяє формуванню компетентностей, необхідних для професійного розвитку майбутніх фахівців з маркетингу.

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

В процесі експертизи ЕГ зазначає, що підготовка здобувачів за дуальною формою в університеті регламентується Положенням про підготовку фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти у НУБіП України [<https://surl.cc/hwmmoh>]. Хоча наразі за ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня підготовка за дуальною формою не здійснюється, освітня програма передбачає інтеграцію окремих елементів дуального навчання. Експертна група відзначає, що структура програми та зміст освітніх компонентів спрямовані на практико-орієнтоване навчання та максимально наближені до реалій професійної діяльності маркетолога. Практична орієнтація реалізується через: практико-орієнтований зміст фахових дисциплін, таких як «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент», «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків»; залучення студентів до роботи на підприємствах, участі у конференціях та наукових семінарах, круглих столах; інтеграцію практичних занять, тренінгів, кейс-методів та проектних завдань у процес викладання; можливість самостійного навчання з консультаційною підтримкою викладачів, активного використання ІТ-інструментів для пошуку та обробки інформації, мобільних комунікацій. Завдяки цьому здобувачі мають змогу формувати компетентності, необхідні для професійної діяльності, навіть у межах класичної форми навчання. Експертна група вважає, що освітня програма забезпечує високу практикоорієнтованість і закладає основу для подальшого впровадження дуальної форми навчання, що сприятиме поглибленню професійної підготовки та адаптації випускників до потреб ринку праці.

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

Під час акредитаційної експертизи експертна група підтвердила, що ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня в НУБіП сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти компетентностей, орієнтованих на досягнення

глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, визначених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН №70/1 від 25.09.2015 р. та Указом Президента України №722 від 30.09.2019 р. Зокрема, навчальний зміст програми враховує 12 із 17 цілей сталого розвитку, що відображає її відповідність сучасним соціально-економічним викликам і спрямованість на підготовку фахівців, здатних ефективно працювати в умовах глобальних змін. Так, при викладанні ОК4 «Соціальна відповідальність» розкриттю ЦСР присвячені: Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку; Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності; Тема 10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні; Тема 4. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності (цср 4,5,8,10); Тема 5. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності (цср 1, 2,3,4,5,7,8,10); Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності (ціль 6, 7, 12, 13, 14, 15); Лекція 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності (цср 8, 11, 17). При викладанні ОК1 «Аграрна політика» ЦСР знайшли відображення у: Темі 2. Продовольча безпека та оцінка результативності аграрної політики; Темі 4. Методологічні підходи до оцінки рівня та ефективності державної підтримки аграрного сектору економіки; Темі 8. Сучасні виклики суспільства та аграрна політика. ЦСР4 реалізується в контексті викладання більшості ОК за ОПП. Зазначені факти знайшли підтвердження також в процесі зустрічей з гарантом ОП, НПП та здобувачами ВО (зустрічі 2, 4, 5).

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня НУБіП має чітку логічну структуру, що забезпечує досягнення мети та програмних результатів навчання. Програма включає загальноосвітні та спеціальні дисципліни («Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Логістичний менеджмент», «Маркетингове планування та прогнозування»), практичну підготовку та вибіркові курси, що формують професійні, загальнокультурні та громадянські компетентності, аналітичне та критичне мислення. Індивідуальна освітня траєкторія реалізується через вибір дисциплін, тем курсових та кваліфікаційних робіт, місць проходження практики. Практико-орієнтованість досягається через практичні заняття, кейс- та проектні методи, інтерактивні форми навчання. Соціальні навички розвиваються під час групової роботи, тренінгів, участі в конференціях і наукових гуртках. Навчальне навантаження відповідає законодавству і європейським стандартам, забезпечуючи баланс між аудиторними заняттями, практикою та самостійною роботою. ЕГ підтверджує, що структура та зміст ОПП відповідають нормативним вимогам, сприяють формуванню компетентностей, передбачених програмними результатами, і підтримують студентоцентризований підхід.

Недоліки

Деякі ОК фахової підготовки, зокрема, «Логістичний менеджмент» та «Рекламний менеджмент», мають недостатній практичний компонент.

Рекомендації

Збільшити кількість вибірових курсів та додати міжспеціальні дисципліни для розширення індивідуальної траєкторії, посилити практичну підготовку через кейси і проекти в «Маркетинговому менеджменті», «Стратегічному маркетингу» та «Маркетинговому плануванні». Регулярно оновлювати зміст дисциплін відповідно до сучасних трендів і потреб ринку праці.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

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

Правила прийому на навчання до НУБіП укладені відповідно до Умов (Порядку) прийому на навчання. Згідно цих правил, для здобуття вищої освіти ступеня магістра приймаються вступники на основі НРК6 та НРК7, а також особи, які здобули раніше вищий ступінь вищої освіти або здобувають такий самий / вищий рівень освіти не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план. У Правилах прийому міститься інформація

про етапи конкурсного відбору, строки та порядок реєстрації заяв для участі в конкурсному відборі та вступних випробуваннях; а також вимоги до документів вступника; механізм (правила) розрахунку конкурсного бала (зокрема переліки вагових коефіцієнтів оцінок); таблиці переведення результатів іспитів у шкалу 100-200; переліки спеціальностей, за якими оголошується прийом на навчання; вимоги до структури, змісту мотиваційних листів вступників та критерії їх розгляду. Особливості прийому на навчання осіб, місцем проживання яких є ТОТ, визначаються відповідно до Всеукраїнських Правил прийому на територіях, де неможливо забезпечити виконання стандартів освіти України. ЕГ зробила висновки, що Правила прийому є чіткими, зрозумілими та доступними для потенційних вступників, всі положення цих Правил є недискримінаційними та визначаються особливостями отримання кваліфікацій, а критерії відбору на ОП є доступними для вступників. Під час зустрічі 5 здобувачі зазначили, що під час вступу на ОП, Правила вступу були для них доступними та зрозумілими. На вкладці "Вступнику" офіційного сайту університету [<https://surl.li/csrxxx>] розміщена вся необхідна інформація для вступників, у тому числі Правила прийому, чим забезпечується доступність цієї інформації для вступників та інших зацікавлених сторін. На момент проведення акредитаційної експертизи офіційний сайт НУБіП перебуває на стадії оновлення, тому актуальна інформація, зокрема про вступ, розподілена між старою та новою версіями сайту, що потенційно може заплутати та ввести в оману вступників.

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

Вступ на ОП для здобуття ступеня магістра можливий за кошти фізичних і юридичних осіб та держбюджету. Відбір проводиться на конкурсній основі. Для вступу на ОП абітурієнти складають ЄВІ, ЄФВВ та мотиваційний лист. Установлена мінімальна кількість балів з конкурсних предметів для допуску до участі в конкурсі складає 100 балів з кожного предмету. Конкурсний бал для вступу на ОП розраховується за формулою: $KB = (K_1 \times P_1 + K_2 \times P_2 + K_3 \times P_3) / (K_1 + K_2 + K_3)$, де: KB - конкурсний бал, P1-P3 - оцінки за ЄВІ, ЄФВВ та середній бал додатку до диплома; K1-K3 - вагові коефіцієнти. Для даної ОП передбачено коефіцієнти: 0,2 для ЄВІ з іноземної мови; 0,7 - ЄФВВ; 0,3 - середній бал додатку до диплома. ЕГ зробила висновки, що Правила прийому на ОП враховують її особливості, зокрема: необхідність високого рівня базових фахових знань з маркетингу та необхідність знань англійської мови, як мови міжнародної комунікації для забезпечення у тому числі академічної мобільності здобувачів. Як зазначив відповідальний секретар приймальної комісії під час зустрічі 7 з ЕГ, Правила прийому на навчання у НУБіП планово переглядаються раз на рік одразу після затвердження міністерством освіти і науки України Порядку прийому, а також додатково, у разі внесення змін у Порядок прийому міністерством. До перегляду Правил долучається приймальна комісія у повному складі. Після затвердження приймальною комісією, Правила прийому виносяться на Вчену раду, де остаточно переглядаються та затверджуються. Зміни, що були та будуть внесені у Правила прийому, зумовлюються змінами у Порядку прийому.

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

Визнання результатів навчання, отриманих на інших ОП, в НУБіП України врегульовані наступними документами: Положенням про визнання результатів навчання для здобувачів вищої освіти в НУБіП України [<https://surl.lu/zpdini>]; Положенням про академічну мобільність студентів і аспірантів НУБіП України [<https://surl.lu/dbffbi>]; Положенням про екзамени та заліки в НУБіП України [<https://surl.li/gajxco>]; Положенням про екзаменаційні комісії у НУБіП України [<https://surl.li/wyfdcq>]. Всі положення розміщуються у вільному доступі на офіційному сайті ЗВО [<https://surl.cc/qbikpl>]. До обов'язкових умов визнання РН, отриманих на інших ОП відносяться: співпадіння назв дисциплін; наявність підтверджуючих документів; співпадіння компетентностей, які передбачені навчальним планом ОП; відповідність обсягів дисципліни (годин або кредитів ЄКТС); рівнозначність форм атестації (або вища форма атестації, ніж передбачена навчальним планом за ОП). Процедура визнання РН включає наступні етапи: 1) визнання РН вченою радою факультету; 2) подання здобувачем, що бажає зарахувати РН, документів про вивчені та атестовані дисципліни, їх обсяги в годинах або кредитах ЄКТС у деканат; 3) рішення про визнання РН деканатом; 4) складання екзаменаційної відомості на підставі рішення деканату та 5) підпис відомості деканом, лектором відповідної дисципліни та завідувачем кафедри. Ця чітка процедура, підкріплена нормативними документами зокрема покликана усунути проблеми, що можуть виникнути під час визнання результатів навчання. Під час зустрічі 5 здобувачі ОП підтвердили поінформованість про можливість зарахування результатів навчання, отриманих на інших ОП. У межах викладання за даною ОП робиться акцент на можливість взяти участь у програмах академічної мобільності, здобувачі постійно інформуються про цю можливість (запевнив гарант ОП під час зустрічі 2), а НУБіП має багато партнерських договорів з іншими ЗВО. На ОП є приклади участі здобувачів у програмах мобільності, зокрема Erasmus+ та визнання отриманих результатів навчання: <https://surl.li/lwiotl>.

