

ЗВІТ
експертної групи

Заклад вищої освіти	Рівненський державний гуманітарний університет
Освітня програма	35973 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

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

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	Рівненський державний гуманітарний університет
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	35973
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	Попова Надія Василівна, Личак Анастасія Андріївна, Біловодська Олена Анатоліївна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	08.04.2026 р. – 10.04.2026 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП	https://www.rshu.edu.ua/images/licakrd/akrop/35973_vps_opp_075mrk_25_26.pdf
Програма візиту експертної групи	https://www.rshu.edu.ua/images/licakrd/akrop/35973_prog_viz_opp_075mrk_25_26.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:

ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Рівненського державного університету (РДГУ) є актуальною, логічно побудованою, відповідає попиту на регіональному ринку праці та запитам стейкхолдерів, враховує досвід вітчизняних та іноземних ЗВО. Особливість ОП: практична спрямованість, що реалізується через використання різноманітних сучасних маркетингових інструментів та платформ в управлінні підприємствами регіону. ОП побудована на тісній співпраці з підприємствами та організаціями різних форм власності, що дозволяє опанувати сучасні знання з маркетингу на реальних прикладах, реалізувати практикоорієнтовані підходи. Зміст ОП відповідає предмет. області спеціальності 075 Маркетинг; навчання, викладання та наук. дослідження пов'язані з достатнім застосуванням досвіду вітчизняних та іноземних ЗВО. Освітній процес за ОП забезпечений кадровим складом, що впроваджують необхідні методи та технології навчання, забезпечуючи фахове досягнення цілей та ПРН. Існує дієва регулярна співпраця з академічною спільнотою, фахівцями-практиками тощо. Проведена експертиза підтверджує відповідність організації освітніх процесів, зокрема, щодо проектування ОП, її цілей, розробки структури та змісту; формування доступу до ОП та визнання ПРН, організації навчання і викладання, контролю знань, оцінювання здобувачів та академ. доброчесності, формування людських ресурсів, освітнього середовища та матеріальних ресурсів, внутрішньої системи забезпечення якості ОП, створення прозорих та публічних процедур для якісного функціонування ОП. Отже, ОП та освітня діяльність загалом відповідають усім критеріям Додатку до Положення про акредитацію освітніх програм з недоліками, які не є суттєвими. Позитивними практиками є: 1. Практикоорієнтованість за рахунок актив. регулярної взаємодії із зовніш. стейкхолдерами, залучення їх до освітнього процесу. 2. ОК формують різні сторони проф. діяльності маркетолога, в т.ч. у галузі брендингу, цифрового маркетингу, технологій ШІ, специфіки маркетингу ІТ-продуктів. 3. Розвиток ОП містить ОК, орієнтовані на сталий розвиток, інновації, споживчий досвід, що підтверджує орієнтацію на набуття здобувачами компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку. 4. Модернізація освітнього контенту ОП шляхом запровадження сучасних ОК, які стосуються використання цифрових технологій, ШІ, дослідницьких ОК, наявність власного наукового журналу, де НПП та здобувачі можуть публікувати свої дослідження. 5. Активний розвиток інтернаціоналізації РДГУ, що надає широкі можливості здобувачам. 6. Дієвий механізм мотивування та стимулювання професійного розвитку НПП ЗВО за рахунок матеріального та морального заохочення. 7. Системне проведення, обговорення та врахування результатів різнопланових опитувань стейкхолдерів щодо особливостей адаптації здобувачів до умов навчання; академічної мобільності; правил академічної доброчесності та використання ШІ в освіті; отриманих результатів від вивчення освітніх компонент ОП; очікувань від вивчення ОК та ін

Недоліки

1. В робочих програмах ОК (10; 16; 19; 29; 30; 34–37; 39) кількість аудиторних годин на тиждень не відповідають навчальним планам, до яких вони надані в систему НА. 2. Структурно-логічна схема, представлені в ОП 2025 р., потребує уточнення щодо взаємоз'язку ОК, які вивчаються паралельно в одному семестрі (ОК: 4–6; 23–24; 22–25; 32–31). 3. Блоки основної літератури в ОК 34 та ОК13 потребують корегування с позицій відповідності тематиці дисциплін, а в РП ОК «Основи маркетингу», «Логістика», «Маркетингові комунікації» та «SMM в бізнесі» – усунення технічних помилок в оформленні основної літератури. 4. Тематика практичних занять, самостійної роботи в ОК (3, 5, 7, 9, 10, 13, 18, 19, 21, 22, 24, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37 – за номерами, завантаженими в систему НА) повторюють назву теми, а не є конкретизованими. 5. Тематика кваліфікаційних робіт (37, 39, 40, 41, 43, 44, 45), зазначених в методичних рекомендаціях, сформульована як певний розділ КР, що звукує розкриття теми. 6. Обмежена практика визнання результатів навчання, отриманих на інших ОП та у неформальній та/або інформальній освіті. 7. У «Положенні про організацію освітнього процесу у РДГУ» не вказані конкретні терміни оприлюднення інформації про ОК здобувачам, крім вибіркових дисциплін. 8. Методи навчання за ОК в робочих програмах є стандартизованими та не включають дослідницьких методів. 9. У робочих програмах більшості освітніх компонентів серед основної літератури відсутні посилання на власні навчально-методичні розробки. 10. При комплексному опитуванні або в інший зафіксований спосіб здобувачі не мають можливості оцінити кожний ОК після його вивчення. 10. У «Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників у РДГУ» не враховані вимоги п. 35 Ліцензійних умов. 11. Під час перевірки роботи Інституційного репозитарію РДГУ виявлено обмеженість функціоналу пошуку, що створює технічні незручності для користувачів, оскільки пошук робіт можливий лише за вузьким переліком показників (рік або прізвище автора)

Рекомендації

1. Продовжувати вдосконалення проектування ОП "Маркетинг" шляхом регулярної актуалізації її змісту, структури ОК тощо з урахуванням вимог проф. діяльності, потреб стейкхолдерів і тенденцій розвитку галузі. 2. НПП привести у відповідність робочі програми ОК щодо кількості аудиторних годин на тиждень до навчального плану 2026/2027 н.р. 3. Гаранту ОП скорегувати структурно-логічну схему щодо взаємозв'язків ОК при розробленні ОП 2026 р. 4. НПП при розробленні РП на новий навч. рік переглянути список основної літератури. 5. НПП при розробленні РП на новий навчальний рік конкретизувати тематику практичних занять та самостійної роботи. 6. Гаранту ОП та розробнику методичних рекомендацій щодо підготовки кваліфікаційних робіт переглянути формулювання тематики КР на наст. навч. рік. 7. Упродовж 2026/2027 н.р. посилити інформування здобувачів щодо можливостей

