

## ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Національний університет "Запорізька політехніка"</b>
Освітня програма	<b>5486 маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

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

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

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

*Використані скорочення:*

**ID** - ідентифікатор

**ВСП** - відокремлений структурний підрозділ

**ЄДЕБО** - Єдина державна електронна база з питань освіти

**ЄКТС** - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

**ЗВО** - заклад вищої освіти

**ОП** - освітня програма

## Загальні відомості

### 1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Національний університет "Запорізька політехніка"
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	5486
Назва ОП	маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

### 2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	Іваннікова Марина Миколаївна, Волкова Анастасія Юріївна, Зайцева Олена Іванівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	03.03.2025 р. – 05.03.2025 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	<a href="https://zp.edu.ua/akredytaciya-202425-nr">https://zp.edu.ua/akredytaciya-202425-nr</a> <a href="https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/dfebc4df-c220-4d1d-8353-304bc2af9505.pdf">https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/dfebc4df-c220-4d1d-8353-304bc2af9505.pdf</a>
Програма візиту експертної групи	<a href="https://zp.edu.ua/akredytaciya-osvitnoyi-programy-pershogo-bakalavr-rivnya-vyshchoyi-osvity-marketynng-u-period-z">https://zp.edu.ua/akredytaciya-osvitnoyi-programy-pershogo-bakalavr-rivnya-vyshchoyi-osvity-marketynng-u-period-z</a>

### 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:**

ОП Маркетинг за обсягом, змістом і структурою узгоджується із Законом України “Про вищу освіту” і відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг. ОП має мету, узгоджену з місією та стратегією НУ “Запорізька політехніка”, враховано тенденції розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевий аспект, потреби зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів, досвід аналогічних вітчизняних та зарубіжних ОП. Зміст програми відповідає предметній області маркетингу, охоплює сучасні напрямки: цифровий та екологічний маркетинг. Додаткові СК, ЗК та ПРН дозволяють поглибити рівень фахової підготовки на ОП. Вся інформація (програми дисциплін, силабуси, критерії оцінювання) доступна через Moodle та освітній портал університету. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів є вільним, освітнє середовище безпечне і комфортне, процедури, правила і політики забезпечення якості освітнього процесу є прозорими і сприймаються як корисні та належні всіма членами академічної спільноти. Розвиток soft skills забезпечується через інтерактивні методи навчання (дебати, тренінги, командні проекти). Здобувачі ВО за ОП Маркетинг беруть участь у наукових конференціях, виконують бізнес-дослідження на замовлення компаній, прийняли участь і перемогли у конкурсі «Єдиний логотип для підприємств Запорізької області». ЗВО декларує чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, які відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної доброчесності. Оновлення ОК відбувається через інтеграцію глобальних цілей сталого розвитку (навчальні дисципліни Екологічний маркетинг, Соціальна відповідальність компаній) і врахування сучасних маркетингових трендів. Здобувачі ВО, роботодавці та усі зацікавлені сторони залучені до процесу вдосконалення ОП. НПП проходять стажування за кордоном, беруть участь у міжнародних проектах, викладають сучасні курси з урахуванням європейського досвіду. Реалізована практика проведення міжнародних науково-практичних конференцій (Scopus) «Екосистеми бізнесу: сталий розвиток 2025 (BESD'2025)» (3 – 7 лютого 2025 року). Всі викладачі відповідають кваліфікаційним вимогам, більшість мають публікації у Scopus та Web of Science і практичний досвід у бізнесі. Відбувається прозорий конкурсний відбір НПП, інтернаціоналізація професійного розвитку НПП через стажування у Польщі, Німеччині, Хорватії, Словаччині, здійснено грантові заявки на проекти Erasmus+, відбувається тісна співпраця з роботодавцями через членство у координаційній раді розвитку підприємництва МСБ, входження стейкхолдерів до Ради роботодавців ЗВО. Відбувається фінансове стимулювання НПП через премії за високі наукові результати, профорієнтаційну діяльність, міжнародні публікації. ЕГ підтверджує наявність необхідних ресурсів і умов для підготовки на високому рівні здобувачів ВО, їх професійного, фізичного, соціального та духовного розвитку, а в ЗВО створено сучасне, якісне та безпечне освітнє середовище з дотриманням інклюзивності та доступності.

## **Недоліки**

При проектуванні ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня ВО не враховано вимоги професійних стандартів «Фахівець з методів розширення ринку збуту» та «Рекламист». Враховуючи зміни до класифікатора професій ДК 003:2010, затверджені наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13 грудня 2024 року № 27751 за 6 рівнем НРК можуть бути застосовані наступні професійні кваліфікації: Маркетолог, Бренд-маркетолог, Трейд-маркетолог, Цифровий маркетолог, Таргетолог, SMM-маркетолог, Рекламист. На ОП спостерігається незначний рівень участі студентів у міжнародних програмах обмінів, грантах. Відсутність міжнародних запрошених лекторів в курсах маркетингового спрямування. На офіційному сайті університету діє не зовсім зручна система пошуку та навігації по сайту, що може ускладнювати роботу з сайтом для здобувачів освіти або абітурієнтів, що хочуть детальніше ознайомитись з освітньою програмою.

## **Рекомендації**

Експертна група рекомендує робочій групі ОП осучаснити перелік професійних кваліфікацій у розділі 1.4. “Придатність випускників до працевлаштування” в проекті освітньої програми на 2025-2026 навчальний рік. ЕГ рекомендує автоматизувати процедуру вибору ОК через Освітній Портал університету і для здобувачів 3-4 курсів у 2025-2026 н.р. ЕГ рекомендує активніше залучати здобувачів ВО до міжнародних освітніх ініціатив, стажувань і академічної мобільності, організувати для студентів лекції міжнародних фахівців (в рамках Erasmus+ або інших міжнародних партнерств через грантові можливості та академічну мобільність). Продовжувати підтримку викладачів у міжнародних дослідженнях та стажуваннях. Через неможливість з об'єктивних причин проводити знайомство з науковою бібліотекою в офлайн-форматі, рекомендується зробити онлайн-ознайомлення здобувачів вищої освіти (особливо першокурсників) з послугами, що надає наукова бібліотека, роботи з інституційними бібліотечними ресурсами та реєстрацією в необхідних системах, а також вдосконалити інтерфейс офіційного сайту університету, зробити його більш зручним та інтуїтивно зрозумілим для користувачів, особливо в розрізі пошуку та структуризації інформації. ЕГ рекомендує розглянути можливості використання ліцензійного спеціального програмного забезпечення з розробки дизайну в маркетингових комунікаціях, проведення аналітичних маркетингових досліджень тощо.

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**

При проектуванні ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня ВО враховано вимоги Стандарту вищої освіти України із галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. ОП офіційно затверджена на момент проведення акредитаційної експертизи і дозволяє досягти результатів навчання за переліком та змістом ЗК, СК, ПРН і формою підсумкової атестації. Порядок і логіка набуття компетенцій та програмних результатів навчання відображені у структурно-логічній схемі ОП, яка передбачає перехід від базових знань до формування ключових професійних компетентностей. Зазначені загальні і спеціальні компетентності та програмні результати навчання забезпечуються обов'язковими освітніми компонентами, що відображено в Матрицях відповідності програмних компетентностей та забезпечення програмних результатів навчання освітнім компонентам і підтверджується аналізом робочих програм. Експертна група пересвідчитися, що заявлені програмні результати навчання дозволять здобувачам вищої освіти за даною освітньою програмою сформувати професійні знання та набути навички, необхідні сучасним маркетологам

**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 відомостях про самооцінювання ОП зазначено, що професійний стандарт відсутній, однак, експертна група рекомендує розглянути можливості і врахувати вимоги відповідних професійних стандартів «Фахівець з методів розширення ринку збуту» та «Рекламист», розроблених ГО УАМ, членами якої є викладачі кафедри маркетингу і логістики. Враховуючи зміни до класифікатора професій ДК 003:2010, затверджені наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13 грудня 2024 року № 27751 за 6 рівнем НРК можуть бути застосовані наступні професійні кваліфікації: Маркетолог, Бренд-маркетолог, Трейд-маркетолог, Цифровий маркетолог, Таргетолог, SMM-маркетолог, Рекламист. ЕГ рекомендує робочій групі рекомендує осучаснити перелік професійних кваліфікацій у розділі 1.4. «Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання» в проєкті освітньої програми на 2025-2026 навчальний рік.

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

ОП Маркетинг має чітко сформульовані цілі і мету, яка полягає у «підготовці кваліфікованих фахівців, здатних ефективно працювати в умовах цифрової економіки та реалізовувати новітні підходи у сфері маркетингу, задля розвитку Української держави й суспільства, враховуючи галузеві та регіональні особливості Південно-Східного регіону, формуючи високоосвічений та національно свідомий людський потенціал і створюючи нові знання і технології в сфері маркетингу, проводячи прикладні дослідження ринку, надаючи консультації для інтелектуальної підтримки органів влади, підприємств, установ та організацій з орієнтацію на глобальні цілі сталого розвитку». Експертна група відзначає, що мета і особливості ОП відповідають місії університету, яка визначена у Стратегії розвитку НУ «Запорізька політехніка» на період 2023-2027 років, яка спрямована на розбудову інклюзивного, інноваційного та взаємопов'язаного Європейського простору вищої освіти до 2030 року [https://docs.zp.edu.ua/wpcontent/uploads/2024/09/Nakaz\\_N438\\_vid\\_20.12.2022.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wpcontent/uploads/2024/09/Nakaz_N438_vid_20.12.2022.pdf). Цілі ОП Маркетинг узгоджені зі стратегічними цілями Університету: СЦ1. Підготовка затребуваних фахівців для задоволення потреб Української держави, суспільства та Запорізького регіону; СЦ2. Надання можливості обирати освітні програми формальної та неформальної освіти усвідомлено та поінформовано; СЦ3. Постійне підвищення якості освіти відповідно до стандартів і рекомендацій; врахування в ОП результатів наукових досліджень та інновацій; СЦ5. Дотримання принципів студентоцентричності навчання та доброчесності; СЦ6. Забезпечення якості, стійкості та гнучкості освітнього процесу, формування навичок роботи з цифровими технологіями, підвищення мотивації та залученості здобувачів освіти в освітній процес, персоналізація навчання. Експертна група підтверджує, що в ході зустрічей з фокус-групами (керівництвом ЗВО, авторами звіту СО, академічним персоналом, представниками структурних підрозділів, студентським самоврядуванням) відзначалося розуміння відповідності мети ОП місії та стратегії НУ «Запорізька політехніка»

