

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	Львівський національний університет природокористування
Освітня програма	26336 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Львівський національний університет природокористування
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	26336
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	Данкеєва Оксана Миколаївна, Данилейко Максим Олександрович, Шипуліна Юлія Сергіївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	13.11.2024 р. – 15.11.2024 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://www.lnup.edu.ua/attachments/article/8284/Відомості%20про%20самооцінювання%20ОП%20Маркетинг.pdf
Програма візиту експертної групи	https://www.lnup.edu.ua/attachments/article/8360/Програма%20візиту%20ЕГ-1%20ЛНУП%20075.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

Освітня програма "Маркетинг" за спеціальністю 075 "Маркетинг" у Львівському національному університеті природокористування відповідає вимогам стандартів вищої освіти, демонструє високий рівень прозорості та адаптованості до сучасних викликів ринку праці, і може бути рекомендована для подальшого впровадження. Виявлені недоліки мають незначний характер і не впливають на загальну якість реалізації освітнього процесу. За всіма критеріями (1-9) відповідає рівню В. Серед основних позитивних практик освітньої програми можна виділити наступні: 1) Освітня програма враховує галузеві та регіональні аспекти, а також тенденції ринку праці. 2) Врахування думки зацікавлених сторін (роботодавців, здобувачів, академічної спільноти) під час розроблення та перегляду програми. 3) Наявність практичної складової, яка формує компетентності, необхідні для реальної професійної діяльності. 4) Чітко визначені, зрозумілі та недискримінаційні правила прийому, які оприлюднені на офіційному сайті. 5) Наявність процедур перезарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти. 6) Забезпечення доступу до сучасної інфраструктури та ресурсів для навчання і наукової діяльності. 7) Організація заходів для підтримки ментального та психологічного здоров'я здобувачів. 8) Впровадження інклюзивних практик для осіб з особливими освітніми потребами. 9) Викладачі мають можливість самостійно визначати зміст освітніх компонентів і підходи до викладання. 10) Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачами. 11) Дотримання Кодексу академічної доброчесності, використання систем для перевірки плагіату. 12) Наявність унормованої антикорупційної політики та процедур розв'язання конфліктів. 13) Прозорі процедури відбору викладачів. 14) Залучення професіоналів-практиків до навчального процесу. 15) Наявність системи мотивації для підвищення рівня викладання. 16) Регулярний перегляд і моніторинг програми з урахуванням досвіду українських і закордонних університетів. 17) Проведення опитувань серед здобувачів для удосконалення програми. 18) Відповідність змісту програми глобальним цілям сталого розвитку. 19) Формування соціальних навичок у студентів.

Недоліки

1) нерегулярність залучення здобувачів до обговорення освітньої програми; 2) недостатня логічність послідовності викладання деяких ОК, зокрема ОК "Маркетингова цінова та товарна політика" у 7 та 8 семестрах, ОК "Маркетингові дослідження" в 3 семестрі та одночасного викладання ОК "Маркетингові комунікації" та "Реклама в системі маркетингу"; 3) розбіжність програмних результатів навчання в силабусі ОК "Діловий протокол та етикет" та матриці відповідності ОК та ПРН в освітній програмі; 4) відсутність практики моніторингу фактичного навантаження здобувачів під час навчального процесу; 5) відсутність прикладів перезарахування результатів навчання по програмах академічної мобільності здобувачів; 6) відсутність прикладів перезарахування результатів навчання за неформальною та/або інформальною освітою; 7) наявність технічних помилок в силабусах ОК; 8) участь здобувачів у науково-дослідних заходах переважно у межах кафедри та ЛНУП; 9) недостатня наповненість віртуального навчального простору необхідними для опанування матеріалами; 10) екзаменаційні білети Атестаційного екзамену вміщують питання тільки теоретичного спрямування; 11) при виставленні оцінки з різних видів практик (ОК31, ОК32, ОК33, ОК34) до залікової відомості не зазначається фактична кількість балів; 12) недостатня обізнаність здобувачів щодо певних важливих питань академічної доброчесності, а саме: не знання допустимих відсотків плагіату в науково-дослідних роботах; 13) відсутність ліцензійних версій професійного програмного забезпечення; 14) відсутність інформації на офіційному веб-сайті ЛНУП про пропозиції, які були внесені чи відхилені при перегляді ОП Маркетинг; 15) відсутність в ЛНУП практики опитування ННП щодо їх задоволеності від взаємодії з ЗВО та освітнім процесом.

Рекомендації

1) На регулярній основі залучати здобувачів до обговорення цілей та програмних результатів освітньої програми. 2) Гаранту ОП та робочій групі при перегляді ОП 2025 р. переглянути порядок викладання основних обов'язкових компонентів. 3) При наступному затвердженні робочих програм та силабусів привести у відповідність ПРН, визначені в них до освітньої програми. 4) Починаючи з весняного семестру 2024/2025 н.р. започаткувати моніторинг фактичного навантаження здобувачів шляхом проведення опитувань на регулярній основі. 5) До початку весняного семестру 2024/2025 р. розробити план заходів спрямований на поширення програм академічної мобільності здобувачів. 6) При розробці силабусів ОК на 2025/2026 н.р., включити список рекомендованих курсів та ресурсів для навчання здобувачів у неформальній та/або інформальній освіті. 7) До початку наступного 2025/2026 н.р. переглянути силабуси, розробити відсутні РП ОК та надати їх у вільний доступ. 8) Заохочувати та сприяти здобувачів ОП Маркетинг приймати участь у науково-дослідницьких заходах (конференціях, круглих столах, всеукраїнських та міжнародних конкурсах наукових робіт тощо) за межами ЛНУП, починаючи залучати здобувачів з 1 курсу протягом навчання їх на бакалаврському рівні. 9) Наповнити віртуальний навчальний простір, зокрема презентаціями, електронними посібниками, відеоконтентом на наступний 2025/2026 н.р. 10) До проведення Атестаційного екзамену переглянути білети та додати в Атестаційний екзамен частину практичного спрямування у вигляді комплексної задачі, кейсів, ситуації з розрахунками на прикладах підприємств галузевого призначення. 11) Переглянути види контролю та критерії оцінювання з ОК31, ОК32, ОК33, ОК34 до наступного перегляду ОП Маркетинг та внести відповідні зміни щодо їх форми підсумкового контролю. 12) Гаранту та ННП при написанні науково-дослідних робіт зі здобувачами особливо наголошувати на питанні вимог академічного плагіату. 13) Посилити рівень публікаційної активності викладачів, зокрема у виданнях, що індексуються у міжнародних базах

даних Scopus і Web of Science. 14) До наступного навчального року придбати ліцензії на професійне програмне забезпечення, яке використовується в навчальному процесі. 15) Гаранту ОП забезпечити своєчасність розташування інформації про пропозиції, які були внесені чи відхилені при перегляді ОП Маркетинг до початку 2025/2026 н.р., а також узгодити процедуру розгляду відмов пропозицій від стейкхолдерів та інших учасників освітнього процесу. 16) Навчально-методичному відділу забезпечення якості освіти до початку наступного навчального 2025/2026 році розробити відповідний алгоритм опитування та впровадити практику опитування НПП щодо їх задоволеності освітнім процесом та взаємодією з ЛНУП. 17) З метою підвищення рівня публічності розмістити на сайті результати громадського обговорення проєкту освітньої програми.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проєктування освітньої програми:

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

Програмні результати навчання, визначені в освітній програмі "Маркетинг", повністю відповідають чинному Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 "Маркетинг". Також, до ОП "Маркетинг" згідно Наказу Міністерства освіти і науки України № 842 від 13.06.2024 р. внесено ЗК 15 Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких проявів недоброчесності. Формування даної ЗК забезпечується такими ОК: "Діловий протокол та етикет", "Правознавство та правове забезпечення", "Навчальна практика з маркетингу", "Атестація". В освітній програмі передбачено обов'язкові та вибіркові компоненти, які забезпечують формування як загальних, так і спеціальних (фахових компетентностей). Досягнення ПРН підтверджується матрицею відповідності освітніх компонентів програми компетентностям та програмним результатам навчання, а також силабусами та робочими програмами дисциплін. Набуття всіх програмних результатів навчання забезпечується обов'язковими освітніми компонентами.

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 зазначено, що ОП "Маркетинг" враховує вимоги трьох професійних стандартів. Проте в освітній програмі відсутня інформація про присвоєння професійної кваліфікації. Під час онлайн-зустрічі Гарант освітньої програми також зазначив, що професійна кваліфікація за освітньою програмою не присвоюється.

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

Мета ОП "Маркетинг" ЛНУП, яка полягає у підготовці бакалаврів, що володіють необхідними фаховими знаннями та навичками, сучасним мисленням, комплексом загальних та професійних компетентностей для вирішення прикладних завдань у сфері маркетингу в умовах глобалізації економіки, узгоджена з візією ЛНУП (<https://cutt.ly/xEJE5weu>), що спрямована на формування випускників, здатних відповідати глобальним викликам, інтегрувати міжнародний досвід у професійну діяльність та впроваджувати інноваційні підходи, що підкреслює прогресивність і сучасність програми. Відповідність основним завданням стратегічного розвитку ЛНУП на 2022-2027 рр. (<https://cutt.ly/xEJE5weu>) полягає в тому, що ОП формує компетентності для роботи в динамічному бізнес-середовищі, зокрема в умовах глобалізації ринку праці, що корелюється із завданням щодо інноваційного розвитку та адаптації до сучасного бізнес-середовища та збільшення кількості конкурентоспроможних програм. Крім того, мета освітньої програми корелюється з основними напрямками стратегічного розвитку: підготовка бакалаврів з фаховими знаннями та сучасним мисленням спрямована на забезпечення високої якості освітнього процесу, що відповідає вимогам ринку праці, інтегрує сучасні освітні методики та орієнтована на формування професійних компетентностей для вирішення прикладних завдань у маркетингу; сприяє розвитку здатності здобувачів до інноваційного мислення, аналізу та вирішення практичних задач у сфері маркетингу, що поєднує освітній процес із

науковою та прикладною діяльністю; орієнтація на глобалізацію економіки у меті ОП узгоджується з міжнародною інтеграцією університету; ОП формує у здобувачів лідерські якості, сучасне мислення та професійну відповідальність, що сприяє їх активному залученню до самоврядування та виховної діяльності в Університеті.

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

При розробці освітньої програми активно залучалися різні категорії стейкхолдерів, включаючи здобувачів вищої освіти та випускників програми, а також роботодавців і академічну спільноту. Здобувачі освіти брали участь у складі робочої групи, під час формальних та неформальних зустрічей із гарантом програми, а також через обговорення на розширених засіданнях кафедри. Під час онлайн-зустрічі зі здобувачами учасник робочої групи освітньої програми Євген підтвердив цю інформацію. Так, здобувачем вищої освіти було запропоновано збільшити в освітній програмі кількість ОК, що сприяють підвищенню рівня цифрових компетентностей студентів. За результатами внесення даної пропозиції, в ОП 2024 року було передбачено обов'язкову ОК "Цифровий маркетинг", а також вибірккову ОК "Мобільний маркетинг". Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП проводить опитування здобувачів щодо якості ОП. За результатами опитування в червні 2024 р. (<https://cutt.ly/eeJDqthb>) 35,4% зазначили, що не мають пропозицій щодо вдосконалення освітньої програми "Маркетинг". Однак, опитування проводяться періодично, що не дозволяє відслідковувати зміни в думці здобувачів. Роботодавці та представники бізнесу долучалися до розробки освітньої програми через спільні засідання, анкетування, громадське обговорення та рецензування. Під час онлайн зустрічей роботодавці повідомили про те, що вони активно співпрацюють із кафедрою та Гарантом освітньої програми. Так, за пропозицією заст. директора компанії "КраснеБрук" до ОП "Маркетинг" було включено обов'язкову ОК "Брендинг". Керівник відділу активних продажів та відділу аналітики і консолідованої інформації ТОВ "АДС Захід" пропонував виокремити ОК "Маркетинговий аналіз" та "Маркетинговий аудит" як окремі ОК, оскільки в попередній версії ОП вони були складовими частинами інших ОК. Дана пропозиція була розглянута робочою групою, та відповідні зміни було враховано в ОП 2024 р. До відкритої зустрічі долучився Перший заступник голови Жовтанецької сільської ради, який повідомив про те, що його пропозицією було започаткування викладання дисципліни пов'язаної із галузевим маркетингом, що було також викладено в рецензії до ОП. Дана рекомендація була враховано під час перегляду ОП та до переліку вибіркових ОК додано дисципліну "Маркетинг галузей". Д.е.н., професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» під час відкритої зустрічі зазначила, що ОП "Маркетинг" ЛНУП має позитивну динаміку розвитку. В рецензії до ОП "Маркетинг" вона зазначила, що пропонувала поглибити рівень підготовки з ОК "Маркетингові дослідження" та додати Навчальну практику з даної дисципліни. Ця пропозиція також була врахована в ОП.