визнання ПРН, отриманих на інших ОП та у неформальній та/або інформальній освіті. 7.Розробникам «Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ» до початку нового навч. року внести інформацію про обов'язковий термін оприлюднення інформації про ОК здобувачам. 8.Розробникам форми РП до початку нового навч. року додати в розділ «Методи навчання» дослідницькі методи, які можуть використовувати НПП. 9. НПП у впродовж нового навч. року активізувати роботу щодо публікації власних розробок навчально-методичного та наукового характеру з ОК, які вони викладають, або, при наявності, додати в робочу програму на новий навч. рік. 9. Гаранту ОП та НПП на наст. навч. рік надати можливість здобувачам оцінити кожний ОК за результатами його вивчення. 10.Упродовж 2026/2027 н.р. продовжувати активну роботу у сфері популяризації принципів академ. доброчесності серед здобувачів і НПП. 11.Розробникам «Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП у РДГУ» внести корективи щодо врахування п. 35 Ліцензійних вимог. 12.Адміністрації університету та технічним службам вдосконалити інтерфейс та пошуковий алгоритм Інституційного репозитарію РДГУ, розширивши перелік фільтрів для пошуку (напр., за ключовими словами, назвою теми або ОП). 13.Продовжувати вдосконалювати систему моніторингу якості ОП шляхом впровадження сучасних аналітичних інструментів та оптимізації каналів зворотного зв'язку, для залучення всіх категорій стейкхолдерів. 14.Продовжувати систематичну роботу щодо забезпечення публічності та прозорості реалізації ОП

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

ОПП "Маркетинг", що реалізується в РДГУ (<https://surl.lu/sgwvnd>) розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування (СВО), затвердженого та введеного в дію наказом МОНУ №1343, 05.12.2018р. Передбачені ОП 2022-2025 рр. освітні компоненти (ОК) охоплюють усі програмні результати навчання (ПРН), а також загальні (ЗК) та спеціальні компетентності (СК), зазначені у даному СВО. Крім того, ОП 2025 р. передбачає додаткову СК "Здатність розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії креативних індустрій з урахуванням принципів сталого регіонального розвитку" та досягнення ПРН "Вміти розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії, що поєднують принципи регіонального сталого розвитку та креативних індустрій", які забезпечуються обов'язковими ОК "Економіка та управління підприємством", "Інфраструктура товарного ринку" та додатково вибірковыми ОК "Сталий розвиток територій", "Основи креативного маркетингу", "Маркетинг територій", про що свідчать Матриці відповідності програм.компетентностей компонентам ОП (розд.4), ПРН відповідним компонентам ОП (розд.5). Відповідно до наказу МОНУ № 842,13.06.2024р. до ОП 2024-2025рр. введено ЗК "Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності", що забезпечується обов'язковими ОК у 2024 р. "Вступ до фаху", "Організація економічної діяльності", "Економіка праці і соціально-трудові відносини", "Стандартизація та оцінка відповідності", "Підприємницьке та трудове право", "Фінансовий облік", "Підготовка кваліфікаційної роботи"; у 2025 р. "Введення у спеціальність", "Підприємницьке та трудове право", "Економіка праці та соціально-трудові відносини", "Фінансів та послуг", "Маркетинг креативних індустрій", "Регіональний маркетинг" совий облік", "Підготовка кваліфікаційної роботи" (розд.4 ОП), а також робочі прогр. (<https://surl.lt/ncvqzl>). ЕГ зазначає, що вибіркові ОК також забезпечують досягнення СК та ПРН, що підсилює професійну підготовку у сфері маркетингу завдяки опануванню затребуваних роботодавцями компетентностей

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

ОПП не передбачає присвоєння професійних кваліфікацій, однак, зміст ОП відповідає окремим вимогам Професійного стандарту "Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)", затвердженого 09.01.2025 р. та внесеного до реєстру 21.01.2025 р. Національним агенством кваліфікацій (<https://surl.li/ljdisn>). Наприклад, реалізуються окремі цифрові компетентності Ц7 "Здатність до використання цифрових технологій для покращення продукту (товару послуги) та поширення інформації про продукт (товар/послугу)" і досягаються при вивченні ОК "Інформаційні системи та технології" (<https://surl.li/pgckju>), "SMM в бізнесі" (<https://surl.li/rtidmv>), "Дослідження

споживчих рішень" (<https://surl.li/hniqlq>), "Цифровий маркетинг" (<https://surl.lu/kmqqrh>), "CRM системи в бізнесі" (<https://surl.li/mvmcad>). Також ОП 2025 р. передбачає обов'язкові ОК "Цифровий маркетинг та технології ШІ", "Аналіз та візуалізація даних в маркетингу" та ін. (<https://surl.li/etjshe>, <https://surl.li/rzvjoe>). Крім того, на зустрічі 5 було повідомлено, що НПП кафедри залучалися до обговорення професійних стандартів