4. Заклад вищої освіти у межах освітньої програми здійснює визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. Таке визнання здійснюється відповідно

до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать законодавству, є доступними для всіх учасників освітнього процесу

Визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, на ОП здійснюється згідно з наступними документами: Порядком визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (<https://surl.li/twtzth>); Положенням про визнання результатів навчання для здобувачів вищої освіти (<https://surl.lu/zpdini>); Положенням про екзамени та заліки в НУБіП України (<https://surl.li/gajxco>); Положенням про екзаменаційні комісії у НУБіП України (<https://surl.li/wyfdcq>). Всі положення оприлюднені на офіційному сайті університету у вільному доступі (<https://surli.cc/qbikpl>). Процедура визнання результатів навчання, отриманих шляхом неформальної та/або інформальної освіти передбачає наступні етапи: 1) подання заяви щодо визнання неформального та/або інформального навчання; 2) ідентифікація задекларованих у письмовій формі особою результатів неформального та/або інформального навчання, які підлягають оцінюванню в Університеті; 3) оцінювання задекларованих результатів навчання здобувача вищої освіти; 4) прийняття рішення про визнання та зарахування здобувачу вищої освіти відповідних ОК (складових ОК) освітньої програми або відмову в їх визнанні. Деканат надає консультативну допомогу здобувачу щодо оформлення необхідних документів (заяви, декларації). Наявність підтверджуючих документів є підставою для зарахування окремої теми лекційного, практичного заняття, змістового модуля чи всього навчального матеріалу дисципліни, якщо програма неформальної освіти відповідає робочій програмі дисципліни. Рішення про зарахування знань, здобутих за програмами неформальної освіти, приймає лектор дисципліни спільно із завідувачем кафедри. Зарахування всього навчального матеріалу дисципліни не звільняє здобувача вищої освіти від складання екзамену з цієї дисципліни. За результатами зустрічей 4 і 5 зі здобувачами та НПП кафедри відповідно, ЕГ переконала, що здобувачі регулярно (не рідше одного разу на семестр) інформуються щодо можливостей визнання результатів навчання, отриманих через неформальну та/або інформальну освіту, через викладачів (зокрема, на заняттях), силабуси дисциплін, інформацію на сайті університету та у Правилах прийому на навчання. Практика визнання результатів навчання, які отримані у неформальній освіті в межах ОП може включати зарахування здобувачам пройдених курсів при оцінюванні окремих тем (модулів) обов'язкових і вибіркових компонент ОП. Приклади сертифікатів неформальної освіти, які були зараховані при оцінюванні модулів вибіркової дисципліни «Інтернет-маркетинг» для магістерського рівня освіти: <https://surl.li/uougby>, <https://surl.li/uguyrl>, <https://surli.cc/itbjcc>, <https://surl.li/yesspn>, <https://surl.li/gduige>, <https://surl.li/hnhmhr>, <https://surl.li/suogps>.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

З урахуванням узгодженості всіх підкритеріїв критерію 3 та наявності лише незначного недоліку, експертна група зробила висновок щодо відповідності критерію 3 рівню В. Правила прийому на навчання за ОП укладені відповідно до Умов прийому, є чіткими, зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, враховують особливості ОП, оприлюднені на офіційному сайті НУБіП України та є доступними для потенційних вступників. НУБіП здійснює визнання програмних результатів, здобутих на інших ОП та шляхом неформальної та/або інформальної освіти відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать законодавству та належним чином документуються. Як позитивну практику експертна група відзначає укладання закладом вищої освіти численних партнерських угод з академічної мобільності з вітчизняними та іноземними ЗВО, що дає здобувачам вищої освіти додаткову можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії та можливість легко отримувати досвід навчання в різних ЗВО, у тому числі іноземних.

Недоліки

Актуальна інформація, зокрема щодо вступу, розподілена між старою та новою версіями сайту НУБіП.

Рекомендації

Розробникам сайту НУБіП України рекомендується завершити оновлення сайту до початку нової вступної кампанії, та забезпечити наявність усієї актуальної інформації на старій версії сайту до моменту повного переходу на нову версію.

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Методи, засоби та технології викладання, що застосовуються в освітньому процесі, спрямовані на забезпечення досягнення визначених програмних результатів навчання та характеризуються інтеграцією класичних і сучасних дидактичних підходів. У процесі реалізації освітньої програми використовуються: словесні методи (лекційні заняття, дискусії, робота з першоджерелами); візуальні методи (мультимедійні презентації, аналіз і демонстрація кейсів); практико-орієнтовані методи (підготовка тез і наукових статей, участь у конференціях, розробка маркетингових проєктів). Прикладом є дисципліна «Методологія наукових досліджень з основами інтелектуальної власності», у межах якої здобувачі готують тези та беруть участь у науково-практичних конференціях факультету. Факт результативності підтверджується опублікованими збірниками тез, розміщеними на офіційному вебсайті університету <https://surl.li/dcpkjd>. У межах дисциплін «Стратегічний маркетинг» та «Маркетинговий менеджмент» студенти виконують курсові роботи з використанням сучасних програмних продуктів (Power BI, SimilarWeb, SEMrush, Google Ads), що забезпечує формування компетентностей із прикладного аналізу ринку. Пріоритет надається інноваційним формам та цифровим технологіям навчання. Здобувачі залучаються до електронного освітнього середовища Elearn (<https://surl.li/ndlckv>), де виконують індивідуальні та групові завдання, проходять тестування, беруть участь у форумах і вебінарах за участю представників стейкхолдерів (наприклад, Української асоціації маркетингу). Поєднання традиційних і сучасних методів викладання, цифрових освітніх інструментів, практико-орієнтованих завдань та дослідницької діяльності забезпечує формування у здобувачів необхідних компетентностей та гарантує досягнення заявлених програмних результатів навчання. Методи викладання та навчання в межах ОП «Маркетинг» повною мірою відповідають принципам академічної свободи та студентоцентрованого підходу. Викладачі мають можливість реалізовувати власні наукові й методичні напрацювання, а здобувачі – формувати індивідуальні освітні траєкторії завдяки вибірковим компонентам, варіативності тематики дослідницьких робіт і гнучкості у виборі місць практики. Такий підхід сприяє підвищенню мотивації студентів і забезпечує досягнення очікуваних програмних результатів навчання.

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

Структура кожної робочої програми навчальної дисципліни, що входить до складу освітньої програми, містить визначення методів контролю та схему нарахування балів упродовж усього періоду вивчення дисципліни. Робочі програми оприлюднені на офіційних вебресурсах факультету та кафедри маркетингу і міжнародної торгівлі (<https://surl.li/vkzizo>). На цих платформах також представлено повний комплекс інформаційних матеріалів щодо організації освітнього процесу: робочі програми навчальних дисциплін, силабуси та навчальні плани. Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів мають чіткий і прозорий характер, що дає змогу об'єктивно визначати рівень сформованості результатів навчання. Вони закріплені у відповідних нормативних положеннях університету (<https://surl.li/anhodm>). На початку семестру викладачі ознайомлюють здобувачів із: змістом і структурою навчальної дисципліни; формою екзаменаційної (залікової) роботи; прикладами завдань попередніх років; системою та критеріями оцінювання. Усі здобувачі мають доступ до навчального порталу університету (<https://surl.li/mpbbrh>), де розміщено електронні навчальні курси. Кожен курс містить окремий інформаційний блок із відомостями про обсяг, структуру, очікувані результати навчання та систему оцінювання. Навчальний контент електронних курсів включає презентації, тексти лекцій, інструктивні матеріали до виконання завдань, тести, а також додаткові інформаційні ресурси. Система організації освітнього процесу на ОП «Маркетинг» забезпечує прозорість, чіткість та доступність інформації для здобувачів. Наявність робочих програм, силабусів, нормативних положень та електронних навчальних курсів гарантує об'єктивність оцінювання, орієнтацію на досягнення програмних результатів навчання та реалізацію принципів студентоцентрованого підходу.

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

Інтеграція навчальної та науково-дослідної діяльності в межах освітньо-професійної програми «Маркетинг» забезпечується системним включенням наукової складової в усі етапи освітнього процесу. Здобувачі виконують курсові та магістерські кваліфікаційні роботи, які передбачають проведення емпіричних маркетингових досліджень, аналіз ринкових процесів, застосування методів прогнозування, моделювання та кількісно-якісного аналізу. Отримані результати апробуються під час публічних захистів і презентуються на науково-практичних заходах різного рівня. Важливим компонентом дослідницької діяльності є участь здобувачів у конференціях, семінарах та круглих столах. Зокрема, студенти беруть участь у щорічних конференціях «Маркетинг очима молоді: проблеми та перспективи», міжнародних конференціях «Маркетинг та логістика в агробізнесі», а також у науково-практичних дискусіях, результати яких висвітлені на офіційних ресурсах університету (<https://surl.li/ccsuqnrh>, <https://surl.li/bewjbh>, <https://surl.li/lwvkh1>, <https://surl.li/sxaqiz>). Участь у таких заходах супроводжується підготовкою тез та їх публікацією у збірниках конференцій. Освітній процес поєднує навчальну й наукову складові через виконання курсових і кваліфікаційних робіт, участь у наукових форумах, підготовку наукових публікацій і залучення здобувачів до дослідницьких проєктів кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі. Це сприяє

формуванню дослідницьких компетентностей, розвитку критичного мислення та здатності застосовувати результати наукових розвідок у практиці маркетингової діяльності.