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

Цілі ОП "Маркетинг" орієнтовані на підготовку фахівців, здатних працювати в умовах глобалізації економіки, що відповідає сучасним тенденціям ринку праці. Програмні результати навчання (ПРН) передбачають формування компетентностей у використанні цифрових інструментів, аналізі даних, маркетингових комунікаціях та управлінні персоналом. Це узгоджується із зростанням попиту на спеціалістів, які володіють інноваційними підходами до маркетингових завдань, про що свідчать дані з українських сайтів вакансій. При розробці ОП було проаналізовано тенденції розвитку спеціальності, зокрема використовувалися результати досліджень ринку праці, що включали аналіз вакансій на провідних рекрутингових платформах. Здобуті дані підтвердили високий попит на фахівців із маркетингу в регіональному та національному контекстах, із акцентом на цифрові компетенції. Галузевий контекст відображено в освітніх компонентах, які охоплюють дисципліни, пов'язані з маркетингом галузей, екологічним маркетингом і маркетингом послуг, зокрема "Брендинг і маркетинг територій", "Маркетинг галузей", "Маркетинг нерухомості", "Фінансовий маркетинг" тощо. Під час виконання практичних завдань і курсових робіт студенти досліджують галузеві аспекти маркетингу, що сприяє адаптації теоретичних знань до реальних умов ринку. Регіональний контекст має важливе значення для підготовки маркетологів, які зможуть ефективно працювати в умовах регіональних особливостей економіки Львівської області. Під час розробки ОП враховувалися потреби місцевого бізнесу та специфіка ринку регіону. Це відображено у ОК "Маркетинг послуг" та "Регіональний маркетинг". Практичні завдання і виробнича практика часто орієнтовані на вирішення задач місцевих підприємств. Також враховувався досвід провідних українських ЗВО, таких як НУ "Львівська політехніка," НУБіП, СНАУ. Із закордонних програм аналізувалися моделі навчання Економічного університету м. Варна (Болгарія), Університету Лазарського (Польща) та Вроцлавської Академії Бізнесу (Польща). За результатами порівняння програм було виявлено необхідність посилення цифрових компетенцій в ОП, що сприяло появі таких ОК як "Електронний бізнес", "Відеомаркетинг", "Інтернет-комунікації", "CRM-системи та управління взаємовідносинами з клієнтами". Також було запроваджено сучасні методики навчання, адаптовані до міжнародних стандартів. Крім того, було враховано необхідність регулярного оновлення змісту дисциплін відповідно до сучасних викликів ринку праці.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Позитивними практиками освітньої програми є можливість досягнення програмних результатів навчання відповідно до Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 "Маркетинг", відповідність стратегічним напрямкам розвитку ЛНУП, урахування думки зацікавлених сторін, в тому числі здобувачів вищої освіти, роботодавців, академічної спільноти; залучення здобувачів до перегляду освітньої програми. Мета освітньої програми та результати навчання враховують тенденції розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального аспекту. При перегляді освітньої програми враховується досвід аналогічних освітніх програм українських та закордонних закладів освіти. За підкритерієм 1.4 виявлено недолік, який суттєво не впливає на якість освітньої програми. Експертна група вважає, що за критерієм 1 освітня програма відповідає рівню В.

Недоліки

Недоліком освітньої програми є несистемний характер залучення здобувачів до обговорення цілей та програмних результатів освітньої програми.

Рекомендації

ЕГ рекомендує на регулярній основі залучати здобувачів до обговорення цілей та програмних результатів освітньої програми шляхом проведення регулярних опитувань, запрошення на засідання кафедри тощо.

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)

Загальний обсяг освітньої програми "Маркетинг" складає 240 кредитів ЄКТС, з яких на дисципліни обов'язкової підготовки відведено 75% (180 кредитів), на вибіркові - 25% (60 кредитів ЄКТС), що повністю відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» та Стандарту першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. Всі освітні компоненти обов'язкової підготовки поділяються на дисципліни загальної підготовки (60 кредитів ЄКТС), професійної підготовки (96 кредитів), практики (18 кредитів), атестацію (6 кредитів).

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

Зміст освітньої програми "Маркетинг" має структуру, яка забезпечує взаємопов'язаність освітніх компонентів та сприяє досягненню заявленої мети й програмних результатів навчання. Мета програми полягає у підготовці бакалаврів із необхідними знаннями, компетентностями та сучасним мисленням для ефективного вирішення завдань у сфері маркетингу в умовах глобалізації економіки. Освітня програма побудована на принципі поступовості: від базових дисциплін загальної підготовки, таких як "Економічна теорія (макро- та мікроекономіка)", "Історія України", "Правознавство та правове забезпечення" до професійно орієнтованих курсів ("Маркетинг", "Маркетингові дослідження", "Цифровий маркетинг" тощо). Практична складова представлена навчальними та виробничими практиками, які дозволяють здобувачам застосовувати теоретичні знання в реальних умовах. Такі ОК як "Управління маркетингом" і "Міжнародний маркетинг" інтегрують здобуті знання та сприяють можливості здобувачів працювати на стратегічному рівні. Структурно-логічна схема освітньої програми демонструє послідовність вивчення компонентів, що забезпечує узгодженість між базовими та спеціалізованими курсами. Всі освітні компоненти спрямовані на досягнення програмних результатів навчання, визначених в освітній програмі. Разом з тим, аналіз структури освітньої програми, проведений ЕГ, вказує на можливості її удосконалення для підвищення ефективності навчання. Зокрема, доцільним було б розглянути перенесення дисципліни "Маркетингова

цінова та товарна політика" з 7 та 8 семестрів на 3 та 4 семестри, оскільки дана дисципліна формує базові знання про управління товаром та ціноутворенням, які є основою для розуміння інших елементів маркетингової діяльності. Це дозволить здобувачам краще підготуватися до вивчення більш спеціалізованих курсів, таких як "Маркетингові дослідження" та "Управління розподілом і продажами." Освітню компоненту "Маркетингові дослідження" доцільно перенести з 3 семестру на 5 семестр або далі, щоб надати здобувачам більше часу для оволодіння основними поняттями маркетингу, поведінки споживачів і товарної політики, які є необхідною основою для ефективного використання методів дослідження. Також доцільним було б перенести вивчення дисципліни "Реклама в системі маркетингу" після завершення "Маркетингові комунікації", а не вивчати їх одночасно, оскільки "Маркетингові комунікації" дають цілісне уявлення про всі інструменти комунікацій, і це полегшує розуміння ролі реклами як окремого інструмента, а "Реклама в системі маркетингу" дозволяє поглибити знання в окремій частині комунікацій. Такий порядок сприятиме кращому засвоєнню матеріалу та послідовному формуванню компетентностей у здобувачів. ЕГ було виявлено розбіжності між ПРН для окремих дисциплін, вказаними в освітній програмі та силабусами. Зокрема, в силабусі ОК "Діловий протокол та етикет" зазначено можливість формування ПРН 12-18, а в ОП - 15, 17, 18.

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

Зміст освітньої програми "Маркетинг" відповідає предметній області спеціальності, враховуючи аналіз ринку праці, галузевий і регіональний контекст, а також сучасні вимоги до фахівців у цій сфері. Освітня програма охоплює ключові аспекти маркетингової діяльності, формуючи у студентів як базові знання, так і спеціалізовані компетентності. Освітні компоненти забезпечують освоєння всіх елементів маркетингового комплексу: "Управління розподілом та продажами", "Маркетингові комунікації", "Маркетингова цінова та товарна політика". ОК "Маркетингова торгівля" та "Маркетингова цінова та товарна політика," забезпечують набуття знань про життєвий цикл товару, асортиментну політику та стратегії управління продуктом. ОК "Маркетингові комунікації", "Реклама в системі маркетингу" та "Цифровий маркетинг" акцентують увагу на сучасних методах просування, рекламних стратегіях та цифрових інструментах, які є важливими у сучасному маркетингу. ОК "Маркетингові дослідження" і "Маркетинговий аналіз" формують у здобувачів навички збору, обробки та аналізу даних для прийняття обґрунтованих рішень. ОК "Управління маркетингом," "Маркетинговий аудит" та "Міжнародний маркетинг" готують здобувачів до розробки довгострокових стратегій та їх реалізації як на локальному, так і на глобальному рівнях. Освітня програма також акцентує увагу на аналізі ринку, маркетингових дослідженнях та використанні даних для прийняття обґрунтованих рішень, що відповідає вимогам сучасного ринку праці. ОК "Міжнародний маркетинг", "Міжнародна торгівля" формують у здобувачів здатність працювати в глобальному контексті та розробляти довгострокові стратегії розвитку. Порядок вивчення та взаємоузгодження освітніх компонент відображено у структурно-логічній схемі в освітній програмі. Зміст освітньої програми "Маркетинг" забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, що сприяють гармонійному розвитку здобувачів і їхній здатності орієнтуватися у суспільних процесах. Це досягається через інтеграцію до програми дисциплін, які розширюють знання про соціальні, економічні та культурні аспекти функціонування суспільства. Зокрема ОК "Поведінка споживачів" і "Маркетингові комунікації" дозволяють вивчити вплив соціальних факторів на поведінку аудиторії, аналізувати тенденції розвитку ринків і взаємозв'язок між економікою та споживчою активністю. Практичні завдання, курсові роботи та дослідження, які входять до структури освітньої програми, дозволяють здобувачам розвивати критичне мислення, здатність працювати з даними, ідентифікувати та оцінювати закономірності в розвитку ринків і суспільства загалом. Дисципліни, спрямовані на вивчення сучасних підходів до маркетингу, також інтегрують знання про глобалізаційні та регіональні зміни, що дозволяє здобувачам краще розуміти суспільні та економічні процеси.

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

Процес формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів у ЛНУП здійснюється відповідно до нормативних документів університету, зокрема: Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/4eJ76wos>), Положення про індивідуальні навчальні плани студентів (<https://cutt.ly/JeJ56ymF>), Положення про визначення академічної різниці та перезарахування результатів навчання (<https://cutt.ly/TeJ56WUw>), Положення про організацію інклюзивного навчання (<https://cutt.ly/HeJ56NGN>), Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній або інформальній освіті (<https://cutt.ly/ReJ6qfxD>), Положення про реалізацію права на академічну мобільність (<https://cutt.ly/LeJ6qn6E>). Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів забезпечується завдяки структурі та змісту освітньої програми, які передбачають індивідуальний вибір навчальних дисциплін. Здобувачі ОП мають можливість обирати 20 вибіркового ОК, по 3 кредити ЄКТС кожна. Вибіркові ОК загальної підготовки (15 кредитів ЄКТС) включають в тому числі 2 дисципліни по 3 кредити із загальноуніверситетського переліку. Вибіркові дисципліни професійної підготовки складають 45 кредитів ЄКТС. Вивчення вибіркового ОК починається з 2 семестру. Здобувачі мають можливість здійснити вибір ОК шляхом заповнення анкет, що розміщені на сайті кафедри. Силабуси та робочі програми дисциплін розміщені на сайті, у відкритому доступі, де здобувачі освіти мають можливість ознайомитися з тематикою та основними даними за дисциплінами для здійснення свідомого вибору. Опрацюванням анкет займається деканат інституту. Мінімальна кількість здобувачів в групі має становити не менше 10 осіб. На основі освітньої програми формується індивідуальний план здобувача, який включає обов'язкові та вибіркові компоненти, що відповідають його інтересам

та професійним цілям. Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів також формується через участь у програмах академічної мобільності дозволяє здобувачам тимчасово навчатися в інших закладах освіти, із подальшим визнанням та перезарахуванням результатів, а також дуальної освіти. На ОП "Маркетинг" таких прикладів не виявлено. Здобувачам надається право самостійно обирати завдання для виконання курсових робіт, базу для проходження виробничої практики та напрями наукових досліджень.

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

Практична підготовка здобувачів освітньої програми (ОП) у ЛНУП регулюється такими нормативними документами: Положення про організацію освітнього процесу ЛНУП (<https://cutt.ly/4eJ76wos>), Положення про проведення практики студентів ЛНУП (<https://cutt.ly/NeJ6r1Lm>), Положення про підготовку та видання методичної і навчальної літератури у ЛНУП (<https://cutt.ly/meJ6yyYi>). Для забезпечення практичної підготовки здобувачів ОП "Маркетинг" передбачено проходження навчальних практик з маркетингу, маркетингових досліджень та цифрового маркетингу загальним обсягом 12 кредитів ЄКТС, та виробничої практики обсягом 6 кредитів ЄКТС. Обидва види практики є обов'язковими компонентами освітньої програми і спрямовані на формування фахових компетентностей та досягнення результатів навчання, визначених у силабусах (<https://cutt.ly/zeJ6yKnH>).