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

Мета ОП та ПРН сформовані на основі публічного обговорення різними групами стейкхолдерів, що підтверджено в ході зустрічей з фокус-групами і відповідними документами (рецензії на ОП, протоколи обговорення, відкрита інформація на сайті НУ «Запорізька політехніка»). ОП Маркетинг переглядається щорічно з урахуванням потреб усіх заінтересованих сторін, у складі її розробників: НПП, стейкхолдери та здобувачі ВО. Рівень задоволеності здобувачів процесом навчання визначається шляхом опитування, анкети для опитування розміщені на сайті кафедри <https://zp.edu.ua/?q=node/11156> Інформація щодо можливості пройти опитування дублюється у соціальних мережах, надсилається кураторами груп через розсилки Viber. На зустрічі 4 здобувачі зазначили, що моніторинг задоволеності якістю ОП відбувається і до їх побажань дослуховуються (протоколи №10 від 31.05.2023 р. та №11 від 27.06.2024 р. <https://zp.edu.ua/?q=node/241>). Роботодавці і випускники (зустрічі 6, 7) також підтвердили, що їх залучали до опитування і щорічного публічного обговорення ОП. Результатом обговорення ОП з представниками Запорізької обласної федерації роботодавців, Запорізького обласного союзу промисловців і підприємців (Віцепрезидент В. Крайній – член робочої групи), ГО «Бізнес-Союз «Порада» стало розширення переліку таких програмних результатів навчання: ПРН19, ПРН21 та ПРН22, що дозволило зорієнтувати ОП на регіональні та галузеві особливості бізнесу і сферу інтернет-маркетингу. ОП враховує інтереси й пропозиції органів місцевого самоврядування, територіальних громад, громадських організацій та представників професійної спільноти, викладачі кафедри є членами ГО УАМ. Підтвердженням того, що ОП формується з урахуванням потреб заінтересованих сторін є те, що здобувачі вищої освіти за ОП Маркетинг приймали участь і перемогли у конкурсі «Єдиний логотип для підприємців Запорізької області». Зміст ОП та її окремих ОК обговорювався з представниками академічної спільноти НУ «Запорізька політехніка» та інших закладів вищої освіти під час проходження стажування викладачами кафедри, зокрема в Центральнукраїнському національному технічному університеті (м. Кропивницький), Університет ім. Альфреда Нобеля (м. Дніпро), Університет Суспільних Наук (UNS) у м. Лодзь. На відкриті зустрічі досвідчилися партнери з НУ «Львівська політехніка» і підтвердили інформацію про співпрацю і періодичне обговорення ОП. Пропозиції внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів щодо удосконалення ОП приймаються також online після розміщення проекту ОП на сайті університету для публічного обговорення (<https://zp.edu.ua/fakultet-biznes-tehnologiy-ta-ekonomiki>). Врахування потреб усіх заінтересованих сторін було підтверджено на зустрічах зі здобувачами, представниками студентського самоврядування, роботодавцями, випускниками, НПП тому ЕГ мала змогу пересвідчитися, що їх залучення мало справжній, а не формальний характер

#### **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**

Контекст, у якому існує ОП, відображає тенденції розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм. Програмою враховано сучасні маркетингові технології, екологічну, етичну та соціальну складову маркетингу, тренди на адаптацію до глобальних змін у поведінці споживачів, спричинених цифровізацією, появу у зв'язку з цим нових підходів до управління брендами. До програми додано актуальні обов'язкові освітні компоненти: Інтернет-маркетинг, Маркетинг соціальних мереж, Екологічний маркетинг, розширено перелік вибіркового компонента: Бренд-менеджмент, Мерчандайзинг, Електронна комерція, Івент-маркетинг. Випускники ОП працевлаштовані за фахом, затребувані на ринку праці, що підтверджено на зустрічах 6-7 з роботодавцями і випускниками. В університеті функціонує Центр сприяння працевлаштуванню студентів та випускників Національного університету "Запорізька політехніка". Галузевий і регіональний аспекти враховано на основі партнерства з керівниками і власниками багатогалузевого бізнесу м. Запоріжжя. ОК та ПРН за ОП сформовані на основі цілей та завдань Стратегії регіонального розвитку Запорізької обл. на період до 2027 р. <https://www.zoda.gov.ua/article/2413/strategiyaregionalnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-na-period-do2027-roku.html>, Стратегії розвитку м. Запоріжжя до 2028 р. [https://zp.gov.ua/upload/editor/strategiya\\_\\_e.pdf](https://zp.gov.ua/upload/editor/strategiya__e.pdf), Програми розвитку малого та середнього підприємництва в м. Запоріжжя на 2022-2025 рр. [https://zp.gov.ua/upload/content/o\\_ifmsnوبرm1bogrm27qa111kqb3c.pdf#:~:text=](https://zp.gov.ua/upload/content/o_ifmsnوبرm1bogrm27qa111kqb3c.pdf#:~:text=,), цілей повоєнного відновлення регіону. При формуванні ОП враховано досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм: а) вітчизняних – КНЕУ ім. В. Гетьмана, НУ «Львівська політехніка», Сумського державного університету, Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, НТУ «Дніпровська політехніка»; б) іноземних програм підготовки бакалаврів з маркетингу в країнах Європи (<https://www.educations.com/bachelorsdegree/marketing/europe>), США (<https://www.educations.com/marketing/usa>), досвід Краківського економічного університету, який готує бакалаврів за напрямками «Маркетинг та комунікації» (<https://studiuj.uek.krakow.pl/forma-studiuw/marketing-i-komunikacja-rynkowa-1-stopien/>) «Електронний маркетинг» ([https://studiuj.uek.krakow.pl/wpcontent/uploads/2024/06/MarketingIKomunikacja\\_1stopien\\_obatrybu\\_Spec-E-Marketing\\_2023-24.pdf](https://studiuj.uek.krakow.pl/wpcontent/uploads/2024/06/MarketingIKomunikacja_1stopien_obatrybu_Spec-E-Marketing_2023-24.pdf)), досвід, отриманий НПП кафедри під час проходження стажування в університетах Суспільних Наук (UNS) у м. Лодзь, Вищої школи бізнесу і підприємництва, м. Острівець, після якого фокус ОП спрямовано на цифровізацію. ЕГ пересвідчилася, що врахування досвіду аналогічних ОП спрямовано на підготовку компетентних фахівців, спроможних будувати кар'єру в регіоні, Україні та за її межами

## **Загальний аналіз щодо Критерію 1:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня ВО дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг. ОП має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії НУ «Запорізька політехніка», при визначенні мети та формулюванні ПРН враховано тенденції розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевий аспект, потреби здобувачів, роботодавців, академічної спільноти, досвід інших вітчизняних та зарубіжних програм. Беручи до уваги встановлені факти (позитивні практики і недоліки) та враховуючи принципи поваги до автономії університету, ЕГ підтверджує відповідність освітньої програми критерію 1

### **Недоліки**

Експертною групою суттєвих недоліків в межах критерію 1 не відзначено. Однак, зміст ОП не враховує вимоги Професійних стандартів «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» та «Рекламист»

### **Рекомендації**

Експертна група рекомендує робочій групі ОП осучаснити перелік професійних кваліфікацій у розділі 1.4. «Придатність випускників до працевлаштування» в проєкті освітньої програми на 2025-2026 навчальний рік з урахуванням професійних стандартів «Фахівець з методів розширення ринку збуту» та «Рекламист».

### **Рівень відповідності Критерію 1.**

Рівень В

## **Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:**

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

Обсяг ОП «Маркетинг» відповідає вимогам законодавства щодо обсягу освітніх програм для бакалаврського рівня вищої освіти. Загальний обсяг освітньої програми становить 240 кредитів ЄКТС, обсяг освітніх компонентів, спрямованих на формування компетентностей відповідно до стандарту вищої освіти, становить 180 кредитів ЄКТС; на дисципліни за вибором здобувачів відведено 60 кредитів ЄКТС. Ці показники узгоджуються зі стандартом вищої освіти для спеціальності 075 Маркетинг, затвердженим наказом МОН України №1343 від 05.12.2018 р.

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

Зміст ОП «Маркетинг» має чітку структуру. Освітні компоненти, включені до ОП, становлять логічну взаємопов'язану систему, що дає можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання. ОП має структурно-логічну схему, що демонструє послідовність вивчення обов'язкових освітніх компонентів, їх взаємозв'язок та обсяг кредитів. Фундаментальні дисципліни (наприклад, ОК1, ОК2, ОК15) формують базові знання, які доповнюються прикладними дисциплінами (ОК12, ОК26, ОК39) та практичними заняттями. Практична підготовка реалізується через виробничі практики та курсові роботи. Вибіркові компоненти дозволяють здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію. ОП передбачає опанування курсів, які сприяють розвитку соціальних та громадянських компетентностей, таких як ОК01 Основи економічного життя суспільства, ОК13 Історія українського державотворення, ОК07 Філософія, ОК 38 Українська культура в Європейському контексті, ОК 14 Політико-правова система України тощо. ОК забезпечують досягнення ПРН, що включають аналіз суспільних процесів, критичне мислення та комунікаційні навички. ОК сприяють формуванню світогляду студентів, їх громадянської відповідальності та здатності до аналізу соціально-економічних явищ. Структура освітньої програми

відповідає вимогам до підготовки фахівців з маркетингу та забезпечує всебічний розвиток компетентностей здобувачів.

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

Зміст ОП «Маркетинг» відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності 075 Маркетинг, зокрема: об'єктом вивчення освітньої програми є маркетингова діяльність як сфера взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних і соціальних інтересів; основна мета програми – підготовка бакалаврів з маркетингу, які мають теоретичні знання, практичні навички та здатність до професійного розвитку. Теоретичний зміст предметної області розкривається через освітні компоненти (ОК), серед яких: фундаментальні дисципліни: ОК01 Основи економічного життя суспільства, ОК04 Історія маркетингу, ОК16 Мікроекономіка, ОК30 Макроекономіка; професійні дисципліни: ОК17 Маркетинг, ОК24 Маркетингові дослідження, ОК12 Інтернет-маркетинг, ОК22 Логістика, ОК27 Ціноутворення, ОК39 Маркетинг соціальних мереж; практична підготовка реалізується через виробничі практики (ОК21, ОК34). Освітні компоненти програми сприяють досягненню 22 програмних результатів навчання (ПРН) та формуванню загальних (ЗК1–ЗК16) і спеціальних компетентностей (СК1–СК16). До програми включені сучасні дисципліни цифрового маркетингу, зокрема ОК12 Інтернет-маркетинг, ОК39 Маркетинг соціальних мереж, ОК41 Екологічний маркетинг. Освітня програма структурована так, що здобувачі проходять шлях від базових економічних знань до професійної підготовки та набуття практичних навичок. Освітні компоненти узгоджені між собою, формують єдину логічну систему, що забезпечує якісну підготовку маркетологів

### **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**

Структура і зміст ОП передбачають формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів. Здобувачі мають право обирати ОК загальним обсягом 60 кредитів ЄКТС, що становить 25% від загального обсягу. Вибіркові ОК поділяються на загальноуніверситетські ОК та спрямовані на особистісний розвиток; факультетські ОК, що забезпечують спеціалізацію у сфері маркетингу та кафедральні ОК, які дозволяють поглибити знання у вузькопрофільних напрямках, таких як бренд-менеджмент, івент-маркетинг тощо. Обсяг вибірових ОК у ОПП 2024 року набору складає по 3 кредити ЄКТС. Попередні роки ЗВО визначався обсяг вибірових ОК на 3, 4 та 5 кредитів ЄКТС (що відображено у навчальних планах здобувачів). Такі зміни свідчать про системний підхід ЗВО до удосконалення процесу забезпечення індивідуальної освітньої траєкторії. ЗВО започатковано реалізацію процедури вибору ОК через Освітній Портал університету, тобто автоматизовано тільки для здобувачів 2024 року набору. Вибір здійснюється з другого року навчання (починаючи з третього семестру), супроводжується консультаціями з кураторами груп і НПП, що дозволяє студентам адаптувати освітній процес під власні інтереси та професійні плани. ЕГ рекомендує здійснювати автоматизований вибір ОК і для здобувачів 3-4 курсів. Також, здобувачі можуть перезараховувати рез-ти навчання, отримані через курси, тренінги, сертифікаційні програми. Процедура регулюється Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. ОП передбачає можливість навчання в межах академічної мобільності, здобувачі самостійно обирають базу практики; тематика курсових робіт визначається індивідуально. Гнучкість стр-ри ОП та можливість вибору ОК, практик, стажувань і додаткових ОК забезпечують формування індивідуальної освітньої траєкторії, що відповідає потребам здобувачів та вимогам сучасного ринку праці.