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

Оновлення змісту навчальних дисциплін в межах освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти здійснюється на системній основі з урахуванням сучасних наукових здобутків і актуальних практик у сфері маркетингу. Процедури оновлення регламентуються внутрішніми нормативними документами університету, зокрема: «Положенням про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у НУБіП України», «Положенням про електронне освітнє середовище НУБіП України» та «Положенням про навчально-інформаційний портал НУБіП України» (<https://surl.li/anhodm>). Перед початком кожного семестру робочі програми навчальних дисциплін проходять перегляд і за потреби коригуються; відповідні зміни обговорюються на засіданнях кафедри та затверджуються навчально-методичною радою факультету. Так у курсі «Цифровий маркетинг» (доктор філософії у галузі маркетингу Омеляненко О. В.) інтегровано сучасні наукові підходи до вивчення цифрової поведінки споживачів, а також практики роботи з Google Analytics, SEO та SMM-платформами, опановані під час стажувань і тренінгів у співпраці з компаніями IT-галузі; у дисципліні «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків» (проф. Бондаренко В. М.) зміст оновлено з урахуванням результатів кафедральних досліджень щодо прогнозування попиту на агропродовольчу продукцію, що дало змогу доповнити курс практичними завданнями з аналізу баз даних FAO та Eurostat; у курсі «Бренд-менеджмент» (доц. Лазебник В. В.) застосовано сучасні кейси з українського та міжнародного ринків, а також результати досліджень у галузі комунікацій і поведінкової економіки; у дисципліні «Рекламний менеджмент» (проф. Луцій О. П.) розширено модулі, присвячені інтегрованим маркетинговим комунікаціям, зокрема digital-кампаніям і використанню штучного інтелекту при створенні рекламного контенту. Для кожної дисципліни створено електронні навчальні курси, що систематично оновлюються та доповнюються новими науковими й практичними матеріалами. Викладачі, які проходили стажування в європейських університетах і вітчизняних компаніях, інтегрували у зміст дисциплін сучасні методики аналізу ринку та управління маркетинговими комунікаціями. Отже, оновлення змісту дисциплін за ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти відбувається не формально, а шляхом безпосередньої інтеграції новітніх наукових результатів та сучасних практик галузі, що забезпечує актуальність, практичну спрямованість та конкурентоспроможність освітньої програми.

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

Інтернаціоналізація освітньої та наукової діяльності НУБіП України забезпечується через діяльність Навчально-наукового центру міжнародної діяльності (<https://surl.li/rqhxja>), до функціональних завдань якого належать інформаційно-консультаційна підтримка здобувачів вищої освіти, аспірантів і науково-педагогічних працівників, а також координація міжнародних проєктів і програм. Університет послідовно зміцнює свої позиції у сфері міжнародної співпраці, що підтверджується активною участю у міжнародних освітніх і наукових ініціативах. Основні напрями такої діяльності окреслено на офіційній сторінці університету (<https://surl.li/dvvrgrf>). НУБіП України є учасником міжнародних проєктів і програм (<https://surl.li/lofgko>), серед яких: ERASMUS+, TEMPUS, співпраця з ФАО ООН, FP6, FP7, Вишеградський фонд, Erasmus Mundus – Action 2 (ALRAKIS 2), TOPAS та ін. (<https://surl.li/zfzmas>). Крім того, університет є членом провідних міжнародних освітніх і наукових організацій (<https://surl.li/jbmupk>) та має широкую мережу закордонних партнерів (<https://surl.li/cc/tewfte>). НУБіП забезпечує доступ наукової спільноти до міжнародних наукометричних і реферативних баз даних, зокрема Scopus (Elsevier), Web of Science, Science Direct, EBSCO Publishing (<https://surl.li/vmhcbt>), що сприяє інтеграції результатів досліджень у світовий академічний простір. Викладачі і здобувачі ОП «Маркетинг» активно долучаються до міжнародної академічної мобільності та професійних комунікацій шляхом участі у міжнародних конференціях, семінарах, воркшопах та інших заходах, що проводяться як за кордоном, так і в Україні або в дистанційному форматі (<https://surl.li/grniph>, <https://surl.li/cc/zopoem>, <https://surl.li/jtcjfn>, <https://surl.li/xvwxun>, <https://surl.li/puites>).

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти характеризується достатнім рівнем відповідності якісним показникам за підкритеріями 4.1–4.4. У процес модернізації програми активно залучаються фахівці-практики у сфері маркетингу та інші стейкхолдери, які беруть участь не лише у безпосередньому удосконаленні освітнього процесу, але й сприяють працевлаштуванню здобувачів. Наявні позитивні практики значною мірою стимулюють залучення науково-педагогічних працівників до участі в міжнародних проєктах. Інтернаціоналізація освітнього процесу та наукової діяльності є одним із пріоритетних стратегічних напрямів розвитку НУБіП України, що забезпечує інтеграцію університету у глобальний освітній і науково-дослідний простір та сприяє підвищенню його конкурентоспроможності.

Недоліки

За критерієм 4 суттєвих недоліків не виявлено

Рекомендації

Рекомендовано ширше інтегрувати сучасні маркетингові практики під час оновлення змісту дисциплін та формування їх переліку

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

У НУБіП форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чітко визначеними, зрозумілими, прозорими та доступними для всіх учасників освітнього процесу. Здобувачі ознайомлюються з ними на початку викладання кожної ОК безпосередньо від викладача, з силабусів ОК та у системі e-Learn дистанційного навчання. Контрольні заходи проводяться відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в НУБіП України <https://bit.ly/479z21z>, Положення про екзамени і заліки в НУБіП України <https://bit.ly/4h2FkUo>, Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НУБіП України <https://bit.ly/405qezA>, а також силабусів навчальних дисциплін, відповідно до яких форми контролю включають: поточний контроль (тести, усні опитування, виконання практичних завдань); проміжну атестацію (письмові контрольні роботи, модульні тести); підсумкову атестацію (публічний захист кваліфікаційної роботи). Кожна форма має чітко прописані критерії оцінювання, що дозволяє об'єктивно визначити, наскільки здобувач досяг результатів навчання як з окремого освітнього компонента, так і за освітньою програмою в цілому. Оцінювання здійснюється за рейтинговою системою (100-бальна шкала), де: до 70 балів — поточна навчальна діяльність; до 30 балів — підсумковий контроль (екзамен або залік). Для допуску до підсумкового контролю здобувач повинен набрати не менше 42 балів за навчальну роботу протягом семестру. Екзамен проводиться у електронній формі та включає комбінацію теоретичних запитань і тестових завдань; після виконання письмової частини проводиться усна співбесіда, що гарантує об'єктивність оцінювання. Здобувачі підтвердили прозорість та зрозумілість системи оцінювання під час зустрічей з ЕГ. Під час зустрічей було також відзначено, що здобувачі відстежують свої оцінки у особистих кабінетах у системі e-Learn. Система оцінювання в НУБіП також передбачає штрафні рейтинги, які впливають на загальну рейтингову оцінку здобувачів за кожною ОК. Під час зустрічі зі здобувачами ОК випадків нарахування штрафного рейтингу не відзначено.

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

Форми атестації здобувачів вищої освіти у НУБіП повністю відповідають вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітнього рівня магістр, що визначено наказом МОН України від 10.07.2019 №960. Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи (магістерської), що передбачає презентацію результатів власного наукового дослідження перед екзаменаційною комісією. Окрім загальноуніверситетських положень (про організацію освітнього процесу в НУБіП України (розділ «Атестація здобувачів вищої освіти»); про підготовку і захист магістерської кваліфікаційної роботи у НУБіП України; про підготовку магістрів у НУБіП України; про екзаменаційні комісії) виконання атестації здобувачів на ОП реалізується згідно Методичних вказівок щодо написання та захисту магістерських кваліфікаційних робіт студентів спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання <https://bit.ly/3Kzosta>. Підготовка до написання магістерської роботи здійснюється вже на 1 курсі та включає процедури: визначення теми наукового дослідження, вибору керівника, охоплює написання та захист курсових робіт зі Стратегічного маркетингу (1 семестр), Маркетингового менеджменту (2 семестр) та кваліфікаційної роботи (3 семестр), що забезпечує досягнення високого рівня реалізації власних наукових досліджень здобувачів. У процесі атестації екзаменаційна комісія оцінює рівень наукової підготовки, уміння проводити дослідження, застосовувати теоретичні знання для розв'язання практичних

маркетингових завдань, аргументовано захищати результати роботи. Захист кваліфікаційних робіт відбувається публічно, відповідно до визначеного графіка, а роботи попередньо проходять перевірку на академічну доброчесність (плагіат).