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

Освітня програма "Маркетинг" передбачає формування у здобувачів вищої освіти необхідних соціальних навичок, які сприяють успішній інтеграції в професійне середовище та суспільство. ОК "Маркетингові комунікації" та "Реклама в системі маркетингу" формують здатність ефективно передавати інформацію, переконувати аудиторію та розробляти комунікаційні стратегії, що враховують соціальний контекст, що осприяє розвитку комунікативних компетентностей і взаємодії в команді. Вивчення ОК "Поведінка споживачів" та "Управління розподілом і продажами" дозволяють сформувати психологічні навички, які сприяють взаємодії з клієнтами, дозволяють аналізувати поведінкові моделі, розвивають навички переконання, ведення переговорів та вирішення конфліктів. Під час практичних занять здобувачам пропонується робота над бізнес-кейсами, які допомагають здобувачам розвивати здатність працювати в команді, брати на себе відповідальність за спільний результат, а також демонструвати лідерські якості. Дисципліни "Міжнародний маркетинг" і "Брендинг і маркетинг територій" орієнтовані на розвиток міжкультурної компетентності та здатності адаптуватися до різних соціальних контекстів. Це важливо для роботи у глобальному середовищі. Практичні завдання, курсові роботи й виробничі практики сприяють формуванню відповідального ставлення до своїх дій, розвитку етичного мислення та соціальної відповідальності.

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

Загальний обсяг програми становить 240 кредитів, які розподіляються між обов'язковими та вибірковими компонентами. Обсяг окремих ОК становить від 3 до 9, що відповідає законодавчим нормам. Освітня програма включає 25 % вибіркових дисциплін, обсяг яких відповідає законодавчо встановленому мінімуму. Це дозволяє здобувачам адаптувати навчальну траєкторію відповідно до їхніх професійних інтересів. Кількість аудиторних годин на 1 кредит ЄКТС відповідає Закону України "Про вищу освіту" (ст. 1, п. 14) і становить не менше визначених 10 годин на 1 кредит ЄКТС для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Навчальне навантаження здобувачів освітньої програми протягом одного навчального року становить 60 кредитів ЄКТС, що також відповідає нормам законодавства України. Тижневе навантаження здобувачів становить від 22 до 24 год., що відповідає п. 2.21 Положення "Про організацію освітнього процесу Львівського національного університету природокористування" із змінами згідно Наказу ректора № 172 від 17.06. 2024 р. (<https://cutt.ly/4eJ76wos>). Аудиторне навантаження за освітньою програмою становить 2734 год. (38 % від загального обсягу освітньої програми) та складається з лекційних занять 886 год. (32 %) та практичних - 1848 год. (68 %). ЕГ було встановлено, що здобувачі вважають обсяг аудиторних занять достатнім, проте доцільним було б проводити регулярний моніторинг думки здобувачів щодо їх фактичного навантаження. Кожен програмний результат навчання забезпечується вивченням кількох дисциплін, в сою чергу, кожна дисципліна, окрім ОК 10 Фізичне виховання та основи захисту України, спрямована на набуття кількох результатів навчання.

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

Структура освітньої програми "Маркетинг" та освітні компоненти, що її складають, забезпечують високу практикоорієнтованість, дозволяючи здобувачам вищої освіти ефективно застосовувати набуті знання й навички в реальних умовах професійної діяльності. Освітня програма передбачає три види навчальної практики: "З маркетингу", "З маркетингових досліджень" і "З цифрового маркетингу", а також виробничу практику. Ці компоненти спрямовані на вирішення прикладних завдань, пов'язаних із маркетинговою діяльністю, і допомагають здобувачам інтегрувати теоретичні знання з практикою. Виробнича практика проводиться у реальних бізнес-умовах, де здобувачі працюють із кейсами підприємств, набуваючи важливих професійних навичок. Практикоорієнтованість програми підкріплена тим, що 68% аудиторного навантаження становлять практичні заняття. Курсові роботи, інтегровані у навчальні дисципліни, такі як "Маркетинговий аналіз" та "Управління маркетингом," також сприяють застосуванню здобутих знань для вирішення реальних маркетингових завдань. До навчального процесу активно залучаються практикуючі маркетологи, які проводять тренінги, майстер-класи та відкриті лекції, надаючи студентам актуальні знання й досвід із першоджерел (<https://cutt.ly/2eJ5mFPz>). Запрошення роботодавців до обговорення змісту освітньої програми сприяє підвищенню її якості та відповідності сучасним умовам господарювання. У ЛНУП розроблено та діє Положення "Про дуальну форму здобуття вищої та фахової передвищої освіти" (<https://cutt.ly/UeJ5TP7r>), яке дозволяє інтегрувати елементи дуального навчання. Проте наразі за освітньою програмою "Маркетинг" здобувачів, які навчаються за дуальною формою, немає. Таким чином, освітня програма "Маркетинг" забезпечує збалансовану взаємодію теоретичної підготовки та практичної реалізації, сприяючи формуванню у здобувачів затребуваних професійних компетентностей.

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

Освітня програма "Маркетинг" спрямована на формування у здобувачів компетентностей, що відповідають глобальним цілям сталого розвитку до 2030 року, проголошеним резолюцією Генеральної Асамблеї ООН та визначеним Указом Президента України № 722 від 30 вересня 2019 року. Інтеграція принципів сталого розвитку до освітнього процесу реалізується через навчальні дисципліни, практичні завдання та проектну діяльність. Освітня програма підтримує досягнення таких цілей сталого розвитку як якісна освіта, що забезпечується використанням сучасних методів навчання, міждисциплінарного підходу та індивідуальних освітніх траєкторій. Ціль щодо гідної праці та економічного зростання реалізується через дисципліни "Управління маркетингом," "Міжнародний маркетинг" і "Брендинг і маркетинг територій", які формують у здобувачів компетентності у сфері економічного розвитку, підприємництва та інновацій. Відповідність розвитку інновації та інфраструктури підтримується завдяки вивченню дисципліни "Цифровий маркетинг", що готує здобувачів до впровадження сучасних технологій у бізнес-середовище. Відповідальне споживання та виробництво реалізується через дисципліни "Екологічний маркетинг" і "Соціально-етичний маркетинг", які формують екологічну свідомість і соціальну відповідальність.

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Позитивними практиками освітньої програми є: відповідність обсягу освітньої програми та окремих освітніх компонентів вимогам законодавства щодо навчального навантаження; можливість досягнення програмних результатів навчання; відповідність змісту ОП предметній області спеціальності 075 Маркетинг; наявність практичної складової, що сприяє формуванню компетентностей, необхідних для практичної діяльності; можливість формування соціальних навичок; відповідність глобальним цілям сталого розвитку. За підкритеріями 2.2 та 2.7 виявлено недоліки, які суттєво не впливають на якість освітньої програми. Експертна група вважає, що за критерієм 2 освітня програма відповідає рівню В.

Недоліки

Недоліками освітньої програми є: 1) недостатня логічність послідовності викладання деяких ОК, зокрема ОК "Маркетингова цінова та товарна політика" у 7 та 8 семестрах, ОК "Маркетингові дослідження" в 3 семестрі та одночасного викладання ОК "Маркетингові комунікації" та "Реклама в системі маркетингу"; 2) розбіжність програмних результатів навчання в силабусі ОК "Діловий протокол та етикет" та матриці відповідності ОК та ПРН в освітній програмі; 3) відсутність практики моніторингу фактичного навантаження здобувачів під час навчального процесу.

Рекомендації

Гаранту освітньої програми та робочій групі при перегляді ОП 2025 р. переглянути порядок викладання основних обов'язкових компонентів; при наступному затвердженні робочих програм та силабусів привести у відповідність

ПРН, визначені в них до освітньої програми; починаючи з весняного семестру 2024/2025 н.р. започаткувати моніторинг фактичного навантаження здобувачів шляхом проведення опитувань на регулярній основі.

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 для здобуття 1 рівня вищої освіти (бакалавр) у Львівському національному університеті природокористування в 2024 році є опублікованими на сайті університету у розділі Вступнику - Правила прийому (<https://cutt.ly/neKwaMCo>). Вони формуються відповідно наказу Міністерства освіти і науки України "Про затвердження Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2024 році" (<https://cutt.ly/weKwslY>). У правилах прийому на навчання для здобуття вищої освіти у Львівському національному університеті природокористування чітко сформований порядок прийому на навчання, джерела фінансування, обсяг державного замовлення строки подачі заяв, конкурсний відбір тощо. Експертна група під час візиту підтвердила відповідність цьому підкритерію через інформацію, надану відповідальним секретарем приймальної комісії Львівського національного університету природокористування. Також експертну групу було проінформовано про процедуру затвердження змін до правил прийому на новий навчальний рік. Відповідальним секретарем приймальної комісії було повідомлено, що затвердження нових правил прийому на новий навчальний рік відбувається Вченою радою Львівського національного університету природокористування, відповідна інформація чітко зафіксована відносно нормативного документа ЗВО, а саме Положенням про Приймальну комісію Львівського національного університету природокористування (<https://cutt.ly/KeKwhhdK>), розділ І. Правила прийому є чіткими, зрозумілими та доступними для майбутніх вступників.

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

У Правилах прийому на навчання для здобуття вищої освіти у Львівському національному університеті природокористування чітко зафіксовані умови прийому на навчання (розділ ІІ); джерела фінансування здобуття вищої освіти (розділ ІІІ); обсяги прийому та обсяги державного замовлення (розділ ІV); строки реєстрації заяв вступників, строки конкурсного відбору, строки зарахування на навчання (розділ V) тощо. Вся відповідна інформація щодо вступу та вступної компанії оновлюється кожен рік, формується оновленими правилами прийому та затверджується рішенням Вченої ради Львівського університету природокористування, відповідно до нормативних документів, а саме визначеним порядком у Положенні про Приймальну комісію Львівського національного університету природокористування (<https://cutt.ly/KeKwhhdK>). У відповідних документах чітко вказано порядок дій для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра на основі ПЗСО та РНК5, порядок реєстрації заяв для участі у вступних випробуваннях та конкурсному відборі на навчання для здобуття освіти. Зміст відповідних документів вказаних правилами прийому на навчання для здобуття першого рівня (бакалаврського) рівня вищої освіти враховують особливості особливості ОП.

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

Відповідно до Положення про порядок визначення академічної різниці та перезарахування результатів навчання (навчальних дисциплін) у Львівському національному університеті природокористування є сформована процедура перезарахування результатів навчання за іншими освітніми програмами (<https://cutt.ly/deKdhKM6>). Основними етапами є: 1) складання заяви здобувача на підставі академічної довідки або додатка до документа про вищу освіту; 2) перезарахування результатів відбувається рішенням декана факультета; 3) одноосібне рішення декана про перезарахування навчальних дисциплін (за окремими умовами)/формується експертна комісія, у випадку відповідних підстав або відмові декана у одноосібному перезарахуванні; 4) вивчення представлених документів та перезарахування навчальних дисциплін зі збереженням позитивної оцінки здобувача; 5) претендент на перезарахування має право відмовитися від перезарахування дисципліни, після чого ця дисципліна буде складена як академічна різниця або здобувач буде направлений на повторне вивчення. Експертній групі було наведено приклади перезарахування результатів навчання при зарахуванні здобувачів на перший рівень (бакалаврський)

вищої освіти на базі освітньо-кваліфікаційного рівня "Фаховий молодший бакалавр" на 3 курс, за декількома роками. Але як і під час аналізу документів відомостей самооцінювання, так і виїзній експертизі, експертній групі не було продемонстровано випадків перезарахування результатів навчання за програмами академічних мобільностей, що свідчить про відсутність такої практики серед здобувачів.