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

Освітня програма та навчальний план передбачають системну практичну підготовку, яка спрямована на формування фахових компетентностей та готовність до професійної діяльності. Всі ОК освітньої програми містять практичні заняття, які моделюють реальні робочі ситуації та дозволяють здобувачам вищої освіти застосовувати отримані теоретичні знання. ОК з найбільш вираженою практичною складовою відповідно до силбусів є Маркетингові дослідження (ОК24), Маркетингова товарна політика (ОК26), Маркетингові комунікації (ОК33), Інтернет-маркетинг (ОК12), Маркетинг соціальних мереж (ОК39). В освітній програмі передбачено дві виробничі практики загальним обсягом 9 кредитів ЄКТС, що забезпечує безпосереднє залучення здобувачів до реальних бізнес-процесів: Виробнича (загальноекономічна) практика (ОК21, 6 семестр, 4.5 кредити), яка передбачає ознайомлення з принципами функціонування підприємств, аналіз ринкової діяльності компаній, виконання аналітичних завдань, пов'язаних із маркетинговими стратегіями (відповідно до програм практик та звітів здобувачів) та Виробнича (фахова) практика (ОК34, 8 семестр, 4.5 кредити), що передбачає виконання реальних маркетингових завдань на підприємствах, участь у розробці маркетингових стратегій, проведенні маркетингових досліджень, розробці рекламних кампаній (відповідно до програм практик та звітів здобувачів). Університетом укладено угоди про співпрацю з підприємствами, які є базами практик, зокрема: ТОВ "КЛІОН-ГРУП", Ювелірний завод "Золотий вік", ТОВ "ВП Вільнянський молокозавод", ТОВ "ЧізМілк" та ін. Також здобувачі можуть самостійно обирати місце проходження практики, що дає можливість адаптувати навчання до їхніх професійних інтересів

## **6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок**

Освітня програма передбачає системне формування соціальних навичок (soft skills), що є важливими для професійної діяльності маркетолога. Вони включають критичне мислення, комунікативні здібності, командну роботу, адаптивність, відповідальність та лідерські якості. Освітні компоненти програми містять групові проекти, кейс-методи, дебати, презентації, практичні кейси, які сприяють розвитку соціальних навичок. Так, комунікативні навички через публічні виступи, презентації, переговорні тренінги забезпечуються у ОК33 Маркетингові комунікації, ОК39 Маркетинг соціальних мереж, ОК17 Маркетинг; навички критичного мислення через аналіз кейсів, SWOT-аналіз, дискусії забезпечуються у ОК24 Маркетингові дослідження, ОК16 Мікроекономіка, ОК30 Макроекономіка; навички командної роботи реалізуються через роботу в групах, командні проекти та забезпечуються ОК20 Основи менеджменту, ОК12 Інтернет-маркетинг; лідерські навички забезпечуються шляхом ведення командних проектів, рольових ігор та забезпечуються ОК17 Маркетинг, ОК31 Маркетинг промислового підприємства. Також здобувачі за ОП навчаються під час лекцій та майстер-класів від практикуючих маркетологів, PR-менеджерів, підприємців (Є. Черута ТОВ «Ноосфера», К. Кисельова Growth-маркетолог), воркшопах з побудови персонального бренду, розвитку комунікативних навичок, участь у конкурсах студентських наукових робіт, хакатонах, стажуваннях, що вчать працювати в команді, приймати рішення, проявляти ініціативу

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

ОП «Маркетинг» побудована відповідно до Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ECTS) та відповідає вимогам Законів України "Про вищу освіту" та стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" (Наказ МОН України №1343 від 05.12.2018 р.). Обсяг програми – 240 кредитів ECTS, що відповідає вимогам до бакалаврського рівня освіти; обсяг освітніх компонентів, визначених стандартом вищої освіти – 180 кредитів ECTS (мінімально допустиме значення згідно з законодавством); обсяг дисциплін за вибором – 60 кредитів ECTS, що відповідає нормам (не менше 25% від загального обсягу програми). Відповідно до навчального плану ОП річне навантаження здобувачів освіти – 60 кредитів (1800 годин), семестрове навантаження – 30 кредитів (900 годин), максимальна кількість дисциплін на семестр – 8 (відповідно до рекомендацій Міністерства освіти і науки України), вибіркові дисципліни пропонуються починаючи з 2-го року навчання, що забезпечує індивідуалізацію освітнього процесу. Розподіл навантаження між аудиторною та самостійною роботою за ОП складає: аудиторна робота – 30-50% навчального часу (залежно від дисципліни) та самостійна робота – 50-70% (підготовка до занять, опрацювання матеріалів, виконання проектів), що відповідає чинному законодавству. Усі дисципліни мають обсяг від 3 до 6 кредитів, що відповідає стандартним навчальним модулям у європейській практиці. Здобувачі вищої освіти під час зустрічей з ЕГ підтвердили об'єктивність та обґрунтованість фактичного навантаження та визнали його прийнятним

## **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)**

Практикоорієнтованість ОП передбачається через організацію для здобувачів у рамках викладання окремих ОК гостьових лекцій та зустрічей з представниками бізнесу. Для посилення практичної складової до викладання залучаються практики маркетингової сфери, які проводять тренінги, воркшопи та гостьові лекції: Є. Черута (керівник відділу закупівлі реклами компанії "Ноосфера") – проводить заняття з маркетингових комунікацій; К. Кисельова (Growth-маркетолог) – проводить тренінги з партнерського маркетингу; В. Безверха (SMM-маркетолог) – практичне заняття з маркетингу соціальних мереж. Здобувачі відзначили актуальність та доцільність таких заходів для практичної складової освітнього процесу на ОП. Також, курсові роботи є обов'язковим компонентом освітньої програми, що забезпечує розвиток аналітичного мислення. Другий та третій розділи курсових робіт містять практичний аналіз реальних маркетингових ситуацій, розробку та обґрунтування стратегій. Тематика курсових робіт визначається з урахуванням реальних проблем підприємств, що забезпечує їхню практичну цінність. Практикоорієнтованість на ОП реалізується також через системну участь здобувачів у реальних бізнес-проектах та конкурсах: конкурс "Єдиний логотип для підприємств Запорізької області"; проекти у партнерстві із Запорізькою обласною федерацією роботодавців; аналіз маркетингових стратегій підприємств регіону. У ЗВО передбачена підготовка здобувачів за дуальною формою освіти, але за іншими ОП інженерного спрямування. Зі слів керівництва ЗВО, кафедри маркетингу та логістики а також стейкхолдерів під час зустрічей з ЕГ було відзначено передбачення у майбутньому застосування такої форми і на ОП «Маркетинг»

## **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**



Програма інтегрує принципи сталого розвитку у навчальний процес через вивчення ключових дисциплін та впровадження практичних підходів. Так, на ОП досягаються зокрема такі цілі сталого розвитку, як ЦСР 3. Міцне здоров'я та благополуччя (ОК09 Здоров'язбережувальні технології), ЦСР 11. Сталі міста та громади (ОК41 Екологічний маркетинг, ОК22 Логістика), ЦСР 12. Відповідальне споживання і виробництво (ОК26 Маркетингова товарна політика, ОК27 Ціноутворення), ЦСР 13. Боротьба зі зміною клімату (ОК41 Екологічний маркетинг), ЦСР 16. Мир, справедливість та сильні інститути (ОК 14 Політико-правова система України, ОК38 Українська культура в Європейському контексті). Інтеграція принципів сталого розвитку в навчальний процес здійснюється через аналіз екологічного впливу компаній, розробка маркетингових стратегій з урахуванням екологічних стандартів (ОК 14 Екологічний маркетинг), корпоративна соціальна відповідальність шляхом формування у студентів розуміння стійкого розвитку бізнесу, етики підприємництва, соціальної відповідальності компаній; робота з локальними бізнесами дозволяє адаптувати маркетингові стратегії під потреби сталого розвитку

## **Загальний аналіз щодо Критерію 2:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

Обсяг освітньої програми (240 кредитів ЄКТС) узгоджується зі стандартами вищої освіти. Логічна структура програми забезпечує поступовий перехід від фундаментальних дисциплін до прикладних і професійних компонентів. Зміст програми відповідає предметній області маркетингу, охоплюючи сучасні напрямки, такі як цифровий маркетинг, екологічний маркетинг. ПРН реалістично охоплено і у повній мірі можна досягти освітніми компонентами. Додаткові СК, ЗК та ПРН, визначені закладом освіти дозволяють поглибити рівень фахової підготовки на ОП та поглибити практикорієнтований підхід. Можливість індивідуальної освітньої траєкторії реалізується через вибіркові дисципліни (60 кредитів ЄКТС), стажування та проєктну діяльність. Практична підготовка реалізується через дві виробничі практики (9 кредитів) та активне залучення студентів до бізнес-проєктів. Розвиток соціальних компетентностей (soft skills) забезпечується через інтерактивні методи навчання (дебати, тренінги, командні проєкти). Інтеграція глобальних цілей сталого розвитку відображена у навчальних дисциплінах (Екологічний маркетинг, Логістика, Політико-правова система України). Гнучкість навчальної програми дозволяє здобувача обрати індивідуальну освітню траєкторію через систему вибіркових дисциплін. Практична орієнтація програми передбачає реальні бізнес-кейси, стажування на підприємствах, гостьові лекції від маркетологів. Залучення роботодавців до освітнього процесу через проведення тренінгів, майстер-класів, консультування щодо змісту навчальних програм. ОП передбачає оновлення ОК відповідно до сучасних маркетингових трендів

### **Недоліки**

Експертною групою суттєвих недоліків в межах критерію 2 не відзначено

### **Рекомендації**

Експертна група рекомендує автоматизувати процедуру вибору ОК через Освітній Портал університету і для здобувачів 3-4 курсів у 2025-2026 н.р.