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

У НУБіП визначено чіткі та прозорі правила проведення контрольних заходів (КЗ), які є доступними всім учасникам освітнього процесу та забезпечують об'єктивність оцінювання і дотримання академічної доброчесності. Проведення КЗ регламентується низкою офіційних документів університету, зокрема: Положенням про організацію освітнього процесу в НУБіП України <https://bit.ly/479z21z>; Положенням про екзамени і заліки у НУБіП України <https://bit.ly/4h2FkUo>; Положенням про екзаменаційні комісії <https://bit.ly/48NNEVB>; Положенням про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НУБіП України <https://bit.ly/405qezA>; Положенням про академічну доброчесність <https://bit.ly/48POzVE>; Антикорупційною програмою НУБіП України <https://bit.ly/3Wn4O50>. Ці документи є у відкритому доступі на офіційному сайті університету, а також пояснюються студентам на початку навчання, під час установчих зборів, перших лекцій і консультацій. Форми КЗ, критерії оцінювання, терміни їх проведення й система балів (рейтингу) детально прописані у силабусах дисциплін та електронних навчальних курсах у системі e-Learn. На початку семестру викладачі ознайомлюють здобувачів із цими критеріями, а в особистих кабінетах в системі e-Learn здобувачі мають постійний доступ до поточних оцінок, графіків та правил атестації. Екзамени проводяться двома викладачами, один з яких є лектор потоку, а другого визначає завідувач кафедри. Така процедура унеможливає появи конфлікту інтересів чи упередженого ставлення викладача за результатами навчання та під час контрольного оцінювання. У разі можливого конфлікту інтересів передбачені процедури врегулювання відповідно до Положення про академічну доброчесність <https://bit.ly/48POzVE> та Антикорупційної програми <https://bit.ly/3Wn4O50>. В університеті діє скринька довіри, яка розміщена на першому поверсі корпусу 10, де розміщено факультет аграрного менеджменту та навчальні аудиторії здобувачів за ОП (онлайн <https://bit.ly/42Zzv3V>) та уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції. Якщо здобувач не згоден із результатами оцінювання, він має право подати апеляцію на ім'я голови апеляційної комісії факультету не пізніше наступного робочого дня після оголошення оцінки. Апеляційна комісія (створена наказом ректора) розглядає заяву, аналізує матеріали екзамену і може залишити оцінку без змін або її переглянути. Рішення комісії фіксується в журналі засідань. Здобувач має право двічі перескладати екзамен або залік. У разі повторної неуспішної спроби формується комісія з трьох викладачів для остаточного складання. Для осіб, які пропустили контроль з поважних причин, ректор встановлює додатковий термін ліквідації академічної заборгованості. Повторне складання з метою підвищення оцінки можливе лише один раз у заключному семестрі навчання.

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

У НУБіП сформовано, затверджено та впроваджено чітку і зрозумілу політику дотримання академічної доброчесності (АД), якої послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу. Ця політика є складовою системи забезпечення якості освітньої діяльності та інтегрована в культуру академічної та етичної відповідальності університету. Питання АД врегульовані низкою внутрішніх документів, що є у відкритому доступі: Положенням про АД у НУБіП України <https://bit.ly/48POzVE>; Положенням про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НУБіП України <https://bit.ly/405qezA>; Положенням про порядок перевірки наукових, навчально-методичних, дисертаційних, магістерських і бакалаврських робіт на наявність плагіату <https://bit.ly/48cAph9>; Етичним кодексом науково-педагогічного працівника <https://bit.ly/48hWKdk>; Антикорупційною програмою університету <https://bit.ly/3Wn4O50>. Ці документи визначають принципи, стандарти, процедури та відповідальність за порушення АД. В НУБіП діють конкретні механізми реалізації політики АД, а саме: кожен здобувач вищої освіти ознайомлюється з документами під час зустрічей із викладачами на початку навчання; викладачі на перших заняттях роз'яснюють вимоги до АД, самостійності виконання робіт, правил цитування, недопущення плагіату; контроль дотримання здійснюється на всіх етапах. Порушення принципів АД тягне за собою академічну відповідальність: повторне оцінювання, перездачу дисципліни, позбавлення стипендії або навіть відрахування, про що було підтверджено здобувачами під час зустрічі з ЕГ. НУБіП системно популяризує культуру АД через регулярне проведення просвіти із питань етики, академічної культури та запобігання плагіату; діяльність Комісії з питань етики та АД; розміщення на сайті факультету і кафедри інформаційних матеріалів, рекомендацій і прикладів правильного академічного цитування; залучення студентів до обговорення принципів академічної культури в межах дисциплін та наукових заходів. НУБіП активно використовує сучасні технологічні засоби контролю АД, а саме: усі курсові, магістерські, бакалаврські, дисертаційні та інші наукові роботи проходять обов'язкову перевірку на плагіат через систему StrikePlagiarism (з 01.07.2024) або Unicheck (до 30.06.2024); рез-ти перевірки є обов'язковим документом для допуску до захисту кваліфікаційної роботи; роботи здобувачів і НПП зберігаються в електронному

репозиторії НУБіП (<https://bit.ly/4o4eSf4>), що забезпечує відкритість і прозорість результатів наукової діяльності; у разі виявлення недобросовісних практик створюється комісія, яка ухвалює рішення про відповідальність порушника. В той же час, під час зустрічей зі здобувачами було виявлено недостатній рівень обізнаності здобувачів про АД, зокрема: не було чітко сформовано розуміння різниці між академічним плагіатом та рівнем унікальності текстів а також відсотком запозичень у роботах та вимог для допуску кваліфікаційної роботи до захисту.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Усі форми контролю, види робіт і бали зазначені в силабусах та системі e-Learn; здобувачі ознайомлюються з ними на початку навчання. Електронна система моніторингу успішності дозволяє студентам у режимі реального часу відстежувати свої оцінки та рейтинги. Об'єктивність оцінювання забезпечується участю двох викладачів під час іспиту та механізмами запобігання конфлікту інтересів. Чітко визначено порядок подання та розгляду апеляцій, із фіксацією результатів рішень комісії. Атестаційні процедури в НУБіП є чітко регламентованими, відкритими й повністю узгодженими з чинними державними стандартами вищої освіти, що гарантує об'єктивність підтвердження результатів навчання здобувачів освітнього ступеня магістра. Система контролю в НУБіП є чітко структурованою, відкритою та справедливою. Вона передбачає доступність усіх правил для студентів, наявність запобіжних механізмів проти упередженості, чітку процедуру апеляцій і повторних складань, а також системне дотримання принципів академічної доброчесності під час реалізації освітніх програм. У НУБіП створено ефективну систему політик, процедур і цифрових інструментів, яка забезпечує послідовне дотримання, моніторинг і популяризацію академічної доброчесності як ключового елементу культури якості освітнього процесу

Недоліки

Під час зустрічі з експертною групою здобувачами вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти не було чітко сформульовано критерії допуску кваліфікаційної роботи до захисту в контексті наявності у ній ознак плагіату

Рекомендації

ЕГ рекомендує включити питання щодо академічної етики, плагіату, цитування, самоплагіату та академічної відповідальності у окремі теми чи модулі за ОК відповідного змісту (наприклад, ОК «Методологія наукових досліджень з основами інтелектуальної власності») або на вибір ЗВО у навчально-методичне забезпечення (робоча програма навчальної дисципліни, силабус) для освітньої ОПП 2026 року набору.

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень В

Критерій 6. Людські ресурси:

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

Усі НПП за ОП мають наукові ступені (доктори або кандидати наук/PhD) та відповідний досвід, що забезпечує їхню кваліфікацію згідно з п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. НПП за ОП відповідають вимогам згідно Наказу про затвердження Кваліфікаційних вимог до наукових та науково-технічних працівників НУБіП України <https://bit.ly/4gX78JG>. Аналізуючи відомості про СО, наукові профілі НПП, перелік наданих на запит документів про публікаційну активність НПП відповідно до ОК, які вони викладають, ЕГ зазначає, що усі викладачі мають наукові публікації за профілем ОК (в тому числі, у Scopus та Web of Science), зокрема: Бондаренко В.М. ОК «Стратегічний маркетинг», ОК «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків» - д.е.н., професор, 23 роки досвіду, монографії з маркетингу; Гераймович В.Л. ОК «Маркетинговий менеджмент» – к.е.н., доцент, 22 роки досвіду, публікації з управління маркетингом; Луцій О.П. ОК «Рекламний менеджмент» – К.е.н., професор, 44 роки досвіду, член Співки рекламистів; Резнік Н.П. ОК «Логістика» – д.е.н., професор, автор підручника «Логістика». НПП є авторами монографій та підручників з маркетингу; Бондаренко В.М. та Луцій О.П. – члени Української асоціації маркетингу та Співки рекламистів України; Діброва А.Д. – провідний вчений Національної академії аграрних наук; Вакуленко В.Л. – практичний досвід у логістиці (заступник директора з

логістики, генеральний директор). НПП за ОП проходили стажування в Університетах Великої Британії, Франції, Німеччини, Польщі; Латвійському університеті наук про життя; у рамках проєктів Erasmus+ та інших міжнародних програм.

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

Процедури конкурсного відбору науково-педагогічних працівників, залучених до реалізації ОП «Маркетинг» у НУБіП, є прозорими, недискримінаційними та регламентованими внутрішніми нормативними документами університету. Відбір здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту», Положення про конкурс на заміщення посад науково-педагогічних працівників НУБіП України, Кодексу академічної доброчесності НУБіП України, Колективного договору університету. Під час зустрічі з допоміжним персоналом було відзначено, що процедура конкурсного добору полягає у: оголошенні конкурсу, яке публікується на офіційному веб-сайті університету із зазначенням посад, вимог до кваліфікації, термінів подання документів і процедур відбору; поданні документів кандидатами, що здійснюється у відкритому порядку, без обмежень за віком, статтю, походженням, політичними чи іншими ознаками (дотримання принципів недискримінаційності); розгляд документів конкурсною комісією кафедри із залученням представників факультету та студентського самоврядування; проведення відкритої лекції або презентації навчального курсу кандидатів на посаду з метою перевірки педагогічної майстерності та фахової компетентності; обговоренням результатів і рекомендацією кафедри на засіданні вченої ради факультету та прийняттям рішення вченою радою університету з подальшим затвердженням ректором. Система конкурсного відбору сприяє залученню висококваліфікованих фахівців і підтримці професійного рівня НПП ОП «Маркетинг».