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

Відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті у Львівському національному університеті природокористування є чітко сформована процедура перезарахування результатів навчання за неформальну та/або інформальну освіту (<https://cutt.ly/UEKdb73d>), вона має такий вигляд: 1) здобувач подає заяву на ім'я декана факультета, підкріплюючи всі відповідні документи, що підтверджують участь здобувача у заході неформальної та/або інформальної освіти, у визначений термін; 2) формується декларація про попереднє навчання здобувача; 3) за розпорядженням декана формується комісія, що розглядає відповідну заяву та подані документи; 4) здобувач, що заявив на перезарахування результатів навчання за неформальною та/або інформальною освітою, має право оскаржити рішення комісії у визначений термін та має право подати повторно на розгляд фахової комісії заяву на визнання результатів навчання за неформальною та/або інформальною освітою. Ця відповідна процедура гарантує дотримання відповідних положень та правил перезарахування результатів навчання за неформальною та/або інформальною освітою у повному обсязі. Здобувачі освітньої програми ознайомлюються та інформуються щодо правил та можливості перезарахування результатів навчання за неформальною та/або інформальною освітою через ресурси Prometheus, EdEra та інші. Відповідних звернень до гаранта ОП, науково-педагогічних працівників та декана факультету Міжнародних економічних відносин та маркетингу від здобувачів цієї освітньої програми не відбувалося. Це підтвердили самі представники університету, в тому числі і самі здобувачі на зустрічі з експертною групою зазначили про розуміння та інформування їх про процедури перезарахування результатів навчання неформальною та/або інформальною освітою, але випадків перезарахування таких результатів навчання не відбувалося.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Підкритерій 1 - відповідність повна. Правила прийому на навчання мають чітко та зрозуміло сформований порядок, не мають дискримінаційних положень, є висвітлені на офіційному веб-сайті ЗВО. Підкритерій 2 - відповідність повна. Правила прийому на навчання повністю враховують особливості самої освітньої програми. Підкритерій 3 - відповідність повна. В університеті є чітко сформований порядок перезарахування результатів навчання за іншими освітніми програмами, також були представлені приклади таких перезарахувань у відомостях самооцінювання та підтвержені на зустрічі з гарантом. Підкритерій 4 - відповідність повна. В університеті є чітко сформований порядок перезарахування результатів навчання за неформальною та/або інформальною освітою, він ніяк не суперечить законодавству та доступний для всіх здобувачів, але випадків перезарахування не відбувалося. Позитивними практиками ОП "Маркетинг" є: чіткість, конкретність, зрозумілість та актуальність Правил прийому на навчання; прозорість та публічність процесу зарахування на навчання та вступної компанії; інформування здобувачів про можливості перезарахування результатів неформальної та/або інформальної освіти.

Недоліки

До недоліків ОП "Маркетинг" можна віднести: відсутність прикладів перезарахування результатів навчання по програмах академічної мобільності здобувачів; відсутність прикладів перезарахування результатів навчання за неформальною та/або інформальною освітою.

Рекомендації

Експертна група рекомендує до початку нового навчального семестру розробити план заходів спрямований на поширення програм академічної мобільності здобувачів. Також рекомендуємо при розробці силбусів на новий навчальний рік включити список рекомендованих курсів та ресурсів для навчання здобувачів у неформальній та/або інформальній освіті.

Рівень відповідності Критерію 3.

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 здійснюється очною та заочною формою навчання згідно Положенню про організацію освітнього процесу у ЛНУП (<http://surl.li/iwjsn>). Застосовані методи навчання відображені в робочих програмах ОК (<http://surl.li/jyghwd>), де зазначено, що основними видами навчальних занять є: лекція, лабораторні, практичні, семінарські, індивідуальні заняття. Проведений ЕГ аналіз робочих програм та силабусів ОК, надав можливості визначити, що відповідно до принципів академічної свободи НПП самостійно визначають зміст ОК, методику викладання лекцій, проведення практичних чи семінарських занять, самостійно обирають навчальні матеріали. Також в освітньому процесі використовується віртуальне навчальне середовище Moodle (<https://moodle.lnup.edu.ua>), що надає можливості здобувачам ознайомитися з силабусами, робочими програмами, опрацювати розташовані в віртуальному середовищі матеріали в зручний для них час. Згідно Положенню про організацію освітнього процесу у ЛНУП (<http://surl.li/iwjsn>) існують загальні вимоги до оформлення та наповнення НМЗ освітнього процесу, проте допускаються зміни з урахуванням особливостей ОК та врахування сучасних тенденцій, що відповідає принципу академічної свободи НПП - що було підтверджено на зустрічах з групою забезпечення, викладацьким складом, керівництвом ЛНУП. Студентоцентрований підхід реалізується через залучення здобувачів до обговорення перегляду та оновлення проекту ОП (протоколи кафедри № 18 від 29.03.24 р.), що було підтверджено на зустрічі здобувачами. Також, згідно Положенню про порядок навчання за індивідуальним графіком студентів ЛНУП (<http://surl.li/pkrumi>) здобувачі ОП "Маркетинг" навчаються за індивідуальними навчальними планами, які розробляються згідно ОП та навчального плану і складаються з переліку обов'язкових та вибіркового (не менше ніж 25% ЄКТС) ОК. Здобувачі ОП можуть вільно обрати базу та напрямок досліджень в ОК. Для оцінки задоволеності ОП та якістю навчання відповідно до внутрішнього Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<http://surl.li/dbgzvx>) проводяться опитування здобувачів, отримані результати враховуються при оновленні ОП. Результати опитування за 2024 р свідчать, що здобувачі в цілому задоволені якістю освітніх послуг в ЛНУП (<http://surl.li/porbo>). Зустріч зі студентами, представниками студентського самоврядування, адміністрацією, гарантом- показала, що між учасниками освітнього процесу існує тісна взаємодія, що засвідчує відповідність принципам академічної свободи.

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)

Інформація щодо організації та змісту освітнього процесу висвітлена в відкритому доступі на офіційному веб-сайті ЛНУП (<http://surl.li/dpymw>), а також у віртуальному навчальному середовищі Moodle (<https://moodle.lnup.edu.ua>), до якої мають доступ викладачі, відповідно до навантаження в семестрі, та здобувачі, відповідно індивідуального плану, за окремим логіном та паролем. На зустрічі зі здобувачами, було підтверджено, що на першому занятті вони отримують інформацію щодо очікуваних результатів навчання, порядок та критерії оцінювання у межах окремої ОК. У відкритому доступі силабуси до обов'язкових ОК (<http://surl.li/xehjya>) та вибіркового ОК (<http://surl.li/hilrbc>), на відміну від переважної більшості РП, які відсутні як на офіційному сайті, так і в віртуальному навчальному середовищі Moodle. Зі слів проректора з навчально-виховної роботи, навчально-методичні матеріали ОК оновлюються у відповідності до потреб учасників освітнього процесу. Аналіз ЕГ силабусів показав, що в ОК Навчальна практика з маркетингових досліджень (<http://surl.li/cspgsx>) має різні назви: навчальна практика, навчально-педагогічна, практика "Маркетинг". На зустрічі з викладачами було з'ясовано розбіжність і визначено технічну помилку викладача. Також ЕГ виявлено не відповідність ПРН силабусів ОК оз Діловий протокол та етикет (ПРН-12-18) із ПРН, зазначеними в ОП 2024 р.(ПРН15,ПРН17,ПРН18), що було пояснено викладачем на відкритій зустрічі з НПП, що всі прерлічені викладачем ПРН краще відповідають програмним результатам ОК оз Діловий протокол та етикет, із чим ЕГ погодилися. В надісланих до національного агенства документах акредитаційної справи, зокрема силабусу з ОК Поведінка споживачів, ЕГ було виявлено невідповідність наповнення зазначеної ОК з силабусом, і розташованим у віртуальному навчальному середовищі Moodle (<https://moodle.lnup.edu.ua>), що було пояснено викладачем як технічна помилка. Зазначені розбіжності суттєво не впливають на досягнення цілей та критеріїв оцінювання ОК.

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

Під час зустрічей зі здобувачами було підтверджено поєднання навчання та позанавчальної діяльності на ОП. Так, здобувачі є постійними учасниками конкурсів наукових робіт, які проводяться у межах кафедри та ЛНУП (<https://cutt.ly/ReJS8Llw>). На кафедрі міжнародних економічних відносин та маркетингу діє студентський науковий гурток "ПРОмаркетинг", в межах якого проводиться не тільки науково-дослідна робота, а й тренінги з залученням

стейкхолдерів (<http://surl.li/znlif>). Здобувачі ОП є учасниками наукових конференцій, які проводяться в ЛНУП (<https://cutt.ly/MeJSZbTg>; <https://cutt.ly/aeJSZNI2>). В межах окремої ОК викладачі ОП проводять спільні наукові дослідження, результати яких публікують в матеріалах конференцій. На замовлення ТОВ "АДС Захід" здобувачі приймали участь у дослідженні їх клієнтів, де безпосередньо проводили опитування. Це підтверджує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП. На відеозустрічах зі здобувачами, стейкхолдерами, в новинах на офіційних сторінках ЛНУП - підтверджено проходження відкритих лекцій та практичних занять на підприємствах - базах виробничої практики, а саме: ТОВ "Краснебрук", ТОВ "АДС Захід".

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

На основі норм "Положення про формування, затвердження та оновлення освітніх програм в ЛНУП" (<http://surl.li/porhq>) оновлення змістовності ОК відбувається щорічно на основі поєднання різних форм організаційно-методичної та наукової діяльності НПП: участі НПП ОП у міжнародних, всеукраїнських, факультетських науково-практичних конференціях, публікаціях статей у фахових вітчизняних та зарубіжних виданнях, дисертаційних дослідженнях, стажуванні та підвищення кваліфікації, досвіді власної практичної діяльності - що підтверджують профілі НПП на офіційному сайті ЛНУП (<http://surl.li/xmrfxp>). На основі сучасних практик, з використанням інформаційних ресурсів (<https://decentralization.ua/>; <https://gromada.org.ua/>) доповнюється зміст ОК "Брендинг і маркетинг територій", що є науковим інтересом НПП кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу. ЕГ було визначено, що в ОП Маркетинг 2024 року скоротилася до 2 кількості курсових робіт у порівнянні з попередніми роками (ОП 2021 р.-5 (<http://surl.li/fxmzg>); ОП 2022 р.-5 (<http://surl.li/fxmzgo>)), на що було надано обґрунтоване пояснення Гарантом щодо доцільності такого скорочення. А саме, що у 2023 р на Вченій Раді університету було рекомендовано на всіх освітніх програмах скоротити кількість курсового проектування. Курсова робота на початкових курсах, буде дослідницькою, а на 4 курсі - курсова робота буде серйозним власним напрацюванням і матиме комплексний наскрізний характер.

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

Інтернаціоналізацію діяльності ЗВО здійснюють відповідно до Стратегії інтерналізації ЛНУП від 30.11.2018, протокол №3 (<https://cutt.ly/ReJDwNWl>), відповідно до укладених угод про науково-технічне співробітництво; забезпечення академічної мобільності тощо з закордонними освітньо-науковими установами. Згідно представленим ЕГ додатковим документам за запитом, ЛНУП и укладено угоди про науково-технічне співробітництво; забезпечення академічної мобільності, стажувань викладачів; проходження практик студентів за кордоном; участі у міжнародних проєктах/програмах, конференціях, семінарах з Старопольською Академією Прикладних Наук в м. Кельце, Жешувським техніко-економічним університетом, Університетом природничих наук у Вроцлаві; Університетом природничий в Любліні, Краківська Рільнича Академія. Університет є учасником програми академічної мобільності та ERASMUS+. Інформацію звіту самооцінювання, що: "у 2024 році студенти спеціальності "Маркетинг" С. Попович та Д.Денчук взяли участь у міжнародному проєкті UniClaD "Підвищення спроможності університетів ініціювати та брали участь у розвитку кластерів на принципах інноваційності та сталості» за програмою ЄС ERASMUS+" - підтверджено (<https://cutt.ly/EeJDobot>). Також проходження мовної практики студенткою в Німеччині підтверджено на зустрічі зі студентами.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Позитивною стороною освітньої програми є: застосовані на ОП Маркетинг форми і методи викладання, які відповідають принципам студентоцентрованого навчання та академічної свободи. На першому занятті здобувачів ознайомлюють з цілями, змістом, програмними результатами навчання та критеріями оцінювання. Навчання ЛНУП та за ОП Маркетинг надає, можливість для здобувачів вільно формувати власну освітню траєкторію. Врахування принципів академічної свободи для науково-педагогічних працівників надає можливість самостійно визначати зміст ОК, методику викладання лекцій, проведення практичних чи семінарських занять, самостійно обирати навчальні матеріали.

Недоліки

Недоліками освітньої програми є: 1. Технічні помилки в силабусах ОК, що знижує рівень зрозумілості інформації для здобувачів; 2. Участь здобувачів у науково-дослідних заходах переважно у межах кафедри та ЛНУП; 3. Недостатня наповненість віртуального навчального простору необхідними для опанування матеріалами, що знижує рівень доступу до навчального матеріалу, необхідного здобувачам для опанування дисциплін та досягнення програмних результатів навчання.