### **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 за освітньою програмою укладено Приймальною комісією відповідно до "Умов прийому на навчання для здобуття вищої освіти у 2024 р.", затверджених наказом МОНУ та Правилами прийому до НУ «Запорізька політехніка» у 2024 р. і оприлюднено на офіційному вебсайті університету [https://pk.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/pp24\\_zminy\\_4.pdf](https://pk.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/pp24_zminy_4.pdf). Правила прийому є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень. На сайті університету представлені каталоги з усіма освітніми програмами та є можливість поспілкуватися з онлайн-консультантами, для цього вказані номери телефону для зв'язку

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

Правила прийому на навчання зрозміщені у відкритому доступі <https://pk.zp.edu.ua/pravylyla-pryjomu> і враховують особливості ОП Маркетинг у частині необхідних умінь та навичок. Тут надана детальна інформація про етапи конкурсного відбору, строки та порядок реєстрації заяв для участі в конкурсному відборі, вимоги до документів вступника, розрахунок конкурсного бала прийому на навчання. Правила прийому передбачають можливість вступу абітурієнтів на основі повної загальної середньої освіти та ступеню молодшого бакалавра для отримання першого (бакалаврського) рівню ВО (НРК6). Вступ на навчання за ОП здійснюється на конкурсній основі за результатами ЗНО (НМТ), обов'язковими конкурсними предметами є Математика (коеф. 0,4), Українська мова (коеф. 0,35), Історія України (коеф. 0,25). Оскільки математика і надалі буде використовуватися у навчальному процесі при аналізі ринку, роботі з даними, прогнозуванні попиту та оцінці ефективності рекламних кампаній, цілком логічно, що саме цей предмет має найвищий коефіцієнт. Українська мова також є важливим інструментом комунікації маркетолога, тому володіння мовою впливає на ефективність створення рекламних текстів, ведення переговорів та написання контенту. Історія України допоможе маркетологам розуміти суспільні процеси, культуру та споживчі тренди, а знання історичних подій допоможе створювати ефективні комунікаційні стратегії, брендові історії (storytelling) та адаптувати маркетингові кампанії до культурного контексту

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

В НУ «Запорізька політехніка» розроблені відповідні документи, що регулюють визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах: Положення про організацію освітнього процесу [https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N405\\_vid\\_11.10.24.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N405_vid_11.10.24.pdf), Правила прийому на навчання [https://pk.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/pp24\\_zminy\\_4.pdf](https://pk.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/pp24_zminy_4.pdf), Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу [https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz\\_N210\\_vid\\_28.06.22.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N210_vid_28.06.22.pdf); Порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу [https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_inter/Poriadok\\_realizatsiyi\\_prava\\_na\\_akademichnu\\_mobilnist.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademichnu_mobilnist.pdf) Зазначені документи є доступними для всіх учасників освітнього процесу. Процедура визнання кредитів, отриманих під час навчання за іншими ОП, проводиться на основі документів про попередню освіту (додаток до диплома, академічна довідка) або витягу з навчальної картки у разі одночасного навчання за кількома програмами. У разі переведення чи поновлення здобувачів ВО з іншого закладу або зміни спеціальності чи освітньої програми, це здійснюється з урахуванням вимог для вступу на відповідну ОП на рік вступу. Здобувачем ВО 4 курсу ОП Маркетинг Христиненко Г.В. на зустрічі 4 було підтверджено, що він мав можливість реалізувати право на академічну мобільність за програмою обміну Erasmus+ в Університеті прикладних наук, м. Оснабрюк (Німеччина) за тією ж спеціальністю на факультеті бізнес управління та соціальних наук у період з 26.09.2022 по 04.02.2023 р. та 05.02.2023 по 31.08.2023р. (<https://zp.edu.ua/?q=node/10668>)

## **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**

Здобувачі ВО за даною ОП можуть претендувати на визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, це унормовано відповідним Положенням про порядок визнання НУ «Запорізька політехніка» результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти» [https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz\\_N130\\_vid\\_16.05.22.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N130_vid_16.05.22.pdf). Згідно цього Положення у межах обов'язкових і вибіркових дисциплін здобувачам ВО можуть бути зараховані кредити та результати навчання, отримані через неформальну освіту (зокрема, на відкритих онлайн-курсах), що зазначено у робочих програмах та силабусах ОК. Викладачі, залучені до реалізації ОП Маркетинг активно популяризують подібні практики і надають здобувачам інформацію про онлайн тренінги, семінари, курси на безоплатних ресурсах: Prometheus, Genesis, UGEN, Coursera. Так, у межах ОК12 Інтернет-маркетинг було визнано сертифікат від платформи Prometheus «Цифровий маркетинг» як зарахування теми «Контекстна реклама»; ОК17 Маркетинг - сертифікат Prometheus «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» - як зарахування частини теми «Товарна політика в маркетингу». Для ОК21 Виробнича (загальноєкономічна) практика/ОК34 Виробнича (фахова) практика – зараховано 2 кредити з 4,5 за проходження освітнього кар'єрного заходу від компанії UGEN «Economist Career way». Окремі теми за ОК Маркетинг та ОК Основи бізнесу були зараховані здобувачам ВО за участь у Genesis Marketing Hackathon (2.06.2024

р., м. Київ) та тренінгу HWR Berlin (Берлінська Вища школа економіки й права). Сертифікати, отримані здобувачами ОП Маркетинг розміщені на сторінці кафедри <https://zp.edu.ua/kafedra-marketingu-ta-logistiki> за посиланням [https://drive.google.com/drive/folders/1lP3RKNK7IaJlMEhTReVq6XDL\\_Cvoehbo?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1lP3RKNK7IaJlMEhTReVq6XDL_Cvoehbo?usp=sharing)

### **Загальний аналіз щодо Критерію 3:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

ЕГ констатує, що правила прийому на ОП Маркетинг є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та розміщені у вільному доступі на офіційному веб-сайті НУ «Запорізька політехніка», де систематизовано усю актуальну інформацію щодо вступу. Процедури визнання програмних результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах та визнання результатів навчання в неформальній освіті є зрозумілими та доступно викладеними на веб-сайті університету

#### **Недоліки**

Експертною групою суттєвих недоліків в межах критерію 3 не відзначено

#### **Рекомендації**

ЕГ рекомендує посилити залученість здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг до участі в програмах академічної мобільності в офлайн та/або онлайн форматах

### **Рівень відповідності Критерію 3.**

Рівень В

### **Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:**

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

Освітній процес за ОП "Маркетинг" побудований відповідно до вимог Закону України "Про вищу освіту", стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг (Наказ МОН України №1343 від 05.12.2018 р.), а також принципів академічної свободи, студентоцентрованого навчання та автономії закладів вищої освіти та регламентується Статутом Університету <https://bit.ly/41SKEGm>, Положенням про організацію освітнього процесу в НУ «Запорізька політехніка» <https://bit.ly/4hi3d8D>, Положенням про порядок вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти НУ «Запорізька політехніка» <https://bit.ly/3Fe5vbL>, Положенням про проведення практики студентів в НУ «Запорізька політехніка» <https://bit.ly/3DBoZGD>, Рекомендацій з навчально-методичного забезпечення у НУ «Запорізька політехніка» <https://bit.ly/4ieZ8TZ>, Положенням про порядок визнання в НУ «Запорізька політехніка» <https://bit.ly/41Qe6tR>. Методи навчання на ОП бесіда, дискусія, лекція, ілюстрація, практична робота, лабораторний метод, вправа, аналітичний, індуктивний та дедуктивний методи до зводять здобувачам проявляти свої академічні свободи під час вивчення ОК. Засоби навчання літературні та інтернет-джерела, технічні засоби (ноутбуки, планшети, комп'ютери, мобільні телефони), інформаційно-аналітичні програми і програмні продукти також передбачають дотримання принципу студентоцентрованого підходу та академічних свобод. Технології навчання: структурно-логічні, інформаційно-комп'ютерні, діалогово-комунікаційні, модульно-рейтингові. Аналіз матриці відповідності (розділи 4 та 5 ОПП) а також силабусів навчальних дисциплін демонструє оптимальний вибір форм та методів навчання і викладання, що сприяють досягненню заявлених у ОП цілей та ПРН. Під час інтерв'ю здобувачі підтвердили студентоцентрованість процесу навчання та викладання та дотримання принципів академічної свободи. Студенти самостійно обирають об'єкт дослідження, науковий напрям та форми і методи комунікації з викладачами (групові у спільних чатах чи індивідуальні консультації)

**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)**

Учасники освітнього процесу за ОП «Маркетинг» отримують інформацію щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих ОК отримують інформацію від викладачів під час першої пари за кожною ОК; після заняття викладач інформує про кількість балів, які отримали здобувачі протягом заняття; на платформі дистанційного навчання Moodle в кожному дистанційному курсі а також на Освітньому порталі університету (portal.zp.edu.ua) розміщено силабуси і здобувачі можуть також отримати інформацію про систему оцінювання та особливості вивчення ОК. Розклад контрольних заходів та консультацій публікується у відкритому доступі <https://bit.ly/41zWXTZ>. Силабуси за кожною навчальною дисципліною містять інформацію щодо мети та цілей дисципліни, результати навчання, які здобувачі отримують за результатом вивчення дисципліни а також систему отримання балів за кожною складовою курсу. Здобувачами було підтверджено, що вони достатньо проінформовані про цілі, зміст та програмні результати навчання а також критерії оцінювання за кожною освітньою компонентою та знають до кого можна звернутися в разі уточнення (куратор, провідний викладач за ОК). Університет повністю забезпечує доступність, прозорість і своєчасне інформування учасників освітнього процесу про всі аспекти навчання. Вся необхідна інформація представлена у відкритих джерелах, електронних системах та дублюється через офіційні канали комунікації

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

Заклад вищої освіти забезпечує інтеграцію навчання і досліджень в межах реалізації ОП «Маркетинг» на бакалаврському рівні через включення дослідницької складової в освітній процес (Курсова робота, виконання аналітичних досліджень у дисциплінах «Маркетингові дослідження», «Цифровий маркетинг», «Бренд-менеджмент»). Акцент на реальних бізнес-кейсах та дослідженнях ринку через проведення досліджень ринку споживачів на запит стейкхолдера Growth-маркетолога К. Кисельової. Залучення здобувачів до наукових досліджень здійснюється через участь у конференціях, олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт. Виробничі практики містять дослідницькі завдання, наприклад аналіз маркетингових стратегій підприємств. Здобувачі також проводили дослідницьку роботу щодо розробки логотипу для підприємців Запорізької області. Також, в рамках вивчення ОК «Українська мова» здобувачі брали участь у міжнародній науково-практичній конференції, про що наголошено провідним НПП Бондарчук К.С. під час зустрічі з ЕГ. Під час зустрічей здобувачі за ОП «Маркетинг» підтвердили участь у наукових конференціях, всеукраїнському конкурсі бізнес-ідей «Startup із Запорізькою політехнікою», проведенні наукових досліджень у курсовій роботі

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

Відповідно до даних самооцінювання освітньої програми «Маркетинг», викладачі систематично оновлюють зміст дисциплін шляхом використання результатів власних наукових досліджень для оновлення навчальних матеріалів, включення статей до рекомендованих літературних джерел до ОК; через участь у консультаціях із бізнесом, зокрема з представниками ТОВ «КЛІОН-ГРУП», ювелірного заводу «Золотий Вік»). За результатами хакатону з маркетингу від компанії Genesis НПП Соколова Ю.О. внесла у ОК Інтернет-маркетинг поняття Unit-економіка, як складову сфери ІТ продуктів; НПП Зеркаль А.В. та Борисенко О.Є. як діючі члени координаційної ради розвитку підприємств малого і середнього бізнесу через взаємодію із сектором МСБ регулярно оновлюють ОК відповідно до вимог бізнесу (ОК Маркетингова товарна політика, Маркетингова політика розподілу, Економіка підприємства), НПП Бондаревич І.М. у ОК Філософія через застосування ідеологічного режиму ведення занять та самостійний вибір здобувачами тем наукових досліджень оновлює тематику ОК