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

НУБіП активно залучає практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу на ОП через присутність роботодавців у Раді роботодавців, практичній взаємодії через проведення відкритих лекцій, семінарів, участь у ярмарках вакансій, наданні баз практика, практичному консультуванні НПП та здобувачів, а саме: Чемерис Максим (заст. директора «Органік-стандарт») – підвищення кваліфікації та стажування для НПП, консультування НПП в галузі органічного землеробства; наукова співпраця в галузі органічного землеробства, що використовується у магістерських роботах; Луцій Олександр (заступник директора з маркетингу ТОВ «Альвіва Україна») – відкриті лекції для здобувачів; Гречана Катерина (керівник відділу маркетингу ТОВ «ЛНЗ ГРУП») – консультування здобувачів та НПП кафедри з питань аграрного маркетингу; Чернявський Іван (генеральний директор Український інституту інтелектуальної власності) - практика та працевлаштування студентів, участь у щорічній кафедральній конференції, спільна науково-дослідна робота з НПП кафедри.

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

НУБіП має комплексну систему підтримки професійного розвитку викладачів, що реалізується через власні програми та міжнародну співпрацю. Професійний розвиток регулюється Положенням про професійний розвиток науково-педагогічних працівників НУБіП України, згідно з яким НПП мають підвищувати кваліф. не рідше одного разу на 5 років. Підвищення кваліф. через власні структури, а саме: ННІ неперервної освіти і туризму організовує курси для викладачів, в яких взяли участь НПП за ОП («Інструменти аграрної політики та їх роль у розвитку експортного потенціалу» (Діброва А.Д., 2 кред. ECTS); «Вплив біоекономіки на економічне зростання» (Дергач А.В., 1 кред. ECTS); «Інноваційні професійні компетентності в педагогічній діяльності» (Дергач А.В., 1 кред. ECTS); «Розвиток інноваційних професійних компетентностей в педагогічній діяльності» (Резнік Н.П., 2 кред. ECTS). Міжнародне стажування та програми: Проєкт Erasmus+ TOPAS (2017-2021) (Діброва А.Д. стажув. у Самаркандській філії Ташкентського державного університету економіки (Узбекистан); Європейський інвестиційний банк - проєкт інформаційно-навчальної платформи (Діброва А.Д.); Jean Monnet Centre of Excellence (Дергач А.В., Попова О.Л.); EU Water Initiative Plus (Попова О.Л.) Стажування у європейських унів-тах: Foundation Knowledge and Education for Agribusiness (Варшава, Польща) – Бондаренко В.М.; Latvia University of Life Sciences and Technologies – Дергач А.В., Нагорний В.В.; Le Campus Terres et Paysages (Франція) - Гераймович В.Л. Участь у спеціаліз. проф. програмах: Спілка рекламистів України («Маркетингові комунікації: інтегрована система, що розвивається» - Бондаренко В.М., Гераймович В.Л.); «Івент-маркетинг: сучасні реалії» Бондаренко В.М.); «Бренд-комунікації: формування та інтеграція» (Бондаренко В.М.); «Поведінка споживачів: практична теорія» - Гераймович В.Л.) Стажув. в установах і на підпр-вах: ТОВ «ТРАНС СЕЛ» (Бондаренко В.М., 2022); ТОВ «Норма Фарм» та ТОВ «NOVRUZ-AZ» (Нагорний В.В., консультування з 2018); ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України (Діброва А.Д., Попова О.Л., Нагорний В.В.) Участь у регулярних унів. заходах (семінари-навчання з підвищення пед. майстерності; семінари з розробки електрон. Навч. курсів; тренінги для кураторів академ. груп тощо). Система заохочення викладацької майстерності НПП за ОП полягає у матеріальному стимулюванні гідно з Колективним договором, Положенням про надання щорічної грошової винагороди За сумлінну працю та зразкове виконання обов'язків; Положенням про преміювання працівників, надбавки до посадових окладів (Луцій О.П. відзначений премією у травні 2025 року);

моральне заохочення (Почесна грамота НУБіП України - Луцій О.П., Нагорний В.В., Діброва А.Д); відзначення професійних успіхів на рівні університету та факультету, рейтинг-ння НПП; сис-му взаємодопомоги (взаємовідвідування занять викладачів, проведення та обговорення відкритих занять, рез-тів наук. дослідж. на засіданнях кафедри, наставництво для молодих викладачів).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Заклад вищої освіти системно співпрацює з роботодавцями та галузевими експертами; залучає професіоналів-практиків до навчального процесу (викладання, тренінги, практики); сприяє працевлаштуванню та стажуванню студентів і викладачів. НУБіП України забезпечує комплексну підтримку професійного розвитку викладачів через: власні програми - ННІ неперервної освіти, семінари, тренінги; міжнародну співпрацю - Erasmus+, Jean Monnet, стажування в європейських університетах; галузеву співпрацю - професійні об'єднання (Спілка рекламистів, Українська асоціація маркетингу); фінансове заохочення - премії, надбавки, винагороди; академічне визнання - почесні грамоти, рейтингове оцінювання; методичну підтримку - взаємовідвідування, відкриті заняття, обмін досвідом.

Недоліки

За критерієм 6 суттєвих недоліків не виявлено

Рекомендації

Експертна група рекомендує продовжувати розвиток наукового потенціалу викладачів за ОП у напрямках науково-дослідної роботи, міжнародної співпраці та інтеграції у маркетингову практику.

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

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

Інфраструктура НУБіП включає: 17 навчальних корпусів і 14 гуртожитків, їдальні, кінно-спортивний комплекс, наукову бібліотеку, інформаційний центр, автомобільну базу, навчально-наукові лабораторії, оздоровчий центр, видавництво, актові зали, музеї, ботанічний сад з еко-класами, спортивні майданчики, IQ-простір для спільної роботи (<https://surl.lt/igtule>). Заняття проводяться у навчальних аудиторіях, обладнаних мультимедійною технікою, комп'ютерних класах та навчально-наукових лабораторіях факультету аграрного менеджменту. Студенти мають доступ до стаціонарної комп'ютерної техніки, ліцензійного програмного забезпечення для роботи з маркетинговими аналітичними інструментами (SPSS, Statistica, Power BI, Excel), а також онлайн-сервісів Google Workspace for Education та Microsoft Office 365. На кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі створено окремий розділ ресурсів (<https://surl.lu/crdvqx>), де зібрані методичні матеріали, навчальні програми, електронні курси та результати наукових заходів. Здобувачі та викладачі мають доступ до пошукових систем інформації, реферативних баз даних, електронних ресурсів E-learn, Office 365, Teams, Webex. Завдяки електронній системі навчання E-learn студенти можуть переглядати та здавати завдання, відслідковувати прогрес у навчанні (у тому числі переглядати свої поточні та підсумкові оцінки), ознайомлюватись з силабусами дисциплін та іншою важливою інформацією. Широкий спектр матеріалів та послуг надає бібліотека НУБіП, зокрема: понад 1 млн друкованих примірників літератури, цифрова бібліотека DGLibrary (<https://surl.cc/tkdbdc>) та електронна бібліотека. Також здобувачі вищої освіти та викладачі мають доступ до міжнародних баз даних SCOPUS, WoS та інших (<https://surl.li/pusext>). Під час огляду матеріально-технічної бази університету, зокрема філії бібліотеки, яка відноситься безпосередньо до факультету аграрного менеджменту, ЕГ переконалась, що в бібліотеці створено належні умови та зібрано необхідні навчальні матеріали для досягнення ПРН за ОП. Проте, ЕГ також відмічає, що філія має лише один абонентський термінал (комп'ютер), користуючись яким учасники освітнього процесу можуть отримати локальний доступ до електронних ресурсів бібліотеки. За словами керівника інформаційно-обчислювального центру (зустріч 8) минулого року для факультету

аграрного менеджменту було обладнано 23 сучасними комп'ютерами (кожен) 2 комп'ютерні класи. А також, ЗВО має підписку Microsoft на ліцензійні ОС Windows та ПЗ Office 365 для 1200 викладачів і 24000 студентів. Під час навчання у НУБіП використовується виключно ліцензійне програмне забезпечення. В університеті діє система ВЗЯВО (<https://surli.cc/uoxsso>), яка забезпечує моніторинг, аналіз та оцінку рівня задоволеності здобувачів (<https://surli.lt/bfyjpu>). За результатами проведеної експертизи, експертна група зробила висновки, що матеріально-технічне забезпечення університету дозволяє досягти цілі, завдання та результати навчання за кожною ОК на ОП.

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

За результатами спілкування з гарантом ОП, науково-педагогічним персоналом, здобувачами вищої освіти, представниками студентського самоврядування та адміністративним персоналом, експертна група переконалась, що всі учасники освітнього процесу забезпечені безоплатним та вільним доступом до інфраструктури, зокрема бібліотеки (друкований фонд понад 1 млн примірників, а також електронні ресурси), музеїв, навчальної, наукової та спортивної баз НУБіП, а також інформаційних ресурсів ЗВО, які є необхідними для навчальної, викладацької та/або наукової діяльності в межах реалізації ОП. Для реалізації освітньо-наукового процесу, всі учасники освітнього процесу забезпечені доступом до електронних ресурсів через підключення до локальної комп'ютерної мережі НУБіП та доступом до мережі Інтернет через Wi-Fi. За результатами зустрічей 4 та 5 експертна група переконалась у тому, що учасники освітнього процесу поінформовані щодо можливостей користування інфраструктурою та інформаційними ресурсами НУБіП. У ЗВО діє власний репозитарій - цифрова бібліотека DGLibrary (<https://surli.lu/xgrcik>), яка відкрита у вільному доступі для всіх бажаючих. Під час огляду матеріально-технічної бази директор бібліотеки відокремив: у НУБіП створено репозитарій з вільним доступом для всіх бажаючих та електронну бібліотеку, в якій, зокрема, публікуються матеріали, автори яких не бажають публікувати свої роботи у вільний доступ. Саме тому доступ до електронної бібліотеки відкритий для учасників освітнього процесу, але тільки через локальну мережу. Окрім того, як було зазначено під часу огляду МТБ, бібліотека та деканат надають послугу перевірки робіт на плагіат.