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

ЕГ встановлено, що ОП "Маркетинг" має чітко встановлені цілі, які відповідають її змісту та корелюють зі спеціальністю 075 Маркетинг, відповідно до зауважень (<https://surl.li/vahbgug>) окремо винесено особливості ОП. В ОП 2024-2025 р. уточнено мету (<https://surl.li/fudubq>, <https://surl.li/uowuhk>), що полягає в "підготовці конкурентоздатних, соціально відповідальних фахівців з маркетингу, здатних ефективно вирішувати спеціалізовані завдання і практичні проблеми в умовах динамічних ринкових змін. Програма орієнтована на формування у здобувачів сучасного економічного мислення, практичних умінь застосування маркетингових інструментів, а також набуття фахових компетентностей у проведенні досліджень, аналізі ринкових даних та розробці стратегій для забезпечення сталого розвитку бізнесу, із особливим акцентом на інноваційних підходах, цифровізації економіки та адаптації до сучасних трендів у поведінці споживачів і бізнес-середовища з урахуванням регіональних потреб та запитів". Ця мета відповідає місії РДГУ, що передбачає "формування конкурентоспроможних фахівців і свідомих громадян України на основі високоякісної освіти, фундаментальних і прикладних досліджень, творчої діяльності, взаємодії з громадами"; візії "РДГУ – це сучасний регіональний освітній заклад, який поєднує якісну освіту, науку, творчість і сучасні освітні технології, зберігаючи національні традиції. Університет створює та реалізує конкурентоспроможні освітні програми, формує студентоцентроване середовище, інтегрується в європейський освітній і науковий простір, сприяючи сталому розвитку регіону"; стратегічним цілям та пріоритетам РДГУ, які викладені у Стратегії розвитку РДГУ на 2026-2030 рр. (<https://surl.li/elptyn>). Наприклад, "запровадження практикоорієнтованого... навчання", "формування національно свідомої, духовно багатой особистості", "реалізація проєктів, спрямованих на соціальний, економічний, екологічний та культурний розвиток регіону", "формування позитивного іміджу університету", "упровадження LMS і цифрових освітніх технологій". ЕГ відзначено, що можливості вдосконалення ОП враховані у Стратегії розвитку НаУОА на 2026-2030 рр., яка також передбачає індикатори її реалізації. Під час зустрічі з керівником та менеджментом (зустріч 1) було з'ясовано, що відбувається систематичний моніторинг реалізації Стратегії, що створює підґрунтя для динамічного розвитку ОП РДГУ, в т. ч. "Маркетинг". Під час зустрічей з керівником і менеджментом та авторами відомостей СО (зустрічі 1, 2) підтверджено, що особливістю ОП є акцент на "формуванні компетентностей та досягненні практичних результатів, що будуть застосовуватися при використанні сучасних маркетингових інструментів та платформ в управлінні підприємствами регіону. Програма зосереджена на вивченні нових тенденцій у маркетингу в контексті цифровізації економіки та їх впливу на регіональний розвиток, адаптації бізнесу до сучасних викликів і трендів сталого розвитку"

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

Під час зустрічей зі здобувачами і стейкхолдерами (зустрічі 4, 5) встановлено, що при розробленні й перегляді ОП, зокрема визначенні цілей і ПРН, їх інтереси враховуються належним чином. До групи стейкхолдерів в описі ОП у 2022–2025 рр. включено представників роботодавців і здобувачів (<https://surl.li/psobiw>), від яких отримано позитивні рецензії (<https://surl.li/nwodcw>) із зауваженнями, що були враховані. До обговорення залучалися фахівці-практики, які брали участь у громадському обговоренні проєктів ОП, засіданнях кафедри (прот.№14 від 22.11.2024 р.), конференціях, неформальних зустрічах, що підтверджено на зустрічі 5; ними було надано пропозиції щодо модернізації ОП для підвищення досягнення цілей і ПРН. У 2025 р. за результатами обговорення та оновлення ОП з метою підсилення проф. підготовки, врахування рекомендацій попередніх акредитацій, стейкхолдерів, актуальних вимог ринку праці: відкориговано досягнення ПРН через конкретні ОК та зв'язок із ЗК, СК у матриці ОП; підсилено ОП додатковими СК15, ПР, Н19, що будуть забезпечувати реалізацію мети та особливості ОП, введено ОК "Основи креативного маркетингу" замість "Креативне мислення"; до переліку обов'язкових ОК замість ОК "Економіка підприємства" введено ОК "Економіка та управління підприємством", замість ОК "Стандартизація та оцінка відповідності" (3 кр.) - посилену ОК "Стандартизація та оцінка відповідності" (4 кр.) із запровадженням екзамену (витяг з прот. № 2 від 31.01.2025 р). Відповідно до наказу МОН №842 до ОП додано ЗК15 щодо запобігання корупції та проявам недоброчесності (витяг з прот.№2 від 31.01.2025 р.). У 2025 р. відповідно до Закону України №3633-ІХ та постанови КМУ №734 від 21.06.2024 р. додано ОК "Теор. підготовка базової загальної підготовки" (3 кр.), обов'язкову для включення до інд.планів здобувачів; для балансування кредитного навантаження забезпечено перерахунок тижневих годин та відповідних ОК (витяг з прот. № 2 від 31.01.2025 р.). У 2025 р. основний фокус ОП доповнено і трансформовано опис особливостей ОП за рахунок наголошення на підготовці фахівців на засадах міждисциплінарного підходу та практичній спрямованості через використання сучасних маркетингових інструментів для управління підприємствами регіону. Здобувачі та роботодавці (зустрічі 4, 5) підтвердили участь в обговоренні ОП, у т.ч. через опитування (<https://surl.li/bgqunj>), неформальні комунікації із гарантом. Зацікавлені сторони долучаються до обговорення й під час оприлюднення проєкту ОПП (<https://surl.li/jqfwki>) шляхом надсилання зауважень, рекомендацій та пропозицій на ел. пошту Гаранта, яка є у відкритому доступі, підкріплюють до анкет. Про врахування пропозицій роботодавців інформують шляхом їх участі в засіданнях кафедри та/або в робочому порядку, що підтверджено на зустрічі 5. Пропозиції узагальнюються і опрацьовуються (<https://surl.li/cc/nwqofr>). ЕГ підтверджує, що коло стейкхолдерів сформовано з урахуванням їх проф.релевантності, мета ОП, ПРН визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін

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

Тенденції науки, ринку праці, розвитку спеціальності відображені у рецензіях, наданих на ОП роботодавцями та представником академічної спільноти (<https://surl.li/knjojm>). Так, у рецензії директора ТОВ "Рівненська фабрика кави" зазначено, що ОП "повністю відповідає сучасним запитам до фахівців з маркетингу як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку праці", директора ТОВ "Салма-Фуд" підкреслено, що "навчальний план програми побудований з урахуванням галузевого та регіонального контексту, тенденцій розвитку ринку праці та сучасних викликів". Вони та інші запрошені роботодавці були присутні на зустрічі 5 і підтвердили, що перевагою ОП є врахування побажань стейкхолдерів при формуванні ОК, які за своїм змістом дозволяють сформулювати необхідні загальні та професійні компетенції, відображають зміни в галузі маркетингу та економіці регіону, а реалізація ОП відповідає сучасному рівню розвитку науки і практики. Крім того, запрошені роботодавці підтвердили відповідність компетентностей здобувачів під час проходження виробничої практики вимогам ринку праці (зустріч 5). ЕГ засвідчує, що регіональний та галузевий контексти в ОП враховано через аналіз Регіон. стратегії розв-ку Рівненс. обл. до 2027 р., що обговорюються на засіданнях кафедри, НМК факультету, круглих столах, засіданнях клубу «Marketing & Economics» (<https://surl.li/cmzgcg>, <https://surl.li/ubewzo>, <https://surl.li/tpnxzw>, <https://surl.li/cc/wdbssy>, <https://surl.li/meypir>, <https://surl.li/ruhgxm>, <https://surl.li/wdatvn>, <https://surl.li/dknfuf>, <https://surl.li/zslibo>); через вивчення обов'язкових (<https://surl.li/bpwwjr>) та вибіркового ОК "Регіональний маркетинг", "Сервісний маркетинг", "Інфраструктура ринку товарів та послуг", "Цифровий маркетинг та технології ШП", "Маркетинг креативних індустрій"; вибіркового ОК "Сталий розвиток територій", "Товарознавство непродовольчих товарів", "Товарознавство продовольчих товарів", "Електронні інструменти бізнесу" та ін.; вибір баз практик, написання курс. робіт, практичної підготовки та кваліфікаційних робіт (<https://surl.li/yuklci>), що орієнтовані на врахування регіонального та галузевого змісту. Під час розроблення ОП вивчався досвід іноземних ЗВО: Бізнес-школа Шеллхаммера (Іспанія), Університет Ессекса (Великобританія) та ін., а також вітчизняних - НУ "Львівська політехніка", ХНУ, КНЕУ та ін. Під час зустрічі з ЕГ з'ясувала, що результатом порівняння є висновок про наявність спільних рис ОП: інноваційність ОП, її спрямування на сучасні тренди у маркетингу, що враховано при розробці даної ОП. Мета ОП та ПРН відповідають Стратегії розвитку Рівненської області на період до 2027 року (<https://surl.li/kqiycc>). Викладене свідчить: при складанні ОП, її мети, ПРН були достатнім чином враховані сучасні тренди розвитку маркетингу, галузевий та регіональний контексти, вимоги як вітчизняного, так і міжнародного ринків праці

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП та освітня діяльність за ОП загалом відповідають вимогам Критерію 1: досягаються як результати навчання, визначені стандартом вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня, так і додатково введені ЗК15, СК15, ПРН 19 (підкритерій 1.1); ОП не передбачає присвоєння професійних кваліфікацій, однак, зміст ОП відповідає окремим вимогам Професійного стандарту "Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)" (підкритерій 1.2); освітня програма має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії РДГУ (підкритерій 1.3); мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (здобувачів і роботодавців та випускників) (підкритерій 1.4); 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 (підкритерій 1.5). Позитивною практикою можна вважати 1. Практикоорієнтованість ОП за рахунок актив. регулярної взаємодії із зовніш. стейкхолдерами, залучення їх до освітнього процесу

Недоліки

не виявлено

Рекомендації

Продовжувати вдосконалення проектування ОП "Маркетинг" шляхом регулярної актуалізації її змісту, структури освітніх компонентів тощо з урахуванням вимог професійної діяльності, потреб стейкхолдерів і тенденцій розвитку галузі

Рівень відповідності Критерію 1.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

Обсяг освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в РДГУ складає 240 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» (розділ II, ст.5-5). У структурі ОПП 180 кредитів ЄКТС (75%) складають обов'язкові освітні компоненти, які формують компетентності, визначені Стандартом вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України 05.12.2018 № 1343; 60 кредитів ЄКТС (25%) складають освітні компоненти вільного вибору, що відповідає законодавству (Закон України «Про вищу освіту», ст.62-15). Це підтверджується представленими в системі Національного агентства ОПП та навчальними планами 2022–2025 рр., а також представленими на сайті РДГУ ОПП та навчальних планах (<https://surl.li/zhanll>). Обсяги кредитів ЄКТС в навчальних планах (НП) відповідає обсягу кредитів ЄКТС в освітніх програмах (ОП)

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

У сукупності освітні компоненти, представлені в ОП 2022–2025, дають можливість досягти заявленої мети ОП, усіх програмних результатів навчання і всіх компетентностей, необхідних для професійної діяльності маркетолога. Кредити ЄКТС освітніх компонентів в навчальному плані відповідають кредитам ЄКТС освітніх компонентів в ОП та робочих програмах. Проте в робочих програмах ОК (10; 16; 19; 29; 30; 34–37; 39) відмічені технічні помилки щодо відповідності аудиторних годин на тиждень навчальним планам, до яких вони представлені в систему НА. Структура та зміст ОП забезпечує надання попередніх знань та навичок для засвоєння кожного ОК. Це відображено пререквізитами ОК в робочих програмах дисциплін. В РП ОК відображені компетентності та ПРН, які відповідають представленим в ОП матрицям відповідності і забезпечуються змістом дисциплін, що було також підтверджено відповідями викладачів на зустрічі 3. В освітніх програмах «Маркетинг» (2022–2025) представлені структурно-логічні схеми (СЛС), в яких відображені взаємозв'язки ОК, що забезпечують логічну послідовність опанування ОП та поступальність досягнення визначених в них компетентностей та ПРН. В СЛС ОП відстежується взаємозв'язок між ОК та практичною підготовкою і атестацією здобувачів. Практичній підготовці передують вивчення дисципліни, які забезпечують необхідними знаннями та навичками виконання завдань кожного з видів практики. Проте структурно-логічна схема в ОП 2025 потребує уточнення стосовно взаємозв'язку дисциплін, які вивчаються паралельно в одному семестрі (ОК: 4–6; 23–24; 22–25; 32–31). Зміст ОП забезпечує також формування загальнокультурних та громадських компетентностей за рахунок ОК2, ОК36, пов'язаних з вивченням іноземної мови, ОК3–ОК6 – української мови, історії, культури, філософії (ОК8). На думку ЕГ, ОК24 "Стратегії дистрибуції" логічніше вивчати після ОК29 "Маркетингова продуктова стратегія", але на зустрічі з викладачами та гарантом програми було дано пояснення, що здобувачі вивчають попередню дисципліну "Основи маркетингу" (1 курс), де опрацьовують тему "Маркетингова товарна політика", що надає можливість розглядати далі стратегії дистрибуції (2 курс). В РП ОК34 "CRM-системи в бізнесі", ОК13 "Макроекономіка" основна література потребує корегування для більшої відповідності тематиці ОК. Також виявлені технічні помилки в оформленні основної літератури в РП з ОК «Основи маркетингу», «Логістика», «Маркетингові комунікації» та «SMM в бізнесі»