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

Національний університет «Запорізька політехніка» інтегрує міжнародні практики у навчальний процес, в тому числі і на ОП «Маркетинг, через такі напрями, як: академічна мобільність студентів та викладачів, зокрема здобувач Христинченко Г.В. проходив навчання в Університеті прикладних наук Оснабрюк (Німеччина) протягом 2022-2023 рр.. Викладачі кафедри маркетингу та логістики Борисенко О.Є., Соколова Ю.О. проходили стажування у Вищій школі бізнесу та підприємництва (Острівець, Польща), Зеркаль А.В. брала у міжнародних тренінгових програмах у Німеччині, Великій Британії, Хорватії (стажування New World Law Order: International Communication and Socio-Economic Impacts), Польщі (польсько-українська школа «Polish-Ukrainian Summer Camp for Young Scientists»). Викладач ОКОз Іноземна мова Полежаєв Ю.Г. регіональний координатор освітніх проєктів британської благодійної організації «Casus Pax» з вивчення англійської мови; викладачами кафедри маркетингу та логістики Борисенко О.Є., Соколова Ю.О. та Павлішина Н.М. підготовано та подано до участі заявку у міжнародному грантовому проєкті Erasmus+ із застосування штучного інтелекту та діджиталізації освітнього процесу. НПП кафедри маркетингу та логістики взяли участь у міжнародній науково-практичній конференції Business Ecosystems: Sustainable Development 2025 (BESD-2025), яка проводилася 3-7 лютого 2025 р. НУ «Запорізька політехніка» із подальшою публікацією тез у збірці, яка цитується у Scopus. Враховуючи високий рівень інтернаціоналізації науково-практичної діяльності НПП, які задіяні для реалізації ОП, експертна група відзначає невисокий рівень залученості здобувачів освіти до інтернаціоналізації освітньої діяльності

## **Загальний аналіз щодо Критерію 4:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

Освітній процес за ОП «Маркетинг» повністю відповідає вимогам законодавства та забезпечує якісну підготовку студентів відповідно до принципів студентоцентрованого навчання та академічної свободи. Під час освітнього процесу НПП за ОП використовують різні методи та технології навчання, що дозволяють здобувачам у доступній формі отримати необхідні знання з сучасного маркетингу. На ОП «Маркетинг» реалізується свобода вибору навчальних дисциплін в межах забезпечення індивідуальної освітньої траєкторії, тем досліджень та комунікацій з викладачами. Силабуси ОК містять цілі, програмні результати, критерії оцінювання, що доступні в Moodle та на освітньому порталі. Студенти отримують інформацію під час першої лекції, можуть уточнювати деталі через систему Moodle та освітній портал. Здобувачі за ОП залучаються до досліджень через курсові роботи, аналітичні дослідження, участь у конференціях та конкурсах, через виконання бізнес-досліджень на запит компаній. НПП за ОП враховують власні наукові досягнення та практики бізнесу під час реалізації освітнього процесу. Зв'язок НПП з міжнародними проектами, участь у міжнародних науково-практичних конференціях, стажування закордоном дозволяють врахувати кращі практики закордонних ЗВО під час освітнього процесу

### **Недоліки**

Враховуючи високий рівень інтернаціоналізації НПП, що задіяні до реалізації ОП «Маркетинг» експертна група відзначає невисокий рівень залучення здобувачів до міжнародних програм обмінів, участі у міжнародних проектах, залучення міжнародних лекторів

### **Рекомендації**

За ОК маркетингового спрямування організувати для здобувачів освіти починаючи з 2025-2026 н.р. лекції за участі міжнародних запрошених лекторів з числа ЗВО-партнерів для проведення тематичних онлайн-лекцій, тренінгів, майстер-класів тощо (Мережа університетів Чорноморського регіону, університети-партнери в рамках проєктів Erasmus+ або будь які інші можливі партнерські зв'язки кафедри маркетингу та логістики та університету в цілому)

## **Рівень відповідності Критерію 4.**

Рівень B

## **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**

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів ВО регламентують Положення про організацію освітнього процесу (п.4.4), Положення про організацію ректорського контролю якості навчання здобувачів [https://zpu.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Polozhennia\\_pro\\_rektorskyu\\_kontrol.pdf](https://zpu.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_rektorskyu_kontrol.pdf), Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти [https://zpu.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Polozhennia\\_pro\\_EkzKom.pdf](https://zpu.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_EkzKom.pdf), Кодекс академічної доброчесності <http://surl.li/xeujud>, ОПП, навчальні планми, робочі програми та силабуси обов'язкових та вибіркових ОК. Форми контрольних заходів оприлюднюються заздалегідь, вони розміщені у вільному доступі <https://zpu.edu.ua/nakazy-ta-rozroguadzhennya-dlya-orgulyudnennya> та є чіткими, зрозумілими і дають можливість встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання для окремого освітнього компонента та/або освітньої програми в цілому. На зустрічах 4 та 7 зі здобувачами та випускниками було підтверджено, що на початку вивчення дисциплін, викладачі проводять вступне заняття та інформують про форми контрольних заходів і критерії оцінювання здобувачів ВО, також ця інформація є у кожному силабусі

**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**

Форма атестації здобувачів ВО за ОП Маркетинг відповідає стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. Атестація здійснюється у формі Комплексного кваліфікаційного екзамену з фаху (ККЕ), який складається з 70 тестових завдань за модулями теоретичної підготовки, що вивчалися протягом навчання здобувача ВО на ОП та 2-х розрахункових завдань для оцінки аналітичних навичок та здатності розв'язувати конкретні практичні завдання

**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**

Правила проведення контрольних заходів є чіткими та зрозумілими, унормовні офіційними документи і знаходяться у вільному доступі на офіційному вебсайті університету <https://zp.edu.ua/nakazy-ta-rozporядzhennya-dlya-oprylyudnennya>. Інформація щодо Положення про організацію освітнього процесу додатково наведена в силабусах та програмах ОК. Навчальні плани ОП представлено на Освітньому порталі та сторінці кафедри <https://zp.edu.ua/?q=node/241>. Програми та силабуси освітніх компонентів знаходяться на сторінці кафедри: обов'язкові - <https://zp.edu.ua/?q=node/242>; вибірккові - <https://zp.edu.ua/?q=node/8492> та на сторінках ОК на платформі Moodle. ЕГ було надано гостьовий доступ платформи Moodle, що надало змогу пересвідчитися про доступність для всіх учасників освітнього процесу. Об'єктивність екзаменаторів під час проведення контрольних заходів забезпечується використанням електронних засобів контролю (тестування через систему дистанційного навчання Moodle), письмових екзаменів, публічного захисту звітів з практики, курсових робіт. Процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів виконуються згідно з Положенням про врегулювання конфліктних ситуацій [https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2020/pol\\_pro\\_vreg\\_konfliktnykh\\_sytuatsiy.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2020/pol_pro_vreg_konfliktnykh_sytuatsiy.pdf). Випадків оскарження результатів контрольних заходів на ОП Маркетинг не було, хоча здобувачам відомий порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, що було підтверджено на зустрічах 4 та 7

**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**

Для забезпечення дотримання правил академічної доброчесності (АД) та популяризації дотримання правил АД в університеті діє Кодекс академічної доброчесності (<http://surl.li/xeuuid>), а також прийнято ряд нормативних документів: Положення про види академічної відповідальності учасників освітнього процесу за конкретні порушення академічної доброчесності <http://surl.li/mdnlmv>; Положення про перевірку кваліфікаційних робіт здобувачів ВО на наявність ознак академічного плагіату <http://surl.li/ozglqb>; Положення про перевірку звітів за результатами наукової та науково-технічної діяльності на наявність ознак академічного плагіату <http://surl.li/egmxrb>; Порядок виявлення та встановлення фактів порушення АД <http://surl.li/vqagzt>; Декларація про принципи використання генеративного штучного інтелекту при провадженні освітнього процесу та здійсненні наукової діяльності <http://surl.li/xglyan>. Інструментами протидії порушенням академічної доброчесності є: використання ПЗ StrikePlagiarism для виявлення плагіату (Договір №905 з ТОВ «Плагіат» від 28.01.25 р.); впровадження комп'ютерного тестування здобувачів ВО з об'єктивним автоматичним оцінюванням роботи; проходження сертифікованих тренінгів і семінарів з АД учасниками освітнього процесу. В Порядку видання наукових та НМВ визначено вимоги до перевірки на ознаки плагіату та запозичень перед їх виданням <https://zp.edu.ua/naukovi-zhurnaly>. Для популяризації АД серед здобувачів ОП Маркетинг проводяться заходи, лекції, круглі столи, вебінари <https://zp.edu.ua/vebinar-akademichnodobrochesnist-vyklyky-problemy-ta-perspektyvy-1>, рекомендовано пройти курс «Академічна доброчесність» на платформі Prometheus; проводиться щорічне опитування серед здобувачів ВО щодо дотримання принципів АД (<https://zp.edu.ua/monitoring-opytuvannya-sered-zdobuvachiv-vyshchoyi-osvitynu-zaporizka-politehnika-shchodo>), з метою оцінки якості освітнього процесу та виявлення випадків порушення АД для їх своєчасного усунення (<https://zp.edu.ua/monitoring-opytuvannya-sered-zdobuvachiv-vyshchoyi-osvity-nu-zaporizka-politehnika-shchodo-osinky>). ЕГ на зустрічах 1-7 пересвідчилася, що в університеті популяризується культура АД та використовуються відповідні технологічні рішення протидії порушенням академічної доброчесності

**Загальний аналіз щодо Критерію 5:**

**Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів ВО є чіткими і зрозумілими. Форма атестації відповідає стандарту ВО і здійснюється у формі Комплексного кваліфікаційного екзамену з фаху. Правила проведення контрольних заходів є чіткими і зрозумілими. ЗВО популяризує академічну доброчесність і імплементує її у організаційну культуру університету

## Недоліки

За критерієм 5 суттєвих недоліків не виявлено

## Рекомендації

ЕГ рекомендує здійснювати перевірку курсових робіт на виявлення плагіату та запозичень за допомогою програми StrikePlagiarism, яка використовується в університеті на основі Договору №905 з ТОВ «Плагіат» від 28.01.25 р.

## 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**

ОП «Маркетинг» у Національному університеті «Запорізька політехніка» забезпечують науково-педагогічні працівники, які відповідають вимогам Закону України «Про вищу освіту» та стандартам МОН України. Усі викладачі мають вищу освіту відповідного рівня. Усі викладачі мають науковий ступінь кандидата (15 НПП) та доктора наук (2 НПП). Більшість викладачів є авторами наукових публікацій у журналах, що входять до Scopus та WoS. НПП регулярно підвищують кваліфікацію, проходять стажування за кордоном (Польща, Німеччина, Хорватія, Словаччина). Професорка Лифар В.В. (ОК17, ОК22, ОК41, ОК36) д. е. н., має досвід практичної діяльності у ТОВ «ГАРМЕТ-XXI», має наукові публікації з маркетингу та логістики. Доцентка Соколова Ю.О. (ОК27, ОК33, ОК39, ОК12) к.е.н., має досвід практичної роботи ТОВ «Компанія Александр», маркетологиня (2000-2001), ТОВ «Евротайм», маркетологиня (2002-2004), ТОВ «Евролайф Україна» (дотепер); має наукові публікації з цифрового маркетингу, стажувалася за кордоном. Професорка Зеркаль А.В. (ОК25, ОК32, ОК37, ОК10, ОК15) д.е.н., членкиня координаційної ради розвитку підприємництва малого та середнього бізнесу, має наукові публікації з маркетингу та логістики, учасниця низки міжнародних проєктів, стажувалася в Україні та за кордоном. Доцентка Павлишина Н.М. (ОК31, ОК24, ОК35, ОК04) к.е.н., має практичний досвід за фахом ТОВ «Евротайм», менеджерка зі збуту (2003-2005), ПП «Бархатов», менеджерка зі збуту (2005-2009), ТОВ «Арсенал-Центр», менеджерка зі збуту (2009-2012); має наукові публікації з маркетингу, стажувалася в Університеті ім. А. Нобеля; членкиня Української асоціації маркетингу. Доцентка Борисенко О.Є. (ОК26, ОК29), к.е.н., членкиня координаційної ради розвитку підприємництва малого та середнього бізнесу, має наукові публікації за фахом, стажувалася у Словаччині, членкиня Української асоціації маркетингу. Доцент Полежаєв Ю.Г. (ОК03, ОК40), к. наук із соціальних комунікацій, магістр філології (англійська, німецька); має досвід практичної роботи за фахом ГО «Соціальна взаємодія» перекладач; має наукові публікації за фахом; регіональний координатор освітніх проєктів британської благодійної організації «Causus Raх», член всеукраїнської асоціації з мовного тестування та оцінювання. Доцентка Домашенко С.В. (ОК02, ОК06, ОК11) к.ф.-м.н., має наукові публікації за фахом; стажувалася в Польщі, Данії; членкиня громадського об'єднання «Міжнародна фундація науковців та освітян» (IESF). Загалом, НПП ОП «Маркетинг» мають відповідну кваліфікацію, наукові ступені та практичний досвід, що дозволяє забезпечити якісне викладання всіх освітніх компонентів відповідно до законодавчих вимог