Рекомендації

1. Через відсутність значної кількості РП ОК у вільному доступі та виявлених ЕГ технічних помилок в силабусах, ЕГ, з метою підвищення рівня доступності та зрозумілості інформації про ОП для учасників освітнього процесу, рекомендує кафедрі міжнародних економічних відносин та маркетингу, до початку наступного 2025/2026 н.р. переглянути силабуси, розробити відсутні РП ОК та надати їх у вільний доступ. 2. З метою посилення досліджень під час реалізації ОП та цілей ОП, а також для розширення інтернаціоналізації діяльності, ЕГ рекомендує кафедри допомагати, заохочувати та сприяти здобувачів ОП Маркетинг приймати участь у науково-дослідницьких заходах (конференціях, круглих столах, всеукраїнських та міжнародних конкурсах наукових робіт тощо) за межами ЛНУП, починаючи залучати здобувачів з 1 курсу протягом навчання їх на бакалаврському рівні. 3. З метою підвищення залученості до навчального процесу та забезпечення більш якісного засвоєння навчального матеріалу здобувачами, ЕГ рекомендує кафедрі міжнародних економічних відносин та маркетингу, наповнити віртуальний навчальний простір, зокрема, презентаціями, електронними посібниками, відеоконтентом на наступний 2025/2026 н.р.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

Форми контрольних заходів та критеріїв оцінювання ЗВО визначаються згідно Положенню про організацію освітнього процесу у ЛНУП (<http://surl.li/wsnavn>), Положенню про критерії оцінювання знань та вмінь студентів ЛНУП (<http://surl.li/conroh>), Положенню про електронний журнал обліку академічної успішності та відвідування занять здобувачами вищої освіти у ЛНУП (<http://surl.li/klrxos>). На зустрічі зі здобувачами ЕГ було з'ясовано, що форми контрольних заходів та критерії оцінювання є для них зрозумілими, чіткими з своєчасним попередженням про терміни здачі, що на основі контрольних заходів формується рейтинг успішності на прикінці кожного семестру, що відображено на офіційному веб-сайті ЛНУП (<http://surl.li/cwzpvvt>). Викладачі на першому занятті визначають види та форми контролю (поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль, форми: екзамен, залік), відповідно до системи оцінювання рівня знань в університеті та особливостей ОК. Проміжні контролю здійснюються згідно графіку навчального процесу (<http://surl.li/joqouyr>), які розташовано на офіційному веб-сайті ЛНУП (<http://surl.li/cwzpvvt>) і охоплюють усі дисципліни, які викладалися впродовж семестру. Відповідно до Положення ЛНУП (<http://surl.li/klrxos>) контроль досягнення програмних результатів, пропущені заняття та атестаційні оцінки - відображаються у відомостях електронного журналу. На відкритій зустрічі з викладачами та здобувачами, було підтверджено, що доступ до електронного журналу мають викладачі, які викладають ОК згідно навантаження, здобувачі, які опанують ОК відповідно до індивідуального плану, співробітники деканату. Під час відеозустрічі провідною викладачкою кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу на прикладі викладаємої нею ОК було продемонстровано та пояснено ЕГ, як відбувається процес оцінювання контрольних заходів із застосуванням критеріїв оцінювання відповідно до розподілу балів в РП, які можуть бути одержані ЗВО ОП за темами занять, та згідно до Положення ЛНУП (<http://surl.li/conroh>). При аналізі ОП Маркетинг ЕГ було виявлено, що в ОК 31 Навчальна практика з маркетингу; ОК 32 Навчальна практика з маркетингових досліджень; ОК33 Навчальна практика з цифрового маркетингу та ОК 34 Виробнича практика - формою підсумкового контролю є Захист, що суперечить кредитно-модульній системі. Згідно п.2. Види контролю та критерії оцінювання знань Положення про критерії оцінювання знань та вмінь студентів ЛНУП (<http://surl.li/conroh>), зазначено, що практики, як і інші контрольні заходи, оцінюються за національною (чотирибальною) шкалою і 100-бальною системою. Аналіз звітів з виробничої практики, згідно запиту ЕГ, показав, що вони оцінені за 100 бальною шкалою, проте НПП повідомили, що до залікової відомості виставляється оцінка без зазначення балів ("зараховано" (від 60 балів) або "незараховано").

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

Відповідно до Стандарту ВО України за спеціальністю "Маркетинг" для першого (бакалаврського) рівня, затвердженого 05.12.2018 р. (<http://surl.li/negjhn>), формою атестації здобувачів ОП "Маркетинг" є: форма публічного захисту кваліфікаційної роботи або атестаційний екзамен. Регламентується форма атестації здобувачів в ЛНУП Положенням Про організацію освітнього процесу в ЛНУП (<http://surl.li/usctjr>) та Положенням Про порядок

створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії для атестації здобувачів вищої освіти у ЛНУП-2022 (<http://surl.li/xwfaxm>). ЕГ у звіті самооцінювання ОП було виявлено розбіжності в підкритеріях 2 і 3, а саме: в підкритерії 2 було зазначено, що: "Підсумкову атестацію здійснюють у формі захисту дипломної роботи", а в підкритерії 3 - що: "У ЛНУП передбачено атестацію здобувачів за ОП "Маркетинг" у формі атестаційного екзамену". На зустрічі з гарантом та адміністрацією ЛНУП, ЕГ було уточнено, що атестація здобувачів за ОП Маркетинг в ЛНУП здійснюється в формі атестаційного екзамену. Також це відображено в графіку навчально процесу на офіційному веб-сайті ЛНУП (<http://surl.li/euvjwm>). У відомостях про самооцінювання зазначено, що, атестаційний екзамен, розроблений випусковою кафедрою міжнародних економічних відносин та маркетингу, "проводиться як комплексна перевірка знань студентів з низки дисциплін, передбачених навчальним планом...Екзаменаційна комісія перевіряє науково-теоретичну та практичну підготовку випускників...". ЕГ при перегляді екзаменаційного білету Атестаційного екзамену, який надіслав гарант ОП Маркетинг на запит ЕГ, визначено, що питання в екзаменаційному білеті Атестаційного екзамену стосуються тільки теоретичної частини.

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 за ОП "Маркетинг" визначено в Положенні Про організацію освітнього процесу в ЛНУП (<http://surl.li/usctjr>), яке оприлюднено на офіційному веб-сайті у розділі Інформація про університет (<http://surl.li/zxzpei>). Порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження в ЛНУП регламентується Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЛНУП (<http://surl.li/szoktd>) та Положенні про «Розгляд звернень студентів ЛНУП» (<http://surl.li/yowsfm>), які ґрунтуються на Законі України "Про запобігання корупції" (<http://surl.li/jwchbz>). При аналізі відомостей з самооцінювання ОП Маркетинг, ЕГ було виявлено неточність, яка потребувала уточнень гаранта та авторів ВСО. А саме: в підкритерії 5. зазначено, що: "Здобувачів другого рівня вищої освіти ОПП ознайомлюють на початку семестру з загальними особливостями проведення контрольних заходів, а більш детально на першому занятті з окремих ОК – викладачі". На відеозустрічі з зазначеними особами ЕГ було з'ясовано, що з особливостями проведення контрольних заходів, ознайомлюють не тільки здобувачів другого рівня освіти, а й першого рівня ОП Маркетинг. На зустрічі з адміністрацією ЗВО, здобувачами ЕГ встановило, що здобувачі інформуються про регламент повторної здачі контрольних заходів та процедурою оскарження результатів на виховних годинах, викладачами ОК наприкінці семестру. Хронологія та тривалість всіх етапів освітнього процесу, зокрема процедури оцінювання, регулюється графіком навчального процесу, який затверджується наказом ректора, і розташований на офіційному веб сайті університету у розділі Студенту (<http://surl.li/xecfyg>) та віртуальному навчальному середовищі MOODLE (<https://moodle.lnup.edu.ua>). На відеозустрічі зі здобувачами, здобувачка з курсу навчання, пояснила процедуру ознайомлення проведення контрольних заходів на ОП Маркетинг. Здобувач 4 курсу навчання за ОП, пояснив процедуру повторної перездачи контрольних заходів. Також здобувач 3 курсу навчання, підтвердив наведену інформацію в відомостях самооцінювання щодо можливості у разі виникнення суперечок щодо об'єктивності екзаменаторів, звернутися з письмовою заявою на ім'я декана факультету. Здобувач 4 курсу також зазначив, що в університеті є особа, яка займається розглядом конфліктних ситуацій, проте прізвище не пригадав, оскільки не мав і не чув про конфліктні випадки та оскарження результатів контрольних заходів.

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

ЕГ встановила, що політика і процедури дотримання академічної доброчесності визначені у ЛНУП є чіткими та зрозумілими, з ними ознайомлені всі учасники освітнього процесу, й послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації ОП, що підтвердилося на зустрічах з НПП, здобувачами освіти та представниками студентського самоврядування. Процедура дотримання академічної доброчесності в ЛНУП регламентується Положенням про академічну доброчесність у ЛНУП (<http://surl.li/zxdghw>), Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у ЛНУП (<http://surl.li/uputxv>), Положенням про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у ЛНУП за допомогою антиплагіатної інтернет системи (програмнообчислювального комплексу) StrikePlagiarism (<http://surl.li/fnnujo>). В університеті діє Комісія з питань академічної доброчесності. При аналізі наповнення силабусів та РП ОП, ЕГ було підтверджено, що деякі ОК мають теми з детальним розглядом питань академічної доброчесності, зокрема ОК3 Діловий протокол та етикет (тема 8. Доброчесність як прояв ділової етики) та ОК4 Правознавство та правове забезпечення (Тема 13. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти, Тема 14. Запобігання плагіату та інших видів академічної недоброчесності у науководослідній роботі студентів), що також було підтверджено здобувачами на зустрічі. Також здобувачами підтверджено, що на виховних годинах наставники академічних груп приділяють значну увагу дотриманням вимог академічної доброчесності. Випускова кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу має відповідального, який перевіряє дослідницькі роботи здобувачів та науково-дослідницькі праці викладачів, згідно Положенню про перевірку курсових робіт (проектів) та інших навчальних, науково-методичних

робіт на академічний плагіат у ЛНУП (<http://surl.li/zwpcgw>), як із застосуванням загальнодоступних сервісів, так і ліцензованого програмного забезпечення сервісу Strikeplagiarism від компанії ТзОВ «ПЛАГІАТ» (StrikePlagiarism або Plagiat.lviv.ua) (<http://surl.li/fnnyjo>), з якою університет має договір. Відповідно до Положень ЛНУП має процедуру виявлення та реагування та встановлення відповідальності за порушення академічної доброчесності відповідно до обставин для кожної конкретної ситуації. ЗВО проводить заходи з популяризації академічної доброчесності (<http://surl.li/kihhsz>). На зустрічі зі здобувачами ЕГ було визначено, що незважаючи на нормативи ЛНУП та зусилля НПП, здобувачи не пригадали допустимі відсотки плагіату в текстах науково-дослідних роботах здобувачів. Учасниками зустрічей було зазначено, що на ОП "Маркетинг" випадків порушення академічної доброчесності не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Позитивними практиками освітньої програми є: 1. Форми контрольних заходів регулюються внутрішніми положеннями ЛНУП, що забезпечує чіткість і зрозумілість процедури здійснення контролю усім учасникам освітнього процесу. 2. Академічну доброчесність забезпечують дотримання Кодексу академічної доброчесності, використання електронних ресурсів виявлення та запобігання академічного плагіату. Освітня програма повною мірою відповідає вимогам підкритеріїв 5.3 та 5.4 та має чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для всіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, а також у ЗВО визначено чіткі та зрозумілі політику і процедури дотримання академічної доброчесності. За підкритеріями 5.1 та 5.2 виявлено недоліки, які суттєво не впливають на якість освітньої програми. ЕГ вважає, що за критерієм 5 освітня програма відповідає рівню В.

Недоліки

Недоліками освітньої програми є: 1. Екзаменаційні білети Атестаційного екзамену вміщують питання тільки теоретичного спрямування. 3. При виставленні оцінки з різних видів практик (ОК31, ОК32, ОК33, ОК34). Позитивними практиками освітньої програми є: 1. Форми контрольних заходів регулюються внутрішніми положеннями ЛНУП, що забезпечує чіткість і зрозумілість процедури здійснення контролю усім учасникам освітнього процесу. 2. Академічну доброчесність забезпечують дотримання Кодексу академічної доброчесності, використання електронних ресурсів виявлення та запобігання академічного плагіату " залікової відомості не зазначається фактична кількість балів. 4. Недостатня обізнаність здобувачів щодо певних важливих питань академічної доброчесності, а саме: не знання допустимих відсотків плагіату в науково-дослідних роботах.

Рекомендації

З метою покращення практичного застосування теоретичних знань ЕГ рекомендує кафедрі міжнародних економічних відносин та маркетингу до проведення атестаційного екзамену переглянути білети та додати в Атестаційний екзамен частину практичного спрямування у вигляді комплексної задачі, кейсів, ситуації з розрахунками на прикладах підприємств галузевого призначення. З метою чіткого й зрозумілого вимірювання результатів навчання здобувачів ЕГ рекомендує переглянути види контролю та критерії оцінювання з ОК31, ОК32, ОК33, ОК34 до наступного перегляду ОП Маркетинг та внести відповідні зміни щодо їх форми підсумкового контролю. З метою запобігання порушень академічного плагіату, Гаранту та НПП при написанні науково-дослідних робіт зі здобувачами особливо наголошувати на питанні вимог академічного плагіату.