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

Зміст ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Про це свідчить відповідність програми Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, а також ОК, які формують необхідні компетентності та ПРН. В ОП-2022 це такі ОК: Основи маркетингу, Поведінка споживачів, Маркетинг послуг, Цифровий маркетинг, Маркетингові дослідження, Маркетингова товарна політика, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові комунікації. В ОП-2025 це: ОК14, ОК19, ОК23, ОК24, ОК26-29, ОК33. Тематичне наповнення ОК та тематика курсових робіт відповідають об'єктам їх вивчення та теоретичному змісту спеціальності. Аналіз РП показав, що теоретичний зміст ОК базується на законах, закономірностях, принципах та понятійно-категорійному апараті маркетингу, інструментах та методах маркетингової діяльності в сферах, визначених тематикою ОК. Проте в ОК26 та ОК33 (курсів роботи) зазначено, що рекомендації здобувачів у КР можуть стосуватися теоретико-методологічних основ, що не відповідає рівню бакалавра. Тематика практичних занять, самостійної роботи представлені в кожному ОК, але вони часто повторюють назву теми, а не є

конкретизованими (ОК: 3, 5, 7, 9, 10, 13, 18, 19, 21, 22, 24, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37 – за номерами, завантаженими в систему НА). Зміст ОК дозволяє здобувачам навчитися використовувати обладнання та інструменти, які необхідні у професійній діяльності, що підтверджено на зустрічах (3 і 4) з НПП та 4 здобувачами. Використовуються такі програмні продукти, як Microsoft Excel, Google Sheets, Microsoft PowerBI, та Looker Studio, SalesDrive, DNTrade, які є у вільному доступі або за домовленістю з розробниками. Тематика кваліфікаційних робіт представлена в «Методичних рекомендаціях для підготовки, виконання та захисту бакалаврських кваліфікаційних робіт». Вона відповідає об'єкту вивчення та теоретичному змісту предметної області ОП «Маркетинг» і включає 45 тем різної направленості маркетингової діяльності. Вибір теми КР здійснюється здобувачем індивідуально, відповідно до рекомендованої кафедрою тематики та корегується за необхідністю (резервна зустріч 9). Проте тематика КР потребує осучаснення щодо цифровізації, ШІ в маркетингу, SMM, сучасних видів маркетингу. Також зазначені теми (37, 41, 43) сформульовані як розділ 1 КР, теми (40, 45) – як розділ 2 КР, теми (39, 44) – як розділ 3 КР, що звучує розкриття тем. В методичних рекомендаціях відсутні ЗК, СК та ПРН щодо підготовки КР. В матрицях відповідності, представлених в ОП, вони зазначені. Проте не зрозуміло, як реалізує Р14 (Виконувати функціональні обов'язки в групі), так як КР – це індивідуальна робота. Кваліфікаційні роботи представлені в репозиторії РДГУ (<https://surl.li/phkptr>). Їх теми, об'єкт, предмет, завдання відповідають предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», як і затверджені теми КР на 2025-2026 н.р. (<https://surl.li/njlxmb>)

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачами ОП «Маркетинг» врегульовано «Положенням про організацію освітнього процесу у РДГУ», п.3 (<https://surl.li/ymypgk>) за рахунок можливості вільного вибору дисциплін. В ОП співвідношення обов'язкових та вибіркових ОК складає 75%/25%, що відповідає Закону України «Про вищу освіту» (стаття 62, п.15). У Положенні визначена чітка та зрозуміла процедура вибору ОК, терміни її реалізації та інструменти запису, визначається, що ВД забезпечують потреби та інтереси здобувачів. ВД презентуються анотаціями, які оприлюднюються на сайті РДГУ в розділі «Навчання». Усі ВД поділяються на ті, що доповнюють здобуття фахових компетентностей та ПРН за даною ОП з рекомендованим обсягом до 90% від загального обсягу ВД, та на ВД, які доповнюють здобуття загальних компетентностей, з рекомендованим обсягом не менше 10% від загального обсягу ВД. Перелік ВД переглядається кафедрою щорічно з урахуванням пропозицій здобувачів, НПП та інших стейкхолдерів у процесі обговорення та оновлення ОП, що підтверджено на зустрічах (3,4,5,7). Крім ВД, рекомендованих певною ОП, та ВД з інших ОП РДГУ, здобувач може вибрати ВД в іншому ЗВО. У вітчизняних та зарубіжних ЗВО вивчення ВД здобувачами РДГУ здійснюється за угодою про співпрацю щодо програм академічної мобільності, які регламентуються «Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність РДГУ» (<https://surl.li/wjokia>) та «Положенням про стратегію інтернаціоналізації РДГУ» (<https://cutt.ly/l7xj1X>). Така робота започаткована, що підтверджено на відкритій зустрічі. Загальноуніверситетський каталог ВД налічує 54 дисципліни (<https://surl.li/ocamfc>), каталог кафедри економіки та управління бізнесом для спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО на 2025-2026 н.р. – 23 дисципліни (<https://surl.li/zdciac>), на 2026-2027 н.р. – 35 дисциплін. В ОП 2025 зафіксована достатня кількість ВД (57), всі вони 3-кредитні і не дублюють одна одну за змістом. Здобувачі здійснюють записи на вивчення ВД на підставі особистого підпису в заяві на ім'я декана після ознайомлення з інформацією на сайті, презентацій та консультацій. Проходження зазначеної процедури вибору ОК та вчасне і повне інформування здобувачів стосовно ВД, їх змісту надає здобувачам можливість зробити усвідомлений вибір, що підтверджено на зустрічах 4 і 7. Факту негативного тиску на здобувачів у процесі вибору ОК не зафіксовано. Обмежень щодо кількості здобувачів у групі при виборі ОК РДГУ не встановлює. Індивідуальна освітня траєкторія формується також за рахунок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та інформальної освіти (приклади представлені на сайті кафедри <https://surl.li/pzwbii>), що регламентується "Положенням про визнання результатів навчання здобувачів ВО РДГУ, здобутих у формальній, неформальній та інформальній освіті (<https://surl.li/iidbfbk>)