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

Процедура конкурсного відбору викладачів у НУ «Запорізька політехніка» є відкритою, регламентованою та відповідає законодавчим вимогам. Відбір викладачів здійснюється згідно з Порядком проведення конкурсного відбору та відповідними наказами університету. Вимоги до претендентів визначені Наказом №18 від 16.02.2023 щодо основних та додаткових вимог до претендентів. Оголошення про вакансії публікуються на офіційному сайті університету <https://bit.ly/3Fh86l8>. Процес відбору є недискримінаційним – документи приймаються без обмежень

щодо статі, віку, національності. Претенденти подають перелік наукових публікацій за останні 5 років, підтвердження наукового ступеня, звання, звіт про виконану роботу. Відбувається обговорення кандидатур на засіданні кафедри. Далі кандидатури розглядає конкурсна комісія, яка оцінює каденічні здобутки кандидата, досвід наукової та педагогічної роботи, практичний досвід у галузі. Результати відбору затверджуються наказом університету, протоколи рішень оприлюднюються на сайті, що гарантує відкритість процесу. Для продовження контракту викладачі проходять рейтингове оцінювання (<https://bit.ly/3XBgbYa>), яке враховує їхню наукову, методичну, організаційну діяльність

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

НУ «Запорізька політехніка» активно співпрацює з роботодавцями для покращення освітнього процесу за ОП «Маркетинг». Студенти проходять виробничу практику на підприємствах-партнерах в рамках укладених договорів, таких як ТОВ «ЧізМілк», ТОВ «ВП Вільнянський молокозавод», ТОВ «КЛІОН-ГРУП», ПАТ «Урожай» та ювелірний завод «Золотий вік» <https://bit.ly/4bEUSKZ>. Під час практики студентів супроводжують не лише університетські наставники, а й керівники підприємств, що дозволяє отримати актуальні знання від практиків. В університеті регулярно проводяться ярмарки вакансій, зустрічі з топ-менеджерами компаній, панельні дискусії <https://bit.ly/41DR8oq>. До викладання за ОП долучаються фахівці-практики, зокрема: Є. Черевта (ТОВ «Ноосфера»), викладає курс «Маркетингові комунікації», К. Кисельова (Growth-маркетолог, керівник відділу партнерського маркетингу), проводить гостьові лекції з digital marketing, В. Безверха та А. Чеховська (SMM-маркетологи), проводять практичні заняття зі студентами 2-4 курсів. НПП за ОП, зокрема представники кафедри маркетингу та логістики є членами Української асоціації маркетингу, беруть участь у проектах, що дозволяє адаптувати навчальні програми до актуальних вимог ринку. В рамках співпраці з бізнес-спільнотою через координаційну раду розвитку підприємництва малого та середнього бізнесу (Зеркаль А.В., Борисенко О.Є.) використовують можливості оновлення ОК відповідно до сучасних тенденцій. В рамках участі у конкурсі «Єдиний логотип для підприємців Запорізької області» здобувачі за ОП мали змогу комунікувати з представниками бізнесу

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

НУ «Запорізька політехніка» активно сприяє професійному розвитку НПП через різноманітні програми: організовує курси з інноваційних методик викладання та цифрових технологій. У ЗВО існує практика винагороди НПП шляхом преміювання та надбавок до окладів за високі позиції в загально університетському рейтингу <https://rating.zp.edu.ua/results>. Так, Зеркаль А.В. за результатами рейтингу отримує 10% надбавки до окладу протягом року, а Полежаєв Ю.Г. – 15%. Також, НПП Губарь О.В. та Соколова Ю.О. отримували премію за викладання іноземним студентам, НПП Бондарчук К.С. та Полежаєв Ю.Г. отримували премію за проведення профорієнтаційних заходів. Доцентка кафедри маркетингу та логістики Павлішина Н.М. відмітила високий рівень ЗВО у сприянні організації для викладачів безоплатних заходів та тренінгів з цифрового маркетингу. У ЗВО діють ініціативи, такі як «Форум Навички майбутнього» (спікер гарант ОП Соколова Ю.О.), на базі НУ «Запорізька політехніка» було проведено форум «Дні освітнього лідерства» (1-3 червня 2023 р.), до якого долучилися НПП. Для НПП університету було проведено цикл безкоштовних курсів з англійської мови викладання (English Medium Instruction for Academics, Університет Кардіффа) <https://bit.ly/4iABa5p>. Університет забезпечує можливості для короткострокових та довгострокових стажувань у закордонних ЗВО, так професорка А. Зеркаль взяла участь у програмі академічної мобільності «Marketing and Logistics in Digital Economy» (University of Rijeka PAR University, Хорватія). Відділ проектної діяльності сприяє поданню грантових заявок та залученню викладачів до міжнародних досліджень. Так, НПП кафедри маркетингу та логістики Борисенко О.Є., Соколова Ю.О. та Павлішина Н.М. підготовано та подано до участі заявку у міжнародному грантовому проєкті Erasmus+ із застосування штучного інтелекту та діджиталізації освітнього процесу

### **Загальний аналіз щодо Критерію 6:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

Процедура конкурсного відбору у НУ «Запорізька політехніка» є прозорою, структурованою та недискримінаційною. Вона базується на відкритих критеріях, що дозволяють забезпечити високий рівень професіоналізму викладачів для успішної реалізації освітньої програми. Інтеграція співпраці з роботодавцями здійснюється через практики на підприємствах, гостьові лекції, участь у рецензуванні ОП та проектну діяльність студентів. Для подальшого розвитку варто розширити дуальну освіту та міжнародні партнерства. Усі викладачі мають відповідну вищу освіту, наукові ступені кандидата або доктора наук, публікуються у Scopus та WoS, проходять стажування за кордоном (Польща, Німеччина, Хорватія, Словаччина), залучені до міжнародних наукових проєктів та є членами професійних асоціацій. Заклад вищої освіти активно підтримує розвиток викладачів через курси підвищення кваліфікації, міжнародні стажування та освітні заходи. У ЗВО наявна система преміювання НПП за високі наукові досягнення, особистий розвиток та сприяння розвитку університету



## Недоліки

За критерієм 6 суттєвих недоліків не виявлено

## Рекомендації

Експертна група рекомендує продовжувати практику щодо залучення фахівців-практиків до освітнього процесу за ОП у якості тренерів, гостьових лекторів, керівників практик здобувачів тощо; продовжувати всебічний розвиток НПП, що задіяні до викладання на ОП через участь у міжнародних проєктах, програмах мобільності; продовжувати апробацію науково-практичного досвіду НПП за напрямками ОК через наукові статті та участь у науково-практичних конференціях.

## 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**

Існуюча матеріально-технічна база та інфраструктура університету здатна ефективно підтримувати процеси онлайн-навчання і проведення очних заходів на території університету. Оцінка матеріально-технічної бази здійснювалася шляхом відео-трансляції різних приміщень університету, що включає приміщення кафедри, зали бібліотеки, комп'ютерні класи, укриття, гуртожиток, приміщення спортивного комплексу, санітарно-технічні приміщення, а також інші простори, які використовуються студентами та викладачами. Спортивний комплекс університету надає здобувачам освіти вільний доступ до залів та фізичних занять на території комплексу. Університет надає студентам змогу проживати в гуртожитках, які обладнані всім потрібним для зручного та комфортного перебування, включаючи кухні, душові та розташоване поблизу укриття. Гуртожитки також мають конференц-зали в яких проводяться заходи від студентського самоврядування. Здобувачі вищої освіти мають вільний доступ до комп'ютерних класів та безперебійний Wi-Fi зв'язок на території всього університету. У випадку офлайн занять, доступ до всіх ресурсів надається на ПК в комп'ютерних класах кафедри. Під час огляду МТБ та аналізу СО ЕГ відзначено, що на ОП крім ліцензованого програмного забезпечення MASTER: Бухгалтерія за ОК23 Основи бухгалтерського обліку, під час освітнього процесу за іншими ОК також використовуються безкоштовні програмні ресурси з інтернету типу SocialBlade, Canva, інструменти Google, Serpstat тощо. Однак, спеціальне програмне забезпечення для маркетологів з розробки дизайну в маркетингових комунікаціях, проведення аналітичних маркетингових досліджень тощо не використовується. Надається повний доступ до ресурсів наукової бібліотеки, зокрема до електронного каталогу, інституційного репозитарію, а також інших інформаційних ресурсів. Наукова бібліотека має фонди, укомплектовані спеціалізованою літературою професійного спрямування, які регулярно поповнюються та оновлюються відповідно до потреб і сучасних технологій, що вивчаються в рамках освітньої програми. Більшість нових надходжень бібліотеки залучається в електронному форматі, для більш ширшого доступу до інформації в період дистанційного навчання. Також, завжди відкриті для відвідування зали наукової бібліотеки з комп'ютерними місцями. Матеріально-технічна база підтримується на високому рівні, що дозволяє ефективно забезпечувати досягнення запланованих результатів навчання та сприяє якісній підготовці здобувачів освіти.