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

Експертна група проаналізувала інформацію щодо професійної кваліфікації НПП, які беруть участь у реалізації освітньої програми "Маркетинг", зокрема дані табл. 2 Відомостей про самооцінювання, додаткову інформацію, надану Гарантом освітньої програми на запит ЕГ, профілі у наукових базах тощо, та дійшла висновку, що в

основному НПП мають відповідний рівень кваліфікації та професійного досвіду, що забезпечує якісне викладання освітніх компонентів (ОК) у відповідності до чинного законодавства, зокрема пунктів 37 і 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. У реалізації обов'язкової частини освітньої програми задіяно 18 викладачів, які представляють як профільну кафедру, так і інші кафедри університету, в тому числі 16 з науковими ступенями, серед яких 1 особа з науковим ступенем доктора наук. Разом з тим, НПП відповідальні за викладання ОК7 Інформаційні системи та ОК8 Статистика, на думку членів експертної групи мають недостатній рівень відповідності за п.37 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Кваліфікація викладачів профільної кафедри підтверджується участю у наукових дослідженнях, публікаціями у фахових виданнях, зокрема тих, що індексуються базами Scopus і Web of Science. Вони регулярно проходять тренінги, стажування і підвищення кваліфікації, що відображено в їхніх профілях на офіційному сайті університету. Окрім того, Брух О.О. є експертом Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти у галузі "Маркетинг", а Линдюк А.О. та Брух О.О. є експертами Державної служби якості освіти. У період 2019–2024 років НПП кафедри виконували науково-дослідні роботи на замовлення різних організацій, серед яких аналіз ринку дизайну інтер'єрів для ТзОВ «АДС ЗАХІД», дослідження ресурсного потенціалу об'єднаних територіальних громад, а також аналіз ринку будівельних послуг для ПАТ «Івано-Франківськцемент». На замовлення готельно-курортного комплексу «Карпати» було проведено дослідження соціально-економічного розвитку Трускавецької громади. Викладачі кафедри мають активну громадську позицію: зокрема, Хірівський Р.П. і Брух О.О. є засновниками ГО "Європейська Альтернатива", а Линдюк А.О., Брух О.О., Когут М., Гаврилюк І. і Томашевський Ю.М. є членами ГО "Українська асоціація маркетингу". Крім того, Томашевський Ю.М. є членом ГО "Об'єднання маркетологів України". Деякі НПП мають додаткові кваліфікації: Гаврилюк І.І. отримала сертифікат володіння англійською мовою рівня B2, а Когут М.В. має кваліфікацію викладача англійської мови та літератури. Практичний досвід викладачів, зокрема Линдюка А.О. як керівника відділу освіти, культури, молоді та спорту, Хірівського Р.П. як експерта з мікрокредитування у Приватбанку, та Брух О.О. як керівника проєктів УКУ, дає змогу ефективно поєднувати теоретичну базу з практичними знаннями у викладанні окремих компонентів програми. Когут М. і Гаврилюк І. також поєднують викладацьку діяльність із підприємництвом, що сприяє передачі студентам актуального практичного досвіду.

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

Процедури проведення конкурсного відбору викладачів у ЛНУП регламентовано Положенням Про проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП та укладання з ними трудових договорів (контрактів), затв. Наказом ректора ЛНУП № 43 від 23.02.2022 р. (<https://cutt.ly/ieKpyDx7>). Згідно даного Положення конкурс оголошується наказом ректора, заяви та документи для участі у конкурсі приймаються протягом 30 календарних днів з дня оприлюднення оголошення. Конкурс проводиться протягом двох місяців після завершення періоду прийняття заяв претендентів. Претенденти на вакантні посади професорів, доцентів, старших викладачів, викладачів та асистентів проходять конкурсний відбір за спрощеною процедурою, без розгляду їх кандидатур на засіданні Вченої ради. Перед цим кандидатури на посади старших викладачів, викладачів та асистентів обговорюються на засіданні відповідної кафедри. Під час онлайн зустрічі, керівниця відділу кадрів повідомила, що рівень професійної кваліфікації та особистісних якостей претендентів оцінюється Конкурсною комісією на основі поданої заяви та супровідних документів. За рішенням Комісії претенденту може бути запропоновано провести пробні лекції або практичні (семінарські) заняття за участю науково-педагогічних працівників відповідної кафедри. На заміщення вакантних посад можуть претендувати НПП, які відповідають Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності, мають певний мінімальний стаж роботи, який коливається залежно від посади від 3 до 10 років, відповідають профілю кафедри та мають високий рівень професійної компетентності. Якщо НПП вже працює в ЗВО, то до уваги беруться також результати рейтингового оцінювання (<https://cutt.ly/EeKplRBK>). Строк трудового договору (контракту) встановлюється за погодженням сторін, але має становити не більше ніж п'ять років. Експертною групою дискримінаційних порушень процедури проведення конкурсного відбору викладачів для викладання на ОП "Маркетинг" не виявлено.

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

Під час проведення акредитаційної експертизи було з'ясовано, що до навчального процесу за освітньою програмою "Маркетинг" періодично залучаються професіонали-практики. Інформація про залучення практиків є на сайті кафедри, а також була підтверджена Гарантом освітньої програми, здобувачами, НПП та роботодавцями під час проведення онлайн-зустрічей. Зокрема, їх залучають до проведення семінарів (<https://cutt.ly/ceKpceaM>), круглих столів (<https://cutt.ly/YeKpсx4d>, <https://cutt.ly/feKpviQl>), відкритих лекцій (<https://cutt.ly/6eKpmTic>). Д.е.н., проф. кафедри маркетингу та логістики НУ «Львівська політехніка» О.Ю. Бочко, яка викладає ОК "Маркетинг послуг", та менеджер зі збуту ТОВ «Краснебрук» Ігор Рурак, який викладає ОК "Маркетингові комунікації" є штатними працівниками кафедри. Організуються проведення практичних занять на підприємствах, зокрема, ТОВ «АДС Захід», ТОВ «РСРП «Шувар», ТОВ «Краснебрук», ТОВ «Контінентал Фармерз Груп».

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

Для адаптації до сучасних освітніх вимог викладачі ЛНУП активно підвищують свою кваліфікацію та беруть участь у стажуваннях. Зокрема, Хірівський Р.П. у 2021 р. завершив курс підвищення кваліфікації в Сумському національному аграрному університеті за програмою "Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників з економічних наук", Гаврилюк І.І. у 2024 р. пройшла міжнародне науково-педагогічне стажування на тему "Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління" (м. Рига, Латвія), Когут М.В. у 2023 р. стажувалася у Вищій Духовній Семінарії (SAC) у Варшаві, Польща; Брух О.О. у 2022 р. пройшла стажування у НУ "Львівська Політехніка", Линдюк А.О. та Томашевський Ю.М. також стажувалися в НУ «Львівська Політехніка» у 2024 р. ЛНУП систематично організовує курси підвищення кваліфікації для викладачів, зокрема з питань використання технологій дистанційного навчання, інтерактивних методів викладання та інших сучасних підходів (<https://cutt.ly/UeKpZd3m>). Додатково професійному розвитку сприяє проведення відкритих занять відповідно до «Положення про відкриті заняття у ЛНУП» (<https://cutt.ly/NeKpMJoL>). ЛНУП підтримує розвиток викладацької майстерності через комплекс заходів, що включають матеріальні, нематеріальні та моральні стимули, визначені Статутом і Колективним договором. Відповідно до Положення про критерії, правила та процедури оцінювання діяльності НПП, кафедр і факультетів ЛНУП, щорічно проводиться рейтингове оцінювання викладачів (<https://cutt.ly/EeKpLRBK>). Серед важливих заохочень – фінансова підтримка НПП, яка охоплює доплати, матеріальну допомогу та премії. Усі викладачі кафедри отримали премії за досягнення у навчально-методичній, науковій та виховній роботі з нагоди Дня працівника сільського господарства (2023 р.) та Дня працівників освіти (2024 р.). Крім того, рішенням Вченої ради університету затверджено Положення про преміювання викладачів за публікації в наукових виданнях, індексованих у Scopus/Web of Science (<https://cutt.ly/SeKp5ovH>). Інформація про наявність преміювань була підтверджена під час онлайн зустрічей з НПП, працівниками структурних підрозділів та керівництвом ЗВО. Університет також практикує відзначення викладачів за високі наукові та професійні досягнення подяками адміністрації та почесними званнями, зокрема присвоєнням звання "Заслужений працівник ЛНУП" (надано Линдюку А.О.). Для підвищення професійного рівня організовуються курси з удосконалення викладацької майстерності, зокрема: "Цифрові інструменти Google для освіти" (2022 р.), «Впровадження інтерактивних технологій на заняттях у вищій школі» (2024 р.), "Основи кібербезпеки та кібергігієни при використанні онлайн-платформ" (2023 р.).

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Позитивними практиками освітньої програми є: наявність прозорих, недискримінаційних процедур конкурсного відбору викладачів, що дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої, наявність діючої системи мотивації працівників, що сприяє їх професійному розвитку та підвищенню рівня викладацької майстерності, залучення професіоналів-практиків до навчального процесу за освітньою програмою "Маркетинг". За підридерієм 6.1 виявлено несуттєві недоліки, які не впливають на якість освітньої програми. Експертна група вважає, що за критерієм 6 освітня програма відповідає рівню В.

Недоліки

Недоліком освітньої програми є недостатня відповідність викладачів ОК7 Інформаційні системи та ОК8 Статистика п.37 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.

Рекомендації

До початку 2025/2026 н.р. викладачам зазначених освітніх компонентів посилити ступінь відповідності дисциплінам, які за ними закріплені, зокрема "Інформаційні системи" та "Статистика".

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

Формування фінансових ресурсів у ЗВО для реалізації ОП відбувається за рахунок держбюджету, коштів фізичних та юридичних осіб. Дане фінансове забезпечення є достатнім для оновлення матеріально-технічної бази кафедри та ЗВО. Як було зазначено головним бухгалтером під час зустрічі ЕГ з адміністративним персоналом, останіми закупівлями на заяву кафедри було закуповано 20 комп'ютерів, окрім цього постійно оновлюються комп'ютери, принтери, проектори тощо. Відповідно за інформацією вказаною у відомостях самооцінювання та в подальшому підтвердженою керівником відділу комп'ютерних інформаційних технологій на зустрічі, ЗВО використовує загально-доступну ліцензію Microsoft Office для ЗВО рівня А1, інших ліцензованих програмних продуктів використовується. Але під час зустрічі з НПП, ЕГ була проінформована про використання такого програмного забезпечення як Wunter, Google Chart, Adobe Premiere Pro. Це програмне забезпечення використовується у демо версіях, що дозволяє здобувачам отримати лише частково знання про можливості програмних продуктів. Під час онлайн зустрічей, Гарант освітньої програми також наголошував на тому, що у зв'язку із запровадженням дисципліни Навчальна практика з цифрового маркетингу, яка має тривалість 4 тижні та планується до проходження в аудиторіях ЗВО, виникла проблема придбання ліцензійного програмного забезпечення, яке дозволить здобувачам виконувати заплановані завдання. Під час огляду матеріально-технічної бази університету було продемонстровано умови проведення освітнього процесу. До них входять: лекційні аудиторії, комп'ютерні аудиторії, аудиторії з проектором та екраном, є відкритий стенд навчально-методичної літератури на кафедрі, наукова бібліотека, читальна зала, система дистанційного навчання Moodle (<https://cutt.ly/NeKvWjXu>), архів роздрукованих примірників підручників, велика актовка зала, санвузли, в т.ч. для осіб з інвалідністю, пандуси, буфет, лікарня сімейної амбулаторії, фонд літератури, їдальня, літній театр, спортивні майданчики, великий спортзал та роздягальні, тренажерний зал, укриття, гуртожитки забезпечені всім потрібним для комфортного проживання, 2 укриття на території гуртожитку, зал для боксу, відповідно представлені лекційні та комп'ютерні аудиторії забезпечують виконання та досягнення результатів навчання, цілей та завдань ОП.

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

ЗВО забезпечує доступ до всіх можливих ресурсів навчання для викладачів та здобувачів вищої освіти, інфраструктури, потрібної для навчання, наукової діяльності у межах ОП. Доступ є абсолютно безоплатним та є у відкритому доступі для всіх бажаючих. Здобувачі мають відкритий доступ до ресурсів Scopus, Web of Science, Science Direct, для залучення студентів у науково-дослідницьку діяльність. Здобувачі мають відкритий доступ до дистанційного середовища Moodle, на якому є вся потрібна інформація для навчання та підготовки до майбутніх іспитів або модульних контролей. Університет відповідно до договору надання послуг між товариством з обмеженою відповідальністю "ПЛАГІАТ" та Львівським національним університетом природокористування забезпечують функціонування перевірки робіт на плагіат через StrikePlagiarism, також університет надає відкритий доступ та можливість до перевірки своїх робіт здобувачами даної ОП. Проте, ЗВО не має ліцензій на професійне програмне забезпечення, що використовується в навчальному процесі. За інформацією, отриманою під час онлайн зустрічей було з'ясовано, що використовуються обмежені версії програм з пробним безкоштовним періодом.