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

Порядок організації практичної підготовки здобувачів врегульований в РДГУ «Положенням про практики» (<https://surl.li/sokwoi>), в якому прописані види та зміст практики, вимоги щодо баз практики, організаційні моменти, обов'язки керівників та здобувачів. В ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО визначені 4 практики: навчальна (ознайомча) – 2 сем., 3 кр. ЄКТС, мета якої ознайомлення з первинним проф. досвідом, а також здобуття нових навиків при ознайомленні з реальними умовами праці; навчальна (технологічна) – 4 сем., 3 кр. ЄКТС, мета якої поглибити, систематизувати і закріпити набуті теор. знання, виробити навички практичної і дослідницької роботи, ознайомитись із сучасними технологіями; виробнича (технологічна) – 6 сем., 6 кр. ЄКТС, мета якої закріплення, поглиблення та доповнення теор. знань, одержаних при вивченні економічних та проф.-орієнтованих ОК; виробнича (переддипломна) – 8 сем., 6 кр. ЄКТС, мета якої формування проф. умінь, навичок, здатності самостійно приймати рішення в реальних умовах, виконувати обов'язки, притаманні проф. та орг.-керівній діяльності. Практична підготовка забезпечена РП, в яких розкриваються зміст практики, мета, завдання, компетентності та ПРН, вимоги до баз практики, необхідні документи, вимоги до звіту, критерії оцінювання та методичне забезпечення (продемонстровано на зустрічі 6 в Moodle). У РДГУ налагоджена співпраця з підприємствами, організаціями торгівлі, виробництва та інш., в яких здобувачі ОП можуть проходити практику. Це ТОВ «Рівень ЛТД», ТОВ «Салма-Фуд», ТОВ «Кафіталія», ТзОВ «Опорядбуд», ТОВ «Аква-Родос», ГО «РООУАМ»,

ТОВ «Демавто», ТОВ «Рівне Тур» тощо, з якими укладено угоди про співробітництво, що підтверджено на зустрічі зі стейкхолдерами (зустріч 5). Здобувачі мають можливість самостійно визначати базу практики при умові її відповідності вимогам з врахуванням завдань практики та можливостей їх здійснення, що підтверджено на зустрічі зі здобувачами (зустріч 4). Наказ на виробничу (переддипломну) практику здобувачів 4 курсу спеціальності 075 "Маркетинг" у 2025-2026 році представлений на сайті кафедри (<https://surl.li/ufshjh>). Серед баз практики: ГО «Рівненська обласна організація Української асоціації маркетингу», м. Рівне; ТОВ «Агрохолдинг «ЗОРЯ», Рівненська обл.; ТОВ «СВ «Лайф», м. Рівне; ТОВ «САЛМА-ФУД», Рівненська обл.; ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «АНДРУШ», Рівненська обл.; ТОВ «Гошанський завод продтоварів», Рівненська обл.; ТОВ «Траш», м. Рівне, а також інші організації міст Житомир, Київ. Здобувачі забезпечені керівниками практики від ЗВО та баз практики. Їх задоволеність проходженням практики відображена в результатах опитування (<https://surl.li/mjvplq>), які показали, що 66,7% задоволені здобутими компетентностями на 5 із 5 балів, 33,3% – на 4 бали. Зміст усіх видів практики забезпечує здобувачів освіти необхідними для спеціальності "Маркетинг" знаннями і навичками, так як практика проходить у підрозділах, які займаються маркетинговою діяльністю зазначених підприємств, організацій

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

У процесі навчання здобувачі ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти отримують такі соціальні навички, як уміння працювати в команді (ОК1 «Психологія», ОК2 «Теорія управління», ОК22 «Менеджмент»), здатність до комунікацій, в тому числі іноземною мовою (ОК3 «Іноземна мова академічної комунікації», ОК6 «Українська мова (за професійним спрямуванням), ОК37 «Маркетингові комунікації», ОК39 «Іноземна мова професійної комунікації»), вирішувати комплексні проблеми та бути ініціативним (ОК22 «Менеджмент»), критично мислити (ОК7 «Філософія»). Практична підготовка надає можливість удосконалити такі соціальні навички, як командна робота і комунікації в професійному середовищі. Здобувачі ОП «Маркетинг» залучаються до волонтерського руху, тренінгів, конференцій які проводяться як в РДГУ (<https://surl.li/dfnfae>), так і в інших ЗВО, відвідують підприємства (<https://surl.li/nweksg>, <https://surl.li/omrczo>), що підтверджено на зустрічі зі студентським самоврядуванням та стейкхолдерами (зустрічі 7, 5), а також інформацією, представленою в соціальних мережах кафедри (<https://surl.li/ilqsmu>). Вони приймають участь у засіданнях клубу «Marketing & Economics», що також сприяє формуванню соціальних навичок

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

Обсяг окремих ОК ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у кредитах ЄКТС відповідає законодавству та складає 3-6 кредитів на семестр для обов'язкових компонентів та 3 кредити – для вибіркового ОК. На практичну підготовку відводиться загалом 24 кредити ЄКТС (по 3 кредити на навчальну практику і по 6 кредитів на виробничу практику), підготовка кваліфікаційної роботи складає 6 кредитів ЄКТС. Такий розподіл кредитів та аналіз наповнення ОК, а також зустріч з НПП (зустріч 3) та їх пояснення показали можливість досягнення запланованих Стандартом компетентностей та ПРН. Аналіз навчального плану ОП «Маркетинг» показав відповідність вимогам законодавства щодо співвідношення обсягу аудиторної та самостійної роботи за кожним ОК (обсяг аудиторної роботи не перевищує 50% загального навантаження здобувача). Співвідношення кількості аудиторних годин і самостійної роботи визначено «Положенням про навчальний план здобувачів вищої освіти у РДГУ» (<https://surl.li/bcvcan>). В ньому передбачено співвідношення 34/66 годин аудиторної і самостійної роботи (п. 4.5). В РДГУ проводиться опитування здобувачів відносно задоволеності організацією освітнього процесу (<https://surl.li/cdwwaw>), результати якого показали, що 88,9% задоволені організацією і, відповідно, їх влаштує баланс між запланованим і фактичним навантаженням

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 ОП «Маркетинг» та освітні компоненти забезпечують її практикоорієнтованість за рахунок орієнтації на актуальні професійні знання, які необхідні для роботи в галузі маркетингу. Це вміння проводити маркетингові дослідження (ОК30), розробляти товарну і цінову політику (ОК32, ОК36), впроваджувати маркетингові комунікації (ОК37), використовувати особливості цифрового маркетингу (31). У межах вивчення цих та інших ОК забезпечується можливість отримання практичних навичок, які потрібні для практичної роботи маркетолога. Це підтверджується співвідношенням лекційних і практичних годин в НП (48%/52%). На практичних (лабораторних) заняттях здобувачі отримують практичні навички використання програмних продуктів, які відповідають конкретним ОК (SalesDrive, DNTrade – «CRM системи в бізнесі»), вчаться використовувати широкі можливості Microsoft Excel, Google Sheets, Microsoft PowerBI, та Looker Studio. Практикоорієнтованість забезпечується також проходженням 2 навчальних практик, завданням яких є ознайомлення з роботою маркетолога (6 кредитів ЄКТС), 2 виробничих практик (12 кредитів ЄКТС), де здобувачі виконують професійні завдання, а також готуються до написання кваліфікаційної роботи, орієнтованої на практичні потреби підприємств, на базі яких вони розробляються. Застосовується практика проведення окремих занять професіоналами-практиками, які запрошуються гарантом. Це