### **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**

Викладачі та здобувачі вищої освіти мають безоплатний і необмежений доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчального процесу в межах освітньої програми. Для забезпечення освітнього процесу здобувачі мають доступ до електронних ресурсів у комп'ютерних класах кафедри, в залах бібліотеки, які облаштовані комп'ютерними місцями, та через безкоштовну мережу Wi-Fi, що працює у всьому університеті. Всі здобувачі освіти та НПП мають вільний доступ до електронної бібліотеки (<http://e-library.zntu.edu.ua/>), електронного репозитарію університету (<http://eir.zntu.edu.ua/>), електронного каталогу (<http://library.zp.edu.ua:8081/lib2web/DocSearchForm>) та інших ресурсів, що можна знайти на офіційному сайті наукової бібліотеки (<http://library.zp.edu.ua/>). Процес дистанційного навчання забезпечується системою Moodle

(<https://moodle.zp.edu.ua/>). Експертна група отримала доступ та мала змогу ознайомитися з системою, в якій розміщуються всі необхідні навчально-методичні матеріали для реалізації ОП "Маркетинг". Після її огляду, можна підтвердити ефективність використання даної платформи для забезпечення навчального процесу в дистанційному форматі. Викладачі та здобувачі вищої освіти мають доступ до наукометричних баз даних Web of Science і Scopus. Наукова бібліотека забезпечує інформаційну підтримку студентів та дистанційно надає здобувачам освіти та НПП віддалений доступ до баз та бібліотечних ресурсів, допомагає з пошуком навчально-методичних матеріалів. Органи студентського самоврядування мають можливість користуватися приміщеннями університету для проведення заходів в стінах університету, що підтвердили представники студентського самоврядування

### **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**

Усі нормативні документи, що стосуються охорони праці розміщуються на відповідній сторінці сайту університету (<https://zp.edu.ua/ohorona-praci>). Сторінка містить всю публічну інформацію, яка стосується охорони праці, пожежної безпеки, правил поведінки в небезпечних ситуаціях та ін. В університеті успішно веде свою роботу Психологічна служба (<https://zp.edu.ua/psycholog>). Під час зустрічей, експертна група мала нагоду поспілкуватись з представником психологічної служби - Новотарським Миколою Євгеновичем, а також запитати представників студентства, щодо роботи служби. Служба активно функціонує, надаючи консультації студентам та співробітникам, допомагаючи у вирішенні питань пов'язаних з ментальним здоров'ям шляхом індивідуальних консультацій, анонімних опитувань, групових занять та тренінгів. Регулярно проводяться опитування та моніторинг психологічного стану здобувачів освіти. Послуги служби є конфіденційними та безкоштовними, а запис на консультацію здійснюється у зручний для студентів та співробітників спосіб - гугл форма, електронна пошта або телефон. Університет та гуртожиток облаштовані комфортними укриттями що знаходяться у близькому радіусі доступу для здобувачів освіти та викладачів. На території всього університету та в укриттях доступна безкоштовна Wi-Fi мережа для забезпечення постійного зв'язку та інформування про повітряні тривоги. Для гарантування безпеки регулярно проводяться заняття, під час яких здобувачі освіти та науково-педагогічні працівники ознайомлюються з правилами безпеки життєдіяльності, а також інструкціями щодо дій у разі оголошення повітряної тривоги

### **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**

Освітня підтримка здобувачів вищої освіти в форматі дистанційного навчання забезпечується завдяки використанню системи Moodle (<https://moodle.zp.edu.ua/>) та бібліотечних ресурсів, таких як електронний каталог, до якого кожен студент отримує персональний логін та пароль, електронна бібліотека та електронний репозитарій. Інформаційна підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується через такі ресурси як сайт університету (<https://zp.edu.ua/>), деканату (<https://zp.edu.ua/fakultet-biznes-tehnologiy-ta-ekonomiki>) та кафедри (<https://zp.edu.ua/kafedra-marketingu-ta-logistiki>). Університет має свої соціальні мережі, через як і як здобувачі, так і інші учасники навчального процесу можуть дізнатись останні новини (<https://www.facebook.com/nuzaporizkapolitekhnika/>, [http://t.me/nuzp\\_official/](http://t.me/nuzp_official/), [http://instagram.com/nuzp\\_official/](http://instagram.com/nuzp_official/)). На Освітньому Порталі здобувачі можуть ознайомитись з розкладом занять, наявністю вільних аудиторій та робочими планами (<https://portal.zp.edu.ua>). Підтримка фізичного здоров'я здобувачів освіти в університеті забезпечується на базі сучасного спортивного комплексу, який створює сприятливі умови для активного способу життя та фізичного розвитку студентів. Студенти мають доступ до занять та турнірів з шахів, занять з баскетболу, волейболу, є можливість займатись у футзалі та практикувати настільний теніс в спеціально обладнаних залах та на майданчиках. Для фізичних тренувань доступний зал гімнастики. Також є стрілецький тир для практики в стрільбі. Соціальна підтримка координується студентською профспілкою університету, забезпечується комплексом заходів, які включають фінансову підтримку здобувачів (соціальні стипендії) та заходи з оздоровлення

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

Виявлено, що серед здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами на даній ОП немає. Тим не менш, Університет приділяє увагу інклюзивній складовій. Під час онлайн-зустрічі ЕГ був продемонстрований спеціальний вхід до університету з великою парковкою, що включає потреби маломобільних людей, або людей на кріслі колісному. Також було продемонстровано окремих санвузол на першому поверсі головного корпусу, який обладнаний за всіма вимогами для маломобільних груп населення. В університеті діє ПОРЯДОК супроводу (надання допомоги) осіб з обмеженими фізичними можливостями, громадян похилого віку, інших маломобільних груп населення під час перебування на території університету (<https://surl.li/kgsncd>)

## **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 регулярно проходять заходи щодо запобігання та протидії корупції. На офіційному сайті університету створена сторінка де розміщуються всі документи з цього напрямку (<https://zp.edu.ua/zapobigannya-ta-protydiya-korupciyi>). В закладі реалізується антикорупційна програма ([https://zp.edu.ua/uploads/rector/zpk/Nakaz\\_N79\\_vid\\_30.03.23.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/rector/zpk/Nakaz_N79_vid_30.03.23.pdf)), всі охочі мають змогу ознайомитись з планом заходів на поточний рік, в рамках цієї програми ([https://zp.edu.ua/uploads/rector/plan\\_zakh\\_zap\\_ta\\_prot\\_kor\\_2025.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/rector/plan_zakh_zap_ta_prot_kor_2025.pdf)). Також заклад регулярно проводить для здобувачів вищої освіти та співробітників університету заходи що присвячені академічній доброчесності. Процес врегулювання конфліктних ситуацій, включаючи випадки дискримінації, булінгу, сексуальних домагань та інших проявів неетичної поведінки, в університеті регулюються відповідним положенням ([https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2020/pol\\_pro\\_vreg\\_konfliktnykh\\_sytuatsiy.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2020/pol_pro_vreg_konfliktnykh_sytuatsiy.pdf)). Під час зустрічі з представниками студентства, здобувачі наголосили що не стикалися з проявами дискримінації, булінгу та іншої неетичної поведінки. Також було згадано, що проводяться опитування серед здобувачів освіти щодо прояву булінгу. У разі виникнення проблемної ситуації, в університеті працює Комісія з врегулювання конфліктних ситуацій, склад якої затверджується наказом ректора ([https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz\\_N83\\_vid\\_07.04.22.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N83_vid_07.04.22.pdf)). Здобувачі вищої освіти наголошують на відкритості та легкій комунікації кураторів, НПП та працівників деканату при виникненні будь яких проблем

### **Загальний аналіз щодо Критерію 7:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

Матеріально-технічна база та навчально-методичне забезпечення повністю задовольняють потреби здобувачів вищої освіти у професійному, фізичному та соціальному розвитку. Усі учасники освітнього процесу мають вільний і безкоштовний доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів університету. Навчальне середовище створює безпечні й комфортні умови для навчання та позааудиторної діяльності здобувачів освіти. В університеті підтримується позитивний морально-психологічний клімат, матеріальна база та все необхідне для реалізації освітньої програми

#### **Недоліки**

Недостатнє інформування здобувачів вищої освіти про можливості наукової бібліотеки. Відсутність ліцензійного спеціального програмного забезпечення з маркетингу.

#### **Рекомендації**

Через неможливість проводити знайомство з науковою бібліотекою в офлайн-форматі, рекомендується на 2025-2026 н.р. зробити онлайн-ознайомлення здобувачів вищої освіти (особливо першокурсників) з послугами, що надає наукова бібліотека, роботи з інституційними бібліотечними ресурсами та реєстрацією в необхідних системах. ЕГ рекомендує розглянути можливості використання ліцензійного спеціального програмного забезпечення розробки дизайну в маркетингових комунікаціях, проведення аналітичних маркетингових досліджень тощо.

### **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**

В Національному університеті «Запорізька політехніка» система внутрішнього забезпечення якості освіти регулюється згідно Положенню про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Polozhennia\\_pro\\_zabezpechennia\\_yakosti.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_zabezpechennia_yakosti.pdf)) та Положення про організацію освітнього процесу ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N405\\_vid\\_11.10.24.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N405_vid_11.10.24.pdf)). Забезпечення врахування інтересів стейкхолдерів відбувається через систематичне проведення опитувань, організацію зустрічей, дискусій та

консультацій. Це дозволяє ефективно враховувати їхні потреби, пропозиції та зауваження, сприяючи вдосконаленню освітнього процесу та розвитку співпраці між усіма зацікавленими сторонами. Інформація про зустрічі та посилання на опитування для різних груп стейкхолдерів розташовані на сторінці кафедри (<https://zp.edu.ua/?q=node/10669>). Перегляд ОП здійснюється щороку, з урахуванням вимог державних стандартів. Щовесни кафедра проводить зустрічі зі стейкхолдерами. Внесення змін в ОП базується на аналізі результатів анкетування щодо якості викладання дисциплін, пропозицій стейкхолдерів, ефективності освітньої програми та її відповідності сучасним освітнім вимогам. Керівництво навчального закладу аналізує та враховує пропозиції здобувачів щодо вдосконалення ОП та освітнього процесу. Окрім цього, до перегляду та оцінки ефективності освітньої програми залучаються представники роботодавців та фахівців-практиків, які висловлюють свої рекомендації щодо її покращення. Такий підхід сприяє адаптації ОП до сучасних вимог ринку праці та її актуальності

## **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**

Зустрічі ЕГ зі студентами та представниками органів студентського самоврядування загалом підтвердили налагоджену співпрацю та партнерські відносини в межах процесу періодичного оновлення освітньої програми. Представники студентського самоврядування беруть участь в засіданнях Вченої ради факультету та університету, науково-методичної комісії факультету та науково-методичної ради університету, де розглядаються питання внесення змін та вдосконалення освітньої програми та питання задоволеності освітнім процесом. Згідно з опублікованими на сторінці кафедри протоколами обговорення ОП (<https://zp.edu.ua/?q=node/241>) можна помітити залученість здобувачів вищої освіти в процес періодичного перегляду освітньої програми. Так, на засіданні кафедри 27.06.2024 р студенткою Панчанко Є. А. наголосила на необхідності додати більше дисциплін, що пов'язані з інтернет-маркетингом, та була підтримана іншими стейкхолдерами ([https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/vytyag\\_z\\_protokolu\\_no\\_11\\_vid\\_27.06.2024.pdf](https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/vytyag_z_protokolu_no_11_vid_27.06.2024.pdf)). В аналітичному звіті за результатами громадського обговорення ([https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/rezultaty\\_obgovorennya\\_075\\_bak\\_2024\\_skan.pdf](https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/rezultaty_obgovorennya_075_bak_2024_skan.pdf)) побажання здобувача вищої освіти було враховано, та в 6 семестрі було запроваджено обов'язкову ОК39 Маркетинг соціальних мереж. Проводиться регулярне кафедральне анкетування здобувачів вищої освіти щодо якості ОП (<https://zp.edu.ua/?q=node/11156>), результати опитування за попередній рік доступні для перегляду у відкритому доступі ([https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/yakist\\_osvitnoyi\\_programy\\_23-24.pdf](https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/yakist_osvitnoyi_programy_23-24.pdf))