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

В університеті функціонує практичний психолог відділу з організації навчально-виховної роботи студентів (<https://cutt.ly/CeKvFsQA>) та Центр академічного капеланства. Відповідні підрозділи мають на меті психологічну підтримку здобувачів освіти, ведуть активну діяльність серед студентства організовуючи різноманітні заходи та зустрічі. Як повідомила практична психологиня, що на сьогодні найбільше звертаються із зверненнями щодо участі рідних у війні, але відповідно до специфіки роботи психолога та капелана звернення відрізняються. Це зумовлено тим, що звернення до капелана мають більш релігійний формат. Відповідно для врахування потреб та інтересів здобувачів проводяться опитування, як було зазначено ЕГ керівником навчально-методичного відділу забезпечення якості вищої освіти, проведення опитувань відбувається мінімум один раз на навчальний семестр. Відповідні проведення опитувань та результати у відкритому доступі висвітлені на сайті ЗВО (<https://cutt.ly/FeKvHknG>). Безпека освітнього середовища гарантується сформованими планами евакуації, вогнегасниками та укриттями які облаштовані всім потрібним для перебування там здобувачам при оголошенні сигналу "Повітряна тривога" та є у кожному навчальному корпусі, 2 укриття на гуртожитку, кількість місць відповідає кількості здобувачів що навчається у ЗВО. Відповідну інформацію на зустрічі ЕГ з представниками допоміжних(сервісних) структурних підрозділів повідомив та підтвердив фахівець I категорії цивільного захисту ЛНУП. Також в університеті діє порядок дій для здобувачів під час оголошення сигналу "Повітряна тривога" (<https://cutt.ly/beKvKukk>). Також відповідно до осіб з інвалідністю створені всі потрібні умови, а саме встановлений пандус, кнопка виклику чергового охоронця та план дій для візиту осіб з інвалідністю присутній, але умови для перебування таких осіб та переміщення їх в укриття відсутні, але відповідно до слів фахівця I категорії цивільного захисту ЛНУП саме зараз і відбувається процес створення таких умов.

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

ЗВО відповідно займається забезпеченням освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів. Відповідна підтримка відбувається за різними напрямками. Комунікація між студентами та керівництвом кафедри, в тому числі гарантом ОП, дуже гарна адже керівництво відкрите до спілкування та внесення змін у освітній процес відповідно бажань здобувачів. Процес організаційної підтримки відбувається через долучення представників кафедри у студентські ініціативи та/або реалізації проєктів та побажань щодо удосконалення освітньої програми чи освітнього процесу. Соціальна підтримка відбувається методом стипендіальної підтримки відносно положення про стипендіальне забезпечення студентів, аспірантів, докторантів ЛНУП (<https://cutt.ly/beKvCRLJ>). Також експертній групі було повідомлено про загальний збір профспілкової організації студентів та аспірантів у розмірі 1% від стипендіальних програм, для подальшої соціальної підтримки здобувачів ЗВО які потребують на це та мають відповідні засади на отримання такого виду допомоги. Підтримка освітнього процесу відбувається через систему Moodle як інформаційне поле, в якому зберігається вся потрібна інформація для вивчення відповідного курсу та дисципліни.

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

ЗВО реалізує право на отримання вищої освіти особам з інвалідністю та особливими освітніми потребами, регулюється положенням про організацію інклюзивного навчання в ЛНУП (<https://cutt.ly/jeKvBVoA>). Для таких осіб є сформовані відповідні освітні умови для їх комфортного навчання за ОП. Відповідно особам з особливими освітніми потребами представлені пандуси, кнопка виклику чергового охоронця, санузел для осіб з інвалідністю, але на жаль відсутні умови щодо переміщення та перебування таких здобувачів в укритті університету під час оголошення сигналу "Повітряна тривога".

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

У ЗВО є чітко сформовані процедури вирішення конфліктних ситуацій (<https://cutt.ly/heKvMi12>), є відповідальна особа з протидії та запобігання корупції (<https://cutt.ly/feKvMVMo>), і відповідно здобувачі проінформовані про такі політики та процедури, що підтвердили на зустрічі з ЕГ. Відповідальна особа з протидії та запобігання корупції є кваліфікованим працівником маючи к. ю. н. та удосконалюючи свої знання відповідними освітніми курсами. ОСС залученні до процесів урегулювання конфліктних ситуацій та направляють здобувачів у відповідне русло. На сьогодні за інформацією і з відомостей самооцінювання, так і поданої інформації під час візиту ЕГ до ЗВО випадків фіксування корупції або звернення з подальшим вирішенням конфліктних ситуацій не виявлено.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Підкритерій 1 - відповідність повна. Навчально-методичне забезпечення освітньої програми, фінансові та матеріально-технічні ресурси забезпечують досягнення визначених освітньою програмою мети освітньої програми та програмних результатів навчання. Підкритерій 2 - відповідність повна. Заклад вищої освіти забезпечує доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності. Підкритерій 4 - відповідність повна. Заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за ОП. Підтримка організована на різних рівнях та регулюється відповідними документами. Підкритерій 5 - відповідність повна. Заклад вищої освіти створює достатні умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами, які навчаються за освітньою програмою. Створені відповідні умови та відповідні процедури щодо створення інклюзивного навчання. Підкритерій 6 - відповідність повна. Наявні унормовані антикорупційна політика, процедура реагування конфліктних ситуацій, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми". До позитивних практик можна віднести: оновлення та закупівля матеріально-технічної бази, організація заходів направлена на підтримку ментального та психологічного здоров'я здобувачів, проведення та висвітлення регулярних опитувань здобувачів. За підкритерієм 7.4 виявлено недолік, використання пробних версій професійного програмного забезпечення в навчальному процесі, який на даний момент не є критичним і суттєво не знижує рівень підготовки здобувачів за освітньою програмою. ЕГ дійшла висновку, що за Критерієм 7 освітня програма відповідає рівню В.

Недоліки

Недоліком освітньої програми за критерієм 7 є відсутність ліцензованого програмного забезпечення, необхідного для виконання завдань з дисципліни "Навчальна практика з цифрового маркетингу" у весняному семестрі 2025-2026 навчальному року.

Рекомендації

ЕГ рекомендує до наступного навчального року придбати ліцензії на програмне забезпечення, що використовується в навчальному процесі, та забезпечити ним відповідні навчальні-комп'ютерні аудиторії.

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу, а також періодичного перегляду ОП регулюються у відповідності до внутрішніх Положень ЛНУП, а саме: "Положенням про формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ЛНУП", ухваленим Вченою радою та введеним в дію наказом ректора ЛНУП №75 від 13.05.2019 р. (<http://surl.li/ismycz>). Положенням про організацію освітнього процесу ЛНУП (<http://surl.li/rmtiig>); Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у ЛНУП (<http://surl.li/waekdg>); Положенням про гаранта ОП ЛНУП (<http://surl.li/hoawee>); Положенням про організацію та проведення опитування здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників та інших стейкхолдерів у ЛНУП (<http://surl.li/trlnnq>), Положенням про Відділ акредитації та ліцензування ЛНУП (<http://surl.li/tjvykb>). Оновлення нормативно-регламентуючих документів щодо освітнього процесу та реалізації ОПП здійснює навчально-методичний відділ та відділ із якості вищої освіти ЛНУП. Формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ЛНУП здійснюється щорічно у відповідності до положення (<http://surl.li/ismycz>). Систематичний перегляд ОП "Маркетинг» у ЛНУП зумовлено, за словами гаранта ОП, змінами на ринку праці, розвитком технологій, змінами освітніх стандартів, зворотнім зв'язком зі стейкхолдерами тощо. Гарант разом із групою розробників узагальнюють пропозиції стейкхолдерів, здобувачів, академічної спільноти і представляють запропоновані зміни на обговорення та схвалення на розширеному засіданні кафедри. Після чого проект ОП виноситься на розгляд та затвердження вченої ради факультету та Університету. Проект освітньої програми оприлюднюється на сторінці ОПП на офіційному веб-сайті ЛНУП для громадського обговорення (<http://surl.li/repaai>). За словами проректора з навчально-виховної роботи та декана факультету управління, економіки та права, в частині забезпечення якості освіти ЛНУП дотримується принципу автономії гаранта ОП та кафедри. При аналізі ЕГ офіційного веб-сайту ЛНУП інформації про пропозиції, які були внесені чи відхилені при перегляді ОП Маркетинг не було виявлено. Інформацію щодо перегляду пропозицій чи відхилень кафедрою міжнародних економічних відносин та маркетингу було надано ЕГ за додатковим запитом Гарантом, проте в них не було пояснення причин відмови від стейкхолдерів та інших учасників освітнього процесу.

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

Під час зустрічі зі здобувачами та представниками студентського самоврядування ЕГотримала вичерпану інформацію про залученість здобувачів та представників студентського самоврядування до процесів перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості як партнерів. За словами гаранта, робоча група та інші викладачі кафедри, залучають здобувачів вищої освіти до обговорення проекту ОП, розширення переліку вибіркового ОК, в рамках розширених засідань кафедри, на яких обговорюють проблеми ОП, вносять пропозиції та зауваження до наповненості ОП, що також було підтверджено протоколами кафедри (протокол кафедри № 23 від 05.06.2024 р., протокол вченої ради факультету № 10 від 10.06.2024 р.). Слова гаранта було підтверджено на зустрічі зі здобувачами, а саме: здобувач з курсу запропонував збільшення кількості дисциплін, у яких будуть використовуватися цифрові інструменти, що допоможе випускникам ОП краще адаптуватися до сучасних вимог ринку праці (<http://surl.li/iahnck>). Наслідком цього в ОП 2024 р. було запроваджено вибіркочу ОК "Мобільний маркетинг" (<http://surl.li/hilrbc>) (протокол № 18 від 29.03.24 р.). На зустрічі зі студентським самоврядуванням ЕГ

було з'ясовано, що згідно Положенню про вчену раду факультету ЛНУП (<http://surl.li/ezsejd>) студентське самоврядування також є членами вченої ради факультету управління, економіки та права і приймають участь в обговореннях питань із забезпечення якості освіти, академічної доброчесності та надають пропозиції щодо покращення. Також на зустрічі зі студентським самоврядуванням, ЕГ отримало інформацію, що в ЛНУП створена та функціонує студентська самоврядна організація "Основа", яка діє згідно Положенню (<http://surl.li/serbch>). Здобувач з курсу, що є головою університетської студентської самоврядної організації «Основа», розповів, як саме самоврядну організацію "Основа" керівництво ЛНУП та НПП залучають до обговорення та вирішення питань удосконалення ОП. На підставі Положення про наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених ЛНУП (<http://surl.li/zikvvz>), члени якого також беруть активну участь в процедурах забезпечення якості ОП, підтвердили свою участь у засіданнях вченої ради факультету при обговоренні та затвердженні ОП. Голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених ЛНУП, розповіла ЕГ про процедуру опитування студентів щодо оцінки якості освітнього процесу в ЛНУП.