надає можливість здобувачам зрозуміти, які практичні навички потрібні маркетологу для роботи в сучасному бізнес-середовищі. ОК «Маркетингове ціноутворення» викладає на умовах сумісництва віцепрезидент Української асоціації маркетингу, директор Рівненської обласної організації УАМ. Застосовується також практика проведення занять на виробництві, а також екскурсій, що підтверджено сторінками кафедри у соціальних мережах (<https://surl.li/wjxrxs>, <https://surl.li/qxxdex>, <https://surl.li/ddvvr1>) та на зустрічі 4 зі здобувачами. Дуальна освіта за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти не застосовується

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

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти забезпечує набуття здобувачами компетентностей, які направлені на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 р., проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25.09.2015 № 70/1, визначених Указом Президента України від 30.09.2019 № 722. Відповідно до стратегії розвитку РДГУ на 2026-2030 рр., схваленої вченою радою 26.12.2025, протокол № 207 (<https://surl.li/zaqisq>), місією ЗВО є формувати конкурентоспроможних фахівців і свідомих громадян України на основі високоякісної освіти (ціль 4 УП), фундаментальних і прикладних досліджень (ціль 9 УП), творчої діяльності, взаємодії з громадами (ціль 11 УП). В документі проголошено, що РДГУ створює та реалізує конкурентоспроможні освітні програми, формує студентоцентроване середовище, інтегрується в європейський освітній і науковий простір, сприяючи сталому розвитку регіону (цілі 8, 9, 16, 17 УП) та орієнтуючись на такі цінності, як якість освіти, людиноцентризм, академічна свобода, інноваційність, соціальна відповідальність. Однією із стратегічних цілей є впровадження LMS і цифрових освітніх технологій, що забезпечується такими ОК, як «Цифровий маркетинг та технології III», «CRM системи в бізнесі». Посилення ролі РДГУ як центру регіонального розвитку, культури й освіти через партнерство з громадами відображено, в тому числі, впровадженням ОК «Регіональний маркетинг». Розвиток практичних навичок наукових досліджень та інновацій формують такі ОК, як «Основи наукових досліджень», «Маркетингова політика та дослідження», «Дослідження споживчих рішень». Здобувачі ОП «Маркетинг» також приймають участь в івентах, які розширюють їх свідомість стосовно цілей сталого розвитку та сприяють побудові миролюбивого і відкритого суспільства (інтерактивний воркшоп «Глобальні цілі сталого розвитку: український контекст»)

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає Критерію 2 з невеликими за пп. 2.2, 2.3, які не є суттєвими, так як вони можуть бути виправлені до початку нового навчального року. Обсяг ОП та окремих ОК відповідає вимогам законодавства. В ОП відображені загальні та фахові компетентності, а також програмні результати навчання, визначені Стандартом вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», а ОК, які включені до неї, повністю забезпечують досягнення ЗК, СК та ПРН. В ОП передбачена можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії через індивідуальний вибір навчальних дисциплін в обсязі 25%, що відповідає законодавству. ОП та навчальний план передбачають практичну підготовку в обсязі 24 кредитів ЄКТС, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності маркетологів. ОП також передбачає набуття здобувачами соціальних навичок (уміння працювати в команді, здатність до комунікацій, в тому числі англійською мовою, критично і стратегічно мислити) за рахунок включення певних ОК та їх наповнення. Обсяг ОК відповідає законодавству, є адекватним для здобувачів, надає можливість досягти ПРН. Структура ОП, ОК забезпечують практикоорієнтованість навчання за рахунок орієнтації на актуальні професійні знання, тематику практичних завдань, запрошення професіоналів-практиків до викладання. ОП забезпечує набуття здобувачами компетентностей, направлених на досягнення цілей сталого розвитку, що відображається в загальній місії РДГУ, включених в ОП ОК та їх наповненні. Позитивною практикою є те, що ОК, представлені в ОП, формують різні сторони професійної діяльності маркетолога, в тому числі в галузі брендингу, цифрового маркетингу та технологій III, специфіки маркетингу IT-продуктів. Також позитивним є те, що розвиток програми, яка акредитується, включає ОК, орієнтовані на сталий розвиток, інновації, споживчий досвід, що підтверджує орієнтацію на набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй та визначених Указом Президента України

Недоліки

1. В робочих програмах ОК (10; 16; 19; 29; 30; 34–37; 39) кількість аудиторних годин на тиждень не відповідають навчальним планам, до яких вони надані в систему НА. 2. Структурно-логічна схема, представлені в ОП 2025 р., потребує уточнення щодо взаємоз'язку ОК, які вивчаються паралельно в одному семестрі (ОК: 4–6; 23–24; 22–25; 32–31). 3. Блоки основної літератури в ОК 34 та ОК13 потребують корегування с позицій відповідності тематиці

дисциплін, а в РП ОК «Основи маркетингу», «Логістика», «Маркетингові комунікації» та «SMM в бізнесі» – усунення технічних помилок в оформленні основної літератури. 4. Тематика практичних занять, самостійної роботи в ОК (3, 5, 7, 9, 10, 13, 18, 19, 21, 22, 24, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37 – за номерами, завантаженими в систему НА) повторюють назву теми, а не є конкретизованими. 5. Тематика кваліфікаційних робіт (37, 39, 40, 41, 43, 44, 45), зазначених в методичних рекомендаціях, сформульована як певний розділ КР, що звужує розкриття теми

Рекомендації

1. НПП привести у відповідність робочі програми ОК стосовно кількості аудиторних годин на тиждень до навчального плану 2026/20207 н.р. 2. Гаранту ОП скорегувати структурно-логічну схему стосовно взаємозв'язків ОК при розробленні освітньої програми 2026 року до початку нового навчального року. 3. НПП при розробленні РП ОК на новий навчальний рік переглянути список основної літератури. 4. НПП при розробленні РП ОК на новий навчальний рік конкретизувати тематику практичних занять та самостійної роботи. 5. Гаранту ОП та розробнику методичних рекомендацій щодо підготовки кваліфікаційних робіт переглянути формулювання тематики КР на наступний навчальний рік