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

Під час огляду матеріально-технічної бази експертна група підтвердила наявність на території НУБіП укріплень цивільного захисту та дотримання вимог безпеки, зокрема пожежної - наявність вогнегасників, планів евакуації тощо. В закладі здійснюється перевірка стану укріплень у навчальних корпусах та гуртожитках (<http://surli.li/aowzn>). До інфраструктури НУБіП відноситься: спортивний комплекс (<https://surli.li/fwkxih>), спортивно-оздоровчий табір (<https://surli.lu/qzuoar>), оздоровчий центр (<https://surli.li/hkywah>), студмістечко (<https://surli.lu/tivrii>), бази відпочинку та оздоровлення. Всі об'єкти доступні для учасників освітнього процесу. На оздоровлення у спортивно-оздоровчому таборі у Чорноморську для учасників освітнього процесу в НУБіП діють знижені ціни. Так, на зустрічі 9 голова профкому зазначив, що під час війни попит на відпочинок у таборі знизився через безпекові умови, але все одно залишився. У ЗВО проводяться інструктажі з техніки безпеки (<http://surli.li/vdturk>, <http://surli.li/gjwwwk>, <http://surli.li/dhoshu>) та тренінги з домедичної допомоги (<http://surli.li/imqghe>). Діє інструкція з дотримання правил поведінки в умовах воєнного стану (<http://surli.li/xxeuqm>). Також в НУБіП функціонують центри: соціально-психологічної служби та реабілітації (<https://surli.li/ykasjk>), соціальної роботи (<https://surli.li/bxezfn>), охорони громадського порядку (<https://surli.li/gnlqhh>). Щосеместрово проводяться загальноуніверситетськи опитування (анкетування) студентів, зокрема, щодо їхніх потреб та інтересів. Як запевнив керівник центру забезпечення якості освіти під час зустрічі 7, звіт за результатами проведених опитувань представляється на ректораті, після чого передається в опрацювання відповідному відділу університету, який, у свою чергу, обов'язково реагує відповідним чином на отримані результати. Окремо опитування можуть проводити гарант ОП, кафедра, факультет. В минулому році було два звернення від здобувачів ОП "Маркетинг" до служби соціально-психологічної допомоги, про що зазначив її представник на зустрічі 8. На поточний час, найчастішою темою звернення до служби є адаптація до освітнього процесу. Фахівці соціально-психологічної служби надають консультуючу та психологічну допомогу всім учасникам освітнього процесу та їх сім'ям. Якщо служба не може власними силами вирішити проблему, то звертається або рекомендує звернутися до інших служб, у тому числі партнерських, для отримання глибшої допомоги, зокрема психологічної та/або психіатричної. Допомога надається на умовах анонімності і нерозголошення (за виключенням можливих підозр на ведення терористичної діяльності). За результатами проведеної експертизи, ЕГ було зроблено висновок про те, що освітнє середовище на ОП повною мірою задовольняє потреби та інтереси здобувачів вищої освіти та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я.

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

В результаті акредитаційної експертизи ЕГ встановлено, що здобувачі ВО за ОП повною мірою забезпечені освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримками. Комунікація зі здобувачами відбувається через старост, кураторів та студентських кураторів груп, а також напряду з викладачами. Для ефективної комунікації використовуються такі канали: корпоративна пошта, система навчання E-learn, месенджери, контактні телефони, сервіси Zoom, Google meet тощо. Всі учасники освітнього процесу в НУБіВ створюють доброзичливе освітнє середовище. Деякі викладачі, про що було зазначено на зустрічі 4, беруть участь у проведенні позанавчальних заходів зі здобувачами ВО. Інформаційна підтримка переважно надається через офіційний веб-сайт університету, корпоративну пошту, електронну систему E-learn. Наявність системи дистанційного навчання E-learn та активна комунікація між викладачами та здобувачами забезпечують достатність підтримки здобувачів під час використання технологій дистанційного навчання. Соціальна підтримка здобувачам ВО надається профкомом студентів, у тому числі з залученням коштів від ЗВО, про що зазначив голова профкому на зустрічі 9. Зокрема, широка допомога здобувачам надавалась під час епідемії Covid-19 та на початку воєнного стану - постраждалим від хвороби або воєнних дій відповідно. Також, голова профкому навів приклад закупівлі з бюджету профкому акустичної системи для факультету аграрного менеджменту за запитом від деканату та студентського самоврядування. Отримання та використання цієї системи підтвердив голова студентського самоврядування на зустрічі 9. Додатково, соціальна підтримка надається відділом соціальної роботи (<http://surl.li/ibhknv>) та навчально-науковим центром виховної роботи і соціального розвитку (<http://surl.li/deyqgh>). Усім здобувачам та викладачам НУБіП надається право на проживання у гуртожитку. Консультативну та психологічну допомогу здобувачам ВО надають центр соціально-психологічної служби та центр соціально-психологічної реабілітації (<http://surl.li/rcqgpw>). На зустрічі 8 представник центру соціально-психологічної служби зазначив про отримання та обробку більше 800 звернень за час існування служби, зокрема 2 з них було отримано від здобувачів ОП "Маркетинг" у минулому році. Для організації ефективного процесу комунікації здобувачів з керівниками підрозділів та служб, невідкладного реагування на їх повідомлення в університеті створено скриньку довіри (<http://surl.li/cxtcad>), що має два формати: онлайн - на сайті та фізичний - в університеті. Безкоштовну юридичну консультацію можна отримати у юридичній клініці «Захист та справедливість» (<https://surl.li/ppmbja>). Також надається допомога в працевлаштуванні через центр профорієнтаційної роботи та сприяння працевлаштуванню (<https://surl.li/ngbuff>, <https://surl.li/arfjse>).

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

Організація інклюзивного навчання в Університеті здійснюється згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 10.08.2019 № 635 «Про затвердження Порядку організації інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми проблемами в закладах вищої освіти» (<https://surl.li/tbscju>) та чинного законодавства. Відповідно до Статуту НУБіП (<https://surl.li/cc/ftpuqy>) створені необхідні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами. Згідно з Програмою розвитку університету на 2021-2025 роки «Голосіївська ініціатива-2025», п. 2.1.2. (<https://surl.li/uvasyb>). Особи з особливими освітніми потребами мають право навчатись за індивідуальним навчальним планом з використанням інформаційного освітнього середовища, яке розміщується на навчальному порталі університету (<https://surl.li/ixoazk>). Під час огляду матеріально-технічної бази, експертна група переконалась, що територія університету пристосована до вимог здобувачів з особливими освітніми потребами: навчальні корпуси облаштовані пандусами, які відповідають вимогам державним будівельних норм України; будівлі мають туалети, пристосовані для людей з особливими потребами; розробляються та впроваджуються таблички зі шрифтом Брайля. Також, у НУБіП проводиться відповідне навчання НПП; є відповідні заняття лікувальної фізкультури у спеціально створених навчальних групах; діє Центр соціально-психологічної служби. Серед здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» немає осіб з особливими освітніми потребами. Всі учасники освітнього процесу, зокрема працівники університету з розумінням ставляться до осіб, які потребують додаткової підтримки та сприяють отриманню психологічної та консультативної допомоги.

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

В університеті освітня діяльність побудована на принципах рівності прав і можливостей, інклюзивності, толерантності, відкритості та прозорості, дотримання цінностей свободи та справедливості. Врегулювання конфліктних ситуацій в університеті здійснюється в рамках діючого законодавства, Статуту НУБіП України, Колективного договору, Правил внутрішнього розпорядку, Етичного кодексу науково-педагогічного працівника, Положення про академічну доброчесність. В університеті діє Антикорупційна програма (<https://surl.li/xgdaxw>), яка є комплексом правил, стандартів і процедур щодо виявлення, протидії та запобігання корупції у діяльності ЗВО. Для створення ефективної системи протидії корупції вживаються відповідні заходи щодо недопущення виникнення реального та потенційного конфлікту інтересів (наказ ректора університету «Про запобігання та врегулювання конфлікту інтересів в НУБіП України» від 02.06.2020 р. № 418, розпорядження № 25 від 05.10.2020 р. на виконання листа МОН від 28.09.2020 р. № 1/9-545) (<https://surl.li/aqqdvp>). Факти порушення антикорупційного законодавства працівниками університету можна повідомити уповноваженій особі з питань запобігання та виявлення корупції (<https://surl.li/uxmdqk>), керівництву університету (<https://surl.li/dolcsw>) або деканату факультету (<https://surl.li/cc/rukbsa>). В університеті розроблено та затверджено Положення про попередження та протидію сексуальним домаганням та дискримінації в НУБіП України (<https://surl.li/ddmihc>), яке регламентує функціонування Комісії з попередження і боротьби із сексуальними домаганнями та дискримінацією в університеті, подання та розгляд скарги, моніторинг дотримання положення тощо. Відповідно до Правил прийому для здобуття

вищої освіти у НУБіП України (<https://surl.lu/nwdovp>) абітурієнтам надається право подати апеляцію на результати вступних випробувань до апеляційної комісії. Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу та Положенням про екзамени і заліки у НУБіП України (<https://surl.li/tztvra>) здобувачі вищої освіти, які не погоджуються з отриманою оцінкою знань за результатами проведення екзамени (заліку), мають право звернутися до апеляційної комісії факультету аграрного менеджменту на предмет розгляду спірних питань. Здобувачі ОП мають можливість скористатися фізичною або електронною скринькою довіри (<https://surl.cc/orybpr>). Впродовж проведення акредитаційної експертизи випадків, пов'язаних із конфліктними ситуаціями щодо проявів корупції, сексуальних домагань, дискримінації під час навчального процесу та проведення вступних іспитів і контрольних заходів щодо осіб, залучених до освітнього процесу на ОП, виявлено не було. Під час зустрічі 9 голова студентського самоврядування зазначив про відсутність конфліктних ситуацій за його каденції, але запевнив, що студентське самоврядування має процедуру врегулювання конфліктних ситуацій, яка головним чином спрямована на приборкання конфлікту ще на стадії його виникнення.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Навчально-методичне забезпечення та матеріально-технічна база за ОП забезпечують досягнення визначених ОП мети та ПРН. НУБіП надає доступ всім учасникам освітнього процесу до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для забезпечення освітнього процесу. Загалом, освітнє середовище НУБіП є безпечним для життя та фізичного і ментального здоров'я учасників освітнього процесу, а також враховує потреби здобувачів з особливими освітніми потребами. Виявлений недолік не є суттєвим. За результатами проведеної експертизи, з урахуванням узгодженості всіх підкритеріїв 7 критерію та наявності лише незначного недоліку, експертна група зробила висновок щодо відповідності критерію 7 рівню В.