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

Роботодавці тісно співпрацюють із кафедрою міжнародних економічних відносин та маркетингу й системно залучені до процесу перегляду та забезпечення якості ОП Маркетинг. На зустрічі з роботодавцями та іншими стейкхолдерами, ЕГ отримала підтвердження, що кафедрою проводяться робочі зустрічі, методичні семінари, конференції, круглі столи з потенційними роботодавцями. Також інформацію про робочі зустрічі з роботодавцями та іншими стейкхолдерами розташовано на офіційному веб-сайті ЛНУП на сторінці Новини (<http://surl.li/bkdcmp>). На зустрічі ЕГ переконалися, що кафедрою налагоджена співпраця з підприємствами основою яких є маркетингова діяльність. Представники перелічених підприємств були присутніми на зустрічі з ЕГ: маркетингова агенція ПрАТ "САВ ОРБІКО", рекламне агентство "Віктрина Волині", ТОВ "КраснеБрук", ТОВ "АДС Захід", ТОВ "Ренопласт", ТЗОВ "ВТ АКВА-ПЛЮС" і розповіли про досвід співпраці. Зокрема, зі слів менеджера зі збуту ТОВ «КраснеБрук» - приймали участь у обговоренні ОП. Згідно протоколом кафедри ним було запропоновано (протокол № 23 від 05.06.24 р), а потім включено до ОП групою розробників, ОК20 Брендінг. Також ТОВ "КраснеБрук" проводили для здобувачів кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу відкриті лекції (<http://surl.li/wakcne>). На основі договорів про співпрацю здобувачі ОП Маркетинг на постійній основі проходять практику на ТОВ "КраснеБрук". Викладачі кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу своєю чергою приймали участь у розробці та аналізі рекламної компанії ТОВ "КраснеБрук". Також ТОВ "КраснеБрук" є постійним спонсором студентських конкурсів як кафедри, так і ЛНУП. Менеджер із продажів ТОВ "АДС Захід", розповів, що ТОВ було організатором екскурсій здобувачів на їх підприємство, що ТОВ розробляє проєкт співпраці з молодими спеціалістами, де результатом проєктної роботи здобувачів буде їх працевлаштування на ТОВ "АДС Захід". Кафедра міжнародних економічних відносин на замовлення ТОВ "АДС Захід" на договірних умовах проводила дослідження клієнтів, де безпосередньо здобувачі проводили опитування. За результатами дослідження було проведено круглий стіл. При огляді ОП ТОВ "АДС Захід" внесли пропозиції щодо покращення якості ОП зробити дві окремих ОК: Маркетинговий аналіз та Маркетинговий аудит, що було прийнято до уваги розробниками ОП (протокол кафедри № 23 від 05.06.24 р)(<http://surl.li/knnsul>). Із ЗТОВ "Ренопласт" влітку 2024 р. було підписано угода про співпрацю. При перегляді ОП директор ЗТОВ "Ренопласт" запропонував, щоб в ОП були ОК, які б вивчали формування бренду та іміджу, що посприєє відповідати випускникам ОП сучасними вимогами ринку. Учасники зустрічі також приймали участь в анонімному електронному анкетуванні стейкхолдерів із різних аспектів формування та реалізації ОПП (<http://surl.li/ffvvsn>).

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

На добровільних засадах, заради об'єднання зусиль випускників усіх поколінь для розвитку університету, збереження та примноження його традицій і духовних цінностей в ЛНУП діє Рада випускників. Положення про його діяльність на офіційній веб-сторінці ЛНУП (<http://surl.li/mortng>). На кафедрі міжнародних економічних відносин та маркетингу є відповідальна особа, яка здійснює моніторинг щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОПП. Щорічно відбуваються зустрічі випускників (<http://surl.li/sfyqdh>). Кафедра активно залучає до співпраці випускників. На зустрічі ЕГ із роботодавцями та іншими стейкхолдерами, були присутні випускники минулих років ЛНУП в тому числі й кафедри, які наразі обіймають посади керівників та провідних фахівців, а саме: менеджер зі збуту ТОВ "КраснеБрук"; керівник відділу активних продаж ТОВ "АДС Захід"; директор ТЗОВ "ВТ АКВА-ПЛЮС"; директор ТЗОВ "РЕНОПЛАСТ"; адміністратор у ТОВ "Ніко-Захід"; маркетолог у Фотостудія Magic Story.

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 ЛНУП створений і функціонує відділ акредитації та ліцензування. Моніторинг ОП Маркетинг, як і інших ОП, проводять згідно Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Львівського НУП

(<http://surl.li/zxqchm>). На зустрічі з керівництвом ЗВО, керівником відділу акредитації і ліцензування, було проінформовано ЕГ, що з метою оцінювання ступеня задоволеності вимог здобувачів до якості освітньої діяльності в ЛНУП, два рази на рік, згідно Положенню про організацію та проведення опитування здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників та інших стейкхолдерів в ЛНУП (<http://surl.li/ygpqlj>), проводяться опитування здобувачів вищої освіти. За результатами останнього опитування здобувачів (<http://surl.li/uthmgs>) надаючи відповідь на питання, "як би студенти оцінили рівень якості своєї освіти" - більшість з них позитивно оцінило якість навчального процесу. Проректор з навчально-виховної роботи надав інформацію ЕГ про вимоги до проходження стажування та підвищення кваліфікації НПП, яке регулюється Положенням про підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників Львівського НУП (<http://surl.li/mwnert>). Також він повідомив, що щорічно в ЛНУП здійснюється процедура рейтингування НПП, результати якого розміщуються на сайті університету (<http://surl.li/tigfjz>) та преміювання викладачів.

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

На зустрічі ЕГ із гарантом було зазначено, що за ОП Маркетинг діє умовна акредитація, перший випуск за ОП був у 2022 р. За результатами зовнішнього забезпечення якості освіти даної ОП зауважень та пропозицій не було. Під час зустрічі ЕГ з керівництвом, керівниця відділу акредитації та ліцензування проінформувала, що результати зовнішнього моніторингу якості аналізуються та враховуються під час перегляду ОП. Зі слів гаранта, ОП Маркетинг враховували побажання і зауваження за результатами акредитацій інших ОПП, які відбувалися в ЛНУП. Згідно надісланим додатковим документам на запит ЕГ, що за результатами громадського обговорення та участі здобувачів академічної спільноти та стейкхолдерів, було враховано пропозиції щодо збільшення кількості вибіркових компонент згідно рекомендації НМВЗЯВО ЛНУП для розробників освітніх програм університету згідно вимог до навчальних планів 2024-2025 н.р; доповнено перелік вибіркових ОК за рахунок ВК "Основи експертизи товарів, робіт та послуг" (протокол №9 від 15.12.2023); доповнено перелік вибіркових дисциплін ВК "CRM-системи та управління взаємовідносинами з клієнтами", "Інтернет-комунікації" (протокол № 23 від 05.06.24 р.).

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

Після проведення зустрічей з різними стейкхолдерами освітнього процесу, включаючи гаранта ОП, керівництво ЗВО, НПП, здобувачів та представників студентського самоврядування, ЕГ було позитивно відмічено сформовану міцну команду академічної спільноти ЗВО, яка продемонструвала високий рівень взаємодії, спільних зусиль, відповідальності та зацікавленості у розвитку ОП Маркетинг. Особливо ЕГ відмітило представників роботодавців, які в переважній більшості є випускниками кафедри, їх зацікавленість та сприяння у підготовці високоякісних фахівців із маркетингу. Формування культури якості освіти, що сприяє постійному розвитку ОП, відбувається через запровадження системи внутрішнього забезпечення якості освіти, що регулюється відповідним внутрішніми нормативними документами ЛНУП, серед них: Положенням ЛНУП (<http://surl.li/jwamzm>); підвищення кваліфікації викладачів що регулюється Положенням (<http://surl.li/mwnert>); завдяки чітким правилам дотримання академічної доброчесності та популяризації її принципів, що регулюється Положенням про академічну доброчесність у ЛНУП (<http://surl.li/zxdghw>), Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у ЛНУП (<http://surl.li/uputxv>), професійною етикою серед учасників освітнього процесу; підтримкою академічної мобільності студентів і викладачів, що регулюється Положенням про реалізацію права на академічну мобільність у ЛНУП (<http://surl.li/khpdpy>) тощо. При формуванні культури якості освіти важлива задоволеність викладачів від співпраці з університетом та освітнім процесом. ЕГ було відмічено відсутність в ЛНУП застосування практики опитування НПП щодо їх задоволеності співпраці з університетом та освітнім процесом.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Позитивними практиками освітньої програми є: 1. Нормативні документи ЛНУП охоплюють весь спектр процедур розроблення, моніторинг, періодичного перегляду, затвердження освітніх програм. 2. Стейкхолдери та інші роботодавці не тільки долучені до перегляду та удосконалення ОП, а й ще сприяють у підготовці високоякісних фахівців із маркетингу. Враховуючи повну відповідність за підкритеріями 8.2-8.7, а недоліки за підкритерієм 8.1, які суттєво не знижують якість підготовки здобувачів за освітньою програмою, ЕГ вважає, що освітня програма за критерієм 8 відповідає рівню В.

Недоліки

Недоліками освітньої програми є: відсутність інформації на офіційному веб-сайті ЛНУП про пропозиції, які були внесені чи відхилені при перегляді ОП Маркетинг. Відсутність в ЛНУП практики опитування ННП щодо їх задоволеності від взаємодії з ЗВО та освітнім процесом.

Рекомендації

ЕГ рекомендує Гаранту ОП забезпечити своєчасність розташування інформації про пропозиції, які були внесені чи відхилені при перегляді ОП Маркетинг до початку 2025/2026 н.р., а також узгодити процедуру розгляду відмов пропозицій від стейкхолдерів та інших учасників освітнього процесу. Навчально-методичному відділу забезпечення якості освіти до наступного навчального 2025/2026 року розробити відповідний алгоритм опитування та впровадити практику опитування ННП щодо їх задоволеності освітнім процесом та взаємодією з ЛНУП.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Правила та процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу є чіткими, зрозумілими та публічно висвітлені на офіційному веб-сайті університету в розділі Інформація про університет - Установчі документи та положення (<https://cutt.ly/qeKdF74D>), у розділі Освітня діяльність - Положення (<https://cutt.ly/BeKdHqI6>). До відповідних документів відносяться: Статут Львівського національного університету природокористування (<https://cutt.ly/LeKdHzS5>); Положення про академічну доброчесність (<https://cutt.ly/UEKdHCxQ>); Положення про індивідуальний навчальний план (<https://cutt.ly/GeKdH6K7>); Положення про критерії, правила і процедуру оцінювання здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/9eKdJYln>); Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/qeKdJL4y>); Положення про порядок і процедуру вирішення конфліктних ситуацій (<https://cutt.ly/CeKdKs5i>); Положення про порядок визначення академічної різниці та перезарахування результатів навчання (навчальних дисциплін) (<https://cutt.ly/6eKdKWXr>) тощо. Здобувачі мають відкритий доступ до відповідних нормативних документів на офіційному веб-сайті університету (<https://lnup.edu.ua/uk/>).

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

Під час проведення акредитаційної експертизи було визначено, що освітня програма відкрито публікується на офіційному веб-сайті університету (<https://lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/akredytacja075baka>). Під час візиту експертної групи, Гарант ОП зазначав, що публікація проєкту освітньої програми відбувається в січні, а затвердження відбувається в червні. На цій же сторінці (<https://lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/akredytacja075baka>) розміщено посилання на анкету для отримання пропозицій від стейкхолдерів.

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

ОП "Маркетинг" та навчальні плани опубліковано на офіційному веб-сайті університету у розділі Освітня діяльність - Освітні програми (<https://cutt.ly/WeKdNrWD>). В освітній програмі чітко сформована мета, критерії оцінювання, програмні компетентності, програмні результати навчання (ПРН), перелік освітніх компонентів тощо (<https://cutt.ly/deKdNUyw>). На сторінці <https://lnup.edu.ua/uk/335-osvitni-komponenty/8237-oboviazkovi-osvitni-komponenty-075-marketynh-rvo-bakalavr> розміщено інформацію про силабуси та робочі програми обов'язкових освітніх компонентів. На сайті також розміщено силабуси вибіркових освітніх компонентів загальної підготовки (<https://lnup.edu.ua/uk/studentu/plannavproc/indyvidualni-navchalni-planu>) та фахової підготовки

(<https://lnup.edu.ua/uk/335-osvitni-komponenty/8236-vybirkovyi-osvitni-komponenty-075-marketynh-rvo-bakalavr>).
Окрім цього є посилання на анкету для обрання вибіркових дисциплін.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Позитивними практиками освітньої програми "Маркетинг" є наявність визначених чітких та зрозумілих правил і процедур, що регулюють права та обов'язки всіх учасників, оприлюднення проєкту освітньої програми на сайті ЗВО, розміщення інформації про освітню програму та її компоненти. Враховуючи повну відповідність за всіма підкритеріями критерію 9, ЕГ вважає що ОП відповідає рівню В.

Недоліки

Не виявлено

Рекомендації

ЕГ рекомендує з метою підвищення рівня публічності розмістити на сайті результати громадського обговорення проєкту освітньої програми.

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 (галуззями знань), володіння методологією наукової та педагогічної діяльності

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

Експертна група виявила технічні помилки при викладенні деяких фактів, що наведені у Відомостях про самооцінювання. Деякі посилання у ВСО були некоректними: або не працюючими, або вказували на сторінки, що не відносилися до конкретної інформації, що ускладнило роботу експертної групи на етапі попередньої експертизи.

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Оновлена Програма візиту ЕГ ЛНУП 075.pdf</i>	JdkE8nosreWXgYzADIX+IAyaxoeNzhociqtAJAXHB U4=
Додаток	<i>Додаток до звіту ЕГ Перелік суттєвих недоліків.pdf</i>	N8cvL2Mhk8xY9Rkb//NNJL/NcdrBSodAxbDAhd7E nrU=

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

Шипуліна Юлія Сергіївна

Члени експертної групи

Данкеєва Оксана Миколаївна

Данилейко Максим Олександрович