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

Зустрічі ЕГ із роботодавцями та перегляд відповідної документації, зокрема звіти результатів громадського обговорення ОП, рецензії стейкхолдерів показали залученість роботодавців до періодичного перегляду освітньої програми та забезпечення її якості. Роботодавцями що активно приймають участь в розвитку ОП є Вільнянський молокозавод, ТОВ «КЛІОН», ТОВ «Урожай», ТДВ Запорізький хлібокомбінат №1, ТОВ «ЧізМілк» та інші підприємства. На зустрічі ЕГ з роботодавцями було висвітлено залученість здобувачів освіти до участі в конкурсі «Єдиний логотип для підприємців Запорізької області», де вони мали змогу створити айдентіку для регіонального бізнесу та отримати досвід взаємодії з бізнесом. Представниця ТОВ «КЛІОН» під час зустрічі розповіла про співпрацю з кафедрою та університетом, наголосила про участь в обговоренні ОП. Нею було запропоновано додати більше практичної частини до дисципліни «Інтернет-маркетинг». Пропозицію було враховано, що можна побачити в аналітичному звіті ([https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/rezultaty\\_obgovorennya\\_075\\_bak\\_2024\\_skan.pdf](https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/rezultaty_obgovorennya_075_bak_2024_skan.pdf)). Роботодавці залучаються до заходів університету, а також проводять практичні заняття в рамках освітньої програм, а саме представники «Інжинірингова школа Ноосфера». На сторінці Відділу перспективного розвитку, ліцензування, акредитації та якості освіти роботодавці можуть пройти опитування щодо удосконалення освітнього процесу та підвищення якості освітніх послуг

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

В університеті здійснюється систематичний моніторинг кар'єрного шляху випускників. Для цього використовуються різні механізми збору та аналізу інформації, що дозволяє оцінювати ефективність підготовки фахівців та вдосконалювати освітню програму відповідно до актуальних вимог ринку праці. Центр сприяння працевлаштуванню студентів та випускників збирає інформацію щодо кар'єрного шляху випускників при оформленні обхідного листа, або ж у процесі допомоги пошуку робочого місця після закінчення університету. Для випускників проводять анкетування (<https://forms.gle/RmRaAF2fAuyqcdbe7>) щодо задоволеності освітньою програмою, збираються пропозиції щодо покращення та змін в ОП. Також кафедра отримує інформацію від роботодавців, які надали робочі місця для випускників даної освітньої програми. Також, частка випускників ОП продовжують навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, що свідчить про їхню мотивацію до

подальшого професійного розвитку. Випускники підтримують тісний зв'язок з університетом, беручи участь у навчальному процесі в якості гостьових лекторів. Зокрема, В. Безверха, К. Кисельова та А. Чеховська, які закінчили ОП у різні роки, активно залучаються до освітньої діяльності

#### **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**

В НУ «Запорізька політехніка» регулярно проводиться моніторинг та оцінка ОП шляхом анкетування здобувачів освіти (<https://zp.edu.ua/shchorichnyu-monitoring-yakosti-funkcionuvannya-osvitnih-program-v-nu-zaporizka-politehnika>). Результати моніторингу доступні для перегляду всім зацікавленим особам (<https://zp.edu.ua/rezultaty-monitoringu-yakosti-osvity>). Після проведення моніторингу проводяться наради та обговорення з НПП якості ОП та шляхи її покращення. За результатами моніторингу у 2023/2024 н.р. за ОП Маркетинг суттєвих недоліків не було виявлено, проте рекомендації щодо покращення було надано всім освітнім програмам університету. На основі результатів моніторингу щодо якості освітнього процесу запропоновано посилити рівень залучення спеціалістів-практиків в освітній процес (проведення практичних занять з інтернет-маркетингу та маркетингових комунікацій, представниками «Інжинірингової школи Ноосфера» в рамках ОП, що підтверджено на зустрічі з роботодавцями), покращити матеріально-технічне та інформаційно-навчальне забезпечення згідно ОП (були придбані підручники з таргетингу для викладання теми «Таргетована реклама» в рамках дисципліни «Інтернет-маркетинг» )

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

Всі результати акредитаційних експертиз, що були проведені в університеті за останні роки розміщені у відкритому доступі на офіційному сайті (<https://zp.edu.ua/akredytaciya-202324-nr>). По результатам року, в університеті проводиться комплексний аналіз слабких сторін освітніх програм, розробляються рекомендації щодо їх удосконалення, враховуючи результати акредитаційних експертиз. Аналіз за 2023 рік у розміщений у відкритому доступі на офіційному сайті університету ([https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/pidsumok\\_slabkyh\\_storin\\_ta\\_rekomendaciy.pdf](https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/pidsumok_slabkyh_storin_ta_rekomendaciy.pdf)). Пропозиції, отримані під час проведення попередніх акредитаційних експертиз, беруться до уваги під час перегляду освітньої програми. Для покращення якості ОП Маркетинг, за увагу були взяті рекомендації експертної групи при акредитації у 2023/2024 н.р. ОП «Менеджмент організацій та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» НУ "Запорізька політехніка" (<https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/54423772-4b43-4d7a-8408-7d03e8443be6.pdf>). Після аналізу рекомендацій, було розширено практичну складову з окремих профільних дисциплін, саме в частині розрахункових завдань (ОК24 Маркетингові дослідження, ОК27 Ціноутворення). До реалізації освітньої програми був залучений фахівець-практик Є. Черевта, керівник відділу закупівлі реклами компанії "Ноосфера", шляхом прийняття до штату за сумісництвом для проведення практичних занять з дисципліни "Маркетингові комунікації". Також посилюється процес залучення випускників до освітнього процесу. Була проведена відкрита лекція, випускницею, Growth-маркетологом К. Кисельовою, в межах дисципліни "Інтернет-маркетинг" на тему партнерського маркетингу. Також було проведено практичне заняття СММ-маркетологом В. Безверха в рамках дисципліни "Маркетинг соціальних мереж"

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

В Університеті впроваджено Політику забезпечення якості вищої освіти і освітньої діяльності (<https://wp.zp.edu.ua/pro-universitet/polityka-zabezpechennia-iakosti-osvitnoi-diialnosti-ta-iakosti-vyshchoi-osvity/>). Політика спрямована на створення ефективної системи внутрішнього контролю та вдосконалення якості освітнього процесу. Вона визначає основні принципи, цілі та механізми, які забезпечують відповідність освітньої діяльності університету національним і міжнародним стандартам. Особлива увага приділяється студенту як центральній фігурі освітнього процесу, а також відповідності стандартам Європейського простору вищої освіти. Університет прагне до регулярного моніторингу й удосконалення всіх аспектів своєї діяльності. Також в університеті реалізується сучасна система забезпечення якості вищої освіти (<https://wp.zp.edu.ua/systema-zabezpechennia-iakosti-osvity-v-natsionalnomu-universyteti-zaporizka-politehnika/>) що побудована на основі сучасних міжнародних і національних стандартів, зокрема «Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG–2015)», стандарту ДСТУ ISO 9001:2015 та законодавства України. Її головною метою є створення сприятливого освітнього середовища, яке сприяє розвитку особистості студента, формуванню академічної доброчесності, підтримці інновацій та підготовці висококваліфікованих фахівців, здатних відповідати потребам ринку праці. В університеті регулярно проводяться різноманітні заходи, воркшопи, семінари та практичні заняття, наприклад - Всеукраїнський форум «Дні освітнього лідерства» (<https://surl.li/lxscmf>) та вебінар «Академічна доброчесність: виклики, проблеми та перспективи» (<http://surl.li/rbcahq>). Освітні програми покращуються завдяки залученості та командній роботі всіх учасників навчального процесу, стейкхолдерів, здобувачів вищої освіти, відділу

перспективного розвитку, ліцензування, акредитації та якості освіти, навчальному відділу, співробітників кафедри і факультету, гаранту ОП та групи забезпечення

## **Загальний аналіз щодо Критерію 8:**

### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

Розроблена система моніторингу якості освітнього процесу дає змогу своєчасно виявляти аспекти, що потребують удосконалення, та оперативно на них реагувати. Здобувачі та інші стейкхолдери є активними учасниками обговорення та перегляду освітньої програми. Врахування думки здобувачів освіти та роботодавців через механізми зворотного зв'язку, та налагоджену комунікацію є позитивною практикою в розрізі цього критерію. До процесів які забезпечують внутрішню якість ОП активно залучаються і представники студентського самоврядування, що було підтверджено під час онлайн-зустрічей

### **Недоліки**

За критерієм 8 суттєвих недоліків не виявлено

### **Рекомендації**

ЕГ рекомендує продовжувати процедурні механізми забезпечення якості освітньої діяльності на ОП через інституційні практики (організацію загальноуніверситетських вебінарів, форумів з популяризації якості освітньої діяльності) та кафедральні заходи (залучення стейкхолдерів до обговорення ОП, опитування здобувачів за ОП).

## **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**

Права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу регулюються наступними документами Статут НУ «Запорізька політехніка» (<https://zp.edu.ua/uploads/Statut-ZPNU.pdf>), Положення про організацію освітнього процесу ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N405\\_vid\\_11.10.24.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N405_vid_11.10.24.pdf)) та Кодекс академічної доброчесності НУ «Запорізька Політехніка» ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N253\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf)). Усі необхідні нормативні документи знаходяться у відкритому доступі на сайті університету, в розділі «Наш університет» підрозділ «Нормативні документи»

### **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**

Проєкт ОП розміщений на офіційному сайті університету, на сторінці кафедри "Маркетинг та логістика" (<https://zp.edu.ua/?q=node/11738>). Також на сторінці анотацій спеціальностей та освітніх програм кафедри маркетингу та логістики розміщені постійно діючі посилання для анкетування стейкхолдерів (<https://zp.edu.ua/?q=node/10669>)

### **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**

Офіційний сайт університету має сторінку з профілем ОП Макретинг (<https://catalogop.zp.edu.ua/EProg.php?Id=250&Mode=1>). Усі силабуси обов'язкових та вибіркових компонентів розміщені на сторінці кафедри (<https://zp.edu.ua/?q=node/242>, <https://zp.edu.ua/?q=node/8492>), здобувачі освіти мають можливість заздалегідь ознайомитись усіма освітніми компонентами. Також у вільному доступі розміщено анотації спеціальностей та освітніх програм кафедри маркетингу та логістики (<https://zp.edu.ua/?q=node/241>)

### **Загальний аналіз щодо Критерію 9:**

#### **Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм**

Всі правила та процедури, що регулюють права і обов'язки учасників освітнього процесу, чітко визначені та доступні для розуміння. Освітня програма «Маркетинг» опублікована на офіційному сайті університету, де вона доступна до ознайомлення для всіх охочих. Експертна група відзначає як позитивну практику за Критерієм 9 те, що на сторінці кафедри в відкритому доступі розміщено всі нормативно-правові документи та актуальну інформацію щодо освітньої програми, це підтверджує прозорість та публічність інформації. Обсяг інформації що розміщена на сторінці кафедри та офіційному сайті університету є достатнім для повного інформування всіх учасників освітнього процесу

#### **Недоліки**

Суттєвих недоліків в розрізі критерію 9 ЕГ не виявлено. На офіційному сайті університету діє не зовсім зручна система пошуку та навігації по сайту, що може ускладнювати роботу з сайтом для здобувачів освіти або абітурієнтів, що хочуть детальніше ознайомитись з освітньою програмою

#### **Рекомендації**

Рекомендовано вдосконалити інтерфейс офіційного сайту університету, зробити його більш зручним та інтуїтивно зрозумілим для користувачів, особливо в розрізі пошуку та структуризації інформації

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Додаток до звіту ЕГ Перелік суттєвих недоліків.pdf</i>	T+FWEFOocG9NSUQClQWaB8m7OgCj+fzUBSb9XgyN1O4=

\*\*\*

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

*Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.*

Керівник експертної групи

**Зайцева Олена Іванівна**

Члени експертної групи

**Іваннікова Марина Миколаївна**

**Волкова Анастасія Юріївна**