Недоліки

Наявність лише одного абонентського терміналу у філії бібліотеки, що відноситься до факультету аграрного менеджменту.

Рекомендації

Інформаційно-обчислювальному центру рекомендується забезпечити відповідну філію бібліотеки додатковими абонентськими терміналами, з метою розширення можливостей локального користування електронними ресурсами бібліотеки учасниками освітнього процесу.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

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

Відповідно до Положення про освітні програми в НУБіП України (<https://surl.li/bgcebv>), перегляд освітніх програм (ОП) з метою їх удосконалення здійснюється у формах оновлення або модернізації. Щорічне оновлення ОП може охоплювати всі її складові, за винятком місії (цілей) та програмних результатів навчання (ПРН). Перегляд ОП проводиться проектною групою, склад якої затверджується наказом ректора університету за поданням декана на основі пропозицій випускової кафедри. Проект ОП обговорюється на засіданнях кафедри, науково-методичної комісії та вченої ради факультету. Публічне обговорення проекту ОП здійснюється за посиланням (<https://surl.lu/zwjten>) до 30 грудня поточного року. Пропозиції щодо вдосконалення ОП можуть надходити на корпоративну пошту гаранта ОП, на сторінки кафедри у соціальних мережах, у формі рецензій, під час зустрічей зі стейкхолдерами та учасниками освітнього процесу, а також за результатами опитувань роботодавців та здобувачів відповідної ОП (<https://surl.li/xtbbbl>). Остаточне обговорення надісланих пропозицій відбулося на засіданні проектної групи та було погоджене на засіданні кафедри 1 лютого 2024 р. (протокол № 12). Підставами для щорічного оновлення ОП можуть бути: ініціатива або пропозиції гаранта ОП, академічної ради або науково-педагогічних працівників, які її реалізують; результати оцінювання якості освітньої програми з урахуванням думки всіх стейкхолдерів; об'єктивні зміни інфраструктурного, кадрового або інших ресурсних аспектів, що впливають на

реалізацію ОП. Після отримання рецензій проект ОП розглядається на засіданнях кафедри, науково-методичної комісії та вченої ради факультету і подається на затвердження Вченої ради НУБіП України. Навчальні плани підлягають моніторингу та періодичному перегляду не рідше одного разу за повний курс навчання за ОП. Модернізація освітньої програми передбачає суттєвіші зміни у змісті та умовах її реалізації, ніж планове оновлення, і може охоплювати також місію (мету) та програмні навчальні результати. У рамках ОП «Маркетинг» для здобувачів 2025 року та наступних років вступу до навчального плану внесено окремі зміни. Зокрема, запроваджено вибіркову дисципліну «Стратегії цифрового маркетингу», скореговано дисципліну «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків» шляхом додавання інформації щодо використання програмно-апаратного забезпечення Statistica, уніфіковано кількість кредитів виробничої (переддипломної) практики та підготовки МКР, удосконалено структурно-логічну схему ОП. З урахуванням участі науково-педагогічних працівників у міжнародних заходах, проходження стажувань за кордоном та курсу України на імplementацію законодавства ЄС, внесено зміни до змісту обов'язкових компонентів (ОК) програми шляхом введення модулів, що враховують євроінтеграційні принципи та концепції сталого розвитку (ОК 1, ОК 3, ОК 4).

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

Пропозиції здобувачів формуються через особисте спілкування, обговорення на засіданнях студентських організацій, результати онлайн- та письмових анкетувань, а також участь у роботі вчених рад. Анкетування проводиться через Навчально-інформаційний портал (<https://surl.li/bvcory>) і охоплює оцінку якості навчального процесу, студентоорієнтованого підходу та вибірових дисциплін. Результати анкетування враховуються при обговоренні на засіданнях кафедр, науково-методичної комісії, вченої ради факультету та за участі ради роботодавців (<https://surl.li/hvoosw>). На засіданнях ради студентів і молодих вчених факультету регулярно переглядаються освітні компоненти та зміст дисциплін з урахуванням потреб здобувачів, зокрема вибору тем кваліфікаційних робіт. Формована на факультеті та університеті організаційна культура сприяє довірливим і конструктивним взаєминам між здобувачами, викладачами, гарантами ОП та роботодавцями, що є основою розробки та вдосконалення освітніх програм. Прикладом врахування думки магістрантів є розширення вибіркової складової за вибором студентів в оновленій ОП. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу підготовки магістрів у НУБіП України (<https://surl.li/nskzcu>), студентське самоврядування має право забезпечувати та захищати права й інтереси здобувачів, зокрема щодо організації освітнього процесу та процедур внутрішнього забезпечення якості освітніх програм. Представники Сенату студентської організації беруть участь у засіданнях кафедр та вчених рад факультету. Голова Сенату студентської організації факультету, Микола Цуркан, представляє інтереси студентів ОП «Маркетинг» на рівні університету через членство в Сенаті студентської організації НУБіП України (<https://surl.li/dqfpfk>). Здобувачі мають можливість подавати пропозиції щодо вдосконалення ОП під час зустрічей із ректоратом та керівництвом факультету, участі у круглих столах, форумах і засіданнях Ради роботодавців (<https://surl.li/fqhfig>, <https://surl.li/hzgncs>, <https://surl.li/cc/yryalz>, <https://surl.li/dsdlfq>). За результатами анкетування було усунуто дублювання окремих дисциплін та збільшено кількість дисциплін за вибором студентів.

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

В процесі експертизи (зустріч 6 з роботодавцями) ЕГ прийшла до висновку, що рекомендації роботодавців враховано при удосконаленні структури та змісту ОК ОП: запроваджено вибіркову дисципліну «Стратегії цифрового маркетингу», скореговано дисципліну «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків» з додаванням матеріалів щодо використання Statistica, уніфіковано кредити виробничої практики та підготовки МКР, доопрацьовано тематику МКР. Залучення роботодавців до забезпечення якості ОП передбачено нормативними документами університету, зокрема Положеннями про освітні програми та про забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти. Прикладом їх участі є допомога у встановленні сучасного обладнання та ПЗ, а також обговорення пропозицій ради роботодавців на розширеному засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту (<https://surl.li/rpnpph>).

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

В процесі експертизи (зустріч 6 з роботодавцями) ЕГ прийшла до висновку, що рекомендації роботодавців враховано при удосконаленні структури та змісту ОК ОП: запроваджено вибіркову дисципліну «Стратегії цифрового маркетингу», скореговано дисципліну «Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків» з додаванням матеріалів щодо використання Statistica, уніфіковано кредити виробничої практики та підготовки МКР, доопрацьовано тематику МКР. Залучення роботодавців до забезпечення якості ОП передбачено нормативними документами університету, зокрема Положеннями про освітні програми та про забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти. Прикладом їх участі є допомога у встановленні сучасного обладнання та ПЗ, а

також обговорення пропозицій ради роботодавців на розширеному засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту (<https://surl.li/rpnpph>). 4. Наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми (крім випадку проходження акредитації вперше) Факти, докази та їх аналіз: Національний університет біоресурсів і природокористування України активно співпрацює з роботодавцями та сприяє працевлаштуванню своїх випускників. У структурі університету функціонує Відділ практичного навчання та працевлаштування (<https://surl.li/uucocd>), публікуються актуальні вакансії (<https://surl.li/cc/dxtmkl>), створено базу даних для сприяння працевлаштуванню випускників. Протягом року проводиться опитування випускників через онлайн-анкети для моніторингу їх професійної реалізації. Випускові кафедри мають укладені договори з підприємствами та визначені бази практик, які забезпечують проходження практики здобувачами з можливістю подальшого працевлаштування. Підвищенню обізнаності майбутніх випускників щодо працевлаштування сприяє діяльність факультету аграрного менеджменту, що організовує наукові та практичні заходи за участю фахівців-практиків на базі факультету та поза його межами. Постійний контакт із випускниками кафедри здійснюється через соціальні мережі (Facebook, Instagram), месенджери та сторінку кафедри на сайті університету, де висвітлюються ключові події кафедри та запрошуються випускники до участі у майстер-класах, тренінгах, гостьових лекціях та навчально-наукових заходах. Випускники є стейкхолдерами та залучаються до освітнього процесу. Зокрема, Нагорна О.В. та Омеляненко О.В. протягом кількох років працюють на кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі, підвищуючи свій педагогічний та науковий потенціал.

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

Процедура внутрішнього забезпечення якості освітніх програм (ОП) регламентується Положенням про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у НУБіП України (<https://surl.li/walaoh>) і охоплює контроль за навчально-методичним забезпеченням, реалізацією освітньої діяльності, моніторингом та періодичним переглядом ОП. На основі зауважень та рекомендацій навчальних і навчально-методичних відділів проектна група внесла зміни до змісту ОП та навчальних планів для здобувачів 2024 року вступу, враховуючи розвиток ринку праці та нові виклики (Наказ ректора від 22.05.2024 № 546). Навчально-методична рада здійснює внесення змін і доповнень до нормативних документів університету, включно з Положеннями про організацію освітнього процесу, підготовку та захист магістерських кваліфікаційних робіт, екзамени, освітні програми та порядок формування вибіркового дисциплін (<https://surl.li/walaoh>; <https://surl.li/vmwgyb>). У рамках системи внутрішнього забезпечення якості функціонують процедури внутрішнього аудиту структурних підрозділів (<https://surl.li/hljiam>), самооцінювання ОП (Наказ ректора від 23.11.2023 № 1229) та рейтингового оцінювання студентів і НПП (<https://surl.li/qgfhft>; <https://surl.li/cc/toegho>). Питання щодо реалізації ОП щотижнево обговорюються на оперативних нарадах ректорату та факультету, а для оперативного реагування на результати моніторингу проводяться опитування зацікавлених осіб як на рівні університету (<https://surl.li/oezjgs>), так і на рівні кафедри.

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

З урахуванням зауважень та рекомендацій, отриманих під час акредитації інших освітніх програм, в університеті оновлено ряд нормативних документів: Положення про організацію освітнього процесу, Положення про освітні програми та Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (<https://surl.li/dmkoys>). Також удосконалено перелік дисциплін для вибіркової складової освітньої програми (<https://surl.li/hvvhbr>). Керівництво університету у співпраці зі структурними підрозділами організовує семінари та робочі зустрічі з гарантами ОП, під час яких обговорюються питання підготовки до акредитації, усунення недоліків, виявлених при акредитації інших ОП, та інші актуальні питання (<https://surl.li/nifwku>, <https://surl.li/lwauew>, <https://surl.li/eoatpt>, <https://surl.li/iclqmm>, <https://surl.li/iyespz>). Для надання рекомендацій гарантам та проектним групам, підвищення якості підготовки і проведення незалежного оцінювання створено дорадчу групу з акредитації ОП (Наказ ректора НУБіП від 04.03.2021 № 181). Між гарантом, проектною групою, деканатом факультету, навчальним і навчально-методичним відділами налагоджено постійну співпрацю щодо удосконалення ОП та підвищення якості освітнього процесу здобувачів на основі результатів акредитацій інших ОП. При розробці та оновленні ОП враховано зауваження, отримані під час первинної акредитаційної експертизи спеціальності «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у 2019–2020 рр. Зокрема, враховано рекомендації щодо підвищення інформованості здобувачів щодо правил визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті. Інформація поширюється під час занять, через інформаційні канали університету та через сенат студентської організації факультету аграрного менеджменту. Щодо зауважень попередньої акредитації щодо недостатньої організаційної та консультативної підтримки здобувачів у питаннях академічної доброчесності та протидії корупції, деканат факультету аграрного менеджменту, кафедра, проектна група, сенат студентської організації факультету та викладачі забезпечують інформування здобувачів про затверджені документи, що регламентують академічну доброчесність, процедури протидії корупції (<https://surl.li/dstgcs>) та порядок звернення до адміністрації щодо виявлених порушень (електронна скринька довіри, уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції). На сайті кафедри створено спеціальну рубрику «Академічна доброчесність». Всі зауваження, виявлені під час попередньої акредитації спеціальності «Маркетинг» магістерського рівня, усунено. Крім того, враховано рекомендації щодо формулювання унікальності ОП та визначення посад, що підтверджують придатність випускників до працевлаштування.

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

В процесі експертизи (зустріч 7 та 8) ЕГ підтверджено, що університет реалізує багаторівневу систему внутрішнього забезпечення якості освіти, де відповідальність за реалізацію відповідних процедур у межах їхніх функціональних обов'язків покладена на проректорів, деканів факультетів та ННІ, завідувачів кафедр, гарантів освітніх програм та уповноважених осіб. Політика університету у сфері якості (<https://surl.lu/msfsqd>) спрямована на консолідацію зусиль працівників та здобувачів у забезпеченні та вдосконаленні якості вищої освіти (<https://surl.li/qgotrh>). Контроль за якістю кадрового забезпечення здійснюють кадрова та рейтингова комісії (<https://surl.li/poimwh>). Навчальний відділ (<https://surl.li/yvpdsy>) відповідає за відповідність освітніх програм та навчальних планів вимогам стандартів освіти, бере участь у розробленні правил прийому та програм вступних випробувань, організовує створення навчально-методичних комплексів (НМК), контролює хід навчального процесу та аналізує успішність здобувачів. Навчально-методичний відділ (<https://surl.li/xbmfdj>) здійснює аналіз змісту навчання, надає пропозиції щодо його удосконалення, оцінює НМК, формує рекомендації щодо оптимізації переліку вибіркових дисциплін, розробляє нормативні та методичні матеріали. Відділ якості освіти, маркетингу та профорієнтаційної роботи (<https://surl.li/yreeaj>) організовує та проводить внутрішні перевірки. Відділ регіонального розвитку, дистанційної освіти та заочного навчання (<https://surl.li/wmdmye>) координує навчальний процес, погоджує робочі навчальні плани та графіки, аналізує підсумки атестацій. Деканат факультету аграрного менеджменту здійснює контроль виконання кафедрами навчальної та навчально-методичної роботи, що сприяє злагодженості та тісній комунікації для внутрішнього забезпечення якості освіти на освітній програмі «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ дійшла до висновку, що освітня програма «Маркетинг» другого(магістерського) рівня вищої освіти має повну відповідність за всіма підкритеріями, відповідає рівню В. Позитивні практики за критерієм: 1. активна співпраця з роботодавцями, які не лише надають рецензії на освітню програму, але й беруть участь у проведенні занять та зустрічей зі студентами, забезпечують практичну спрямованість навчання; 2. створюють умови для якісного проходження практики та подальшого працевлаштування випускників.

Недоліки

Суттєвих недоліків за критерієм 8 не виявлено.

Рекомендації

Продовжувати системну діяльність із забезпечення ефективного функціонування та вдосконалення внутрішньої системи забезпечення якості освіти, спрямованої на постійне підвищення результативності освітнього процесу, удосконалення освітніх програм, розвиток академічної культури якості та забезпечення відповідності освітньої діяльності вимогам стандартів вищої освіти й критеріям акредитації.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Правила, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу визначені та регламентуються Статутом НУБіП України <https://bit.ly/4pYa64L>, Правилами внутрішнього розпорядку університету <https://bit.ly/4h03Yox>, Положенням про організацію освітнього процесу в НУБіП України <https://bit.ly/479z21z>. Правила та процедури для

здобувачів ВО, що проживають у гуртожитках НУБіП визначаються Положенням про студентський гуртожиток НУБіП <https://bit.ly/46NYjv>. Документи, що регламентують правила і процедури врегулювання прав та обов'язків учасників освітнього процесу в НУБіП опубліковані на офіційному сайті ЗВО <https://nubip.edu.ua/official-documents> та є доступними для всіх учасників освітнього процесу.

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

У НУБіП передбачено громадське обговорення проєктів ОП у Положенні про освітні програми <https://bit.ly/48kv2fY>. На офіційному сайті кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, яка знаходиться на офіційному сайті ЗВО опубліковані проєкти програм <https://old.nubip.edu.ua/node/1129/2>.

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

На офіційному сайті НУБіП на сторінці факультету аграрного менеджменту опубліковано точну та достовірну інформацію про ОП <https://old.nubip.edu.ua/node/46601> та навчальні плани <https://old.nubip.edu.ua/node/148679> після створення та внесення відповідних змін. На сторінці кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі розміщено перелік вибірових дисциплін з анотаціями та силабусами за кожною ОК <https://old.nubip.edu.ua/node/1129/13> У вільному доступі знаходяться силабуси обов'язкових ОК, інформація стосовно навчальних практик тощо <https://old.nubip.edu.ua/node/1129/7>. Інформація викладена в достатньому обсязі для інформування всіх зацікавлених сторін.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Експертна група констатує повну відповідність за підкритеріями 9.1, 9.2, 9.3. ЗВО дотримується правил прозорості та публічності через розміщення на офіційному сайті НУБіП інформацію щодо правил та процедур, що регулюють права і обов'язки всіх учасників освітнього процесу. ОПП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти та її компоненти також знаходяться у відкритому доступі та доступні для використання усім зацікавленим сторонам освітнього процесу.

Недоліки

Суттєвих недоліків за критерієм 9 ЕГ не виявлено.

Рекомендації

Експертна група рекомендує продовжувати позитивну практику оприлюднення та інформування усіх зацікавлених сторін через офіційний вебсайт університету про реалізацію освітнього процесу на ОП.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Критерій 10. Навчання через дослідження:

1. Зміст освітньо-наукової (освітньо-творчої) програми забезпечує повноцінну підготовку аспірантів (ад'юнктів) до розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності за відповідною спеціальністю (спеціальностями) та/або галуззю знань (галузями знань), володіння методологією наукової та педагогічної діяльності

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	ID 8.xlsx	yuV9gsaDqh7fnJcU/+tGgvaS71RX3VqbxKNxz81jNcQ=

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Ковальчук Світлана Володимирівна

Члени експертної групи

Іваннікова Марина Миколаївна

Хамініч Світлана Юріївна

Дуліда Дан Олександрович