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

Прийом осіб на навчання за ОП в РДГУ здійснюється на основі чітких, зрозумілих та доступних «Правил прийому на навчання до РДГУ», які щороку оновлюються та коригуються відповідно до Умов прийому, затверджених МОН України, та затверджуються вченою радою закладу. Ці Правила є нормативно обґрунтованими та оприлюднені на офіційному вебсайті університету в розділі «Вступнику» – «Приймальна комісія» (<https://surl.li/tlzpsz>), що гарантує потенційним вступникам відкритий доступ до всієї необхідної інформації про етапи конкурсного відбору, чіткі строки та порядок реєстрації заяв для участі в конкурсі, вимоги до документів вступника та прозорий механізм розрахунку конкурсного бала. Усі положення Правил прийому є недискримінаційними та базуються на принципах рівності й прозорості, а їх зміст визначається виключно особливостями отримання відповідних кваліфікацій без жодних обмежень. Критерії відбору на освітню програму є абсолютно доступними: зокрема, у 2025 році вступ на основі ПЗСО здійснювався за результатами НМТ 2024 або 2025 років та розгляду мотиваційного листа, а для вступників на основі НРК6 та НРК7 усіх спеціальностей – за результатами розгляду мотиваційного листа. Важливою складовою прозорості є те, що програми та білети фахових випробувань для встановлення рівня вхідних компетенцій вступників на основі попередніх ступенів освіти (молодшого бакалавра чи фахового молодшого бакалавра) проходять процедуру затвердження на засіданнях випускових кафедр та навчально-методичних комісій факультетів і завчасно оприлюднюються на сайті. Використання мотиваційних листів дає можливість абітурієнту продемонструвати власну зацікавленість та усвідомленість вибору, а університету – об'єктивно оцінити підготовленість кандидата до навчання, що загалом робить процедуру вступу до РДГУ логічною, передбачуваною та максимально інформативною для кожного учасника вступної кампанії

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

До обговорення та затвердження вимог Правил прийому в РДГУ залучається широке коло суб'єктів, зокрема науково-педагогічні працівники випускових кафедр, члени навчально-методичних комісій факультетів та Вчена рада університету, що забезпечує колегіальність та високу якість прийнятих рішень, що було підтверджено під час зустрічі 9 з допоміжними структурними підрозділами. Правила враховують особливості освітньої програми «Маркетинг», зокрема специфіку підготовки фахівців, сучасні вимоги ринку праці та можливості академічної мобільності здобувачів освіти, що гарантує їхню повну доступність. Програми фахових випробувань оприлюднюються на сайті РДГУ в розділі «Вступнику» – «Приймальна комісія» (<https://surl.li/mojajg>). У 2025 р. вступ здійснювався: на підставі ПЗСО – за результатами НМТ (2025 або 2024) та розгляду мотиваційного листа; на підставі НРК6, НРК7 усіх спеціальностей – за результатами розгляду мотиваційного листа. Протягом звітнього періоду Правила прийому та інша документація щодо вступу на ОП зазнавали систематичних змін, які були зумовлені насамперед трансформацією національного законодавства та необхідністю приведення внутрішніх процедур у відповідність до оновлених Умов прийому, затверджених МОН України

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

Процедура визнання результатів навчання, здобутих на інших освітніх програмах, зокрема під час академічної мобільності, РДГУ є чітко регламентованою, прозорою та доступною для всіх учасників освітнього процесу. Вона врегульована комплексом внутрішніх нормативних актів, зокрема Положенням «Про визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти РДГУ, здобутих у формальній, неформальній та інформальній освіті» (<https://surl.li/rgdhrj>), Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність (<https://surl.li/audphy>) та Положенням про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення (<https://surl.li/bqorpbh>). Надійність визнання результатів навчання гарантується чітким алгоритмом: розгляд матеріалів відбувається на засіданні випускової кафедри на підставі офіційних документів із закладу-партнера, завірених у встановленому порядку, що містять перелік дисциплін, кредитів та опис системи оцінювання. Рішення кафедри фіксується у протоколі, який є підставою для допуску здобувача до подальшого навчання з уже визнаними результатами, що мінімізує суб'єктивізм та забезпечує академічні права студентів. Інформування здобувачів щодо можливостей перезарахування здійснюється системно через оприлюднення відповідної документації на офіційному сайті університету (<https://www.rshu.edu.ua/>), що дозволяє студентам заздалегідь планувати свою освітню траєкторію. Під час спілкування з науково-педагогічним персоналом, здобувачами вищої освіти та керівниками структурних підрозділів було підтверджено, що здобувачі освіти беруть участь у програмах академічної мобільності. У 2025 році звернень не надходило. Здобувачі під час зустрічі 4 зі здобувачами вищої освіти виявили поінформованість в питанні перезарахування результатів навчання. Крім того, практика інформування студентів та викладачів підтвердилася на зустрічі 8 з адміністративним персоналом

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

Процедура визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті в РДГУ, є чітко унормованою та базується на положеннях «Про визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти РДГУ, здобутих у формальній, неформальній та інформальній освіті» (<https://surl.li/aroorg>). Цей документ регламентує прозорий механізм перезарахування, що передбачає створення спеціалізованої експертної комісії для розгляду заяв здобувачів, вивчення поданих документів, а також ретельного співставлення змісту освітніх компонентів та обсягів кредитів ЄКТС із відповідними елементами освітньої програми. Надійність та об'єктивність визнання результатів забезпечується можливістю проведення додаткових співбесід із заявниками для уточнення глибини опанування матеріалу. Інформування здобувачів про можливості побудови індивідуальної освітньої траєкторії та механізми перезарахування здійснюється на системній основі через офіційні інформаційні ресурси ЗВО, інформування викладачами, що забезпечує відкритість процедури для всіх учасників освітнього процесу. Хоча безпосередньо за освітньою програмою «Маркетинг» випадків офіційного визнання результатів неформальної освіти поки не зафіксовано, здобувачі активно долучаються до різноманітних зовнішніх ініціатив, зокрема курсів «Діджитал маркетинг для студентів», «ICDL – Цифрова грамотність» (<https://surl.li/hhhoun>), спеціалізованих тренінгів з використання ChatGPT в маркетингу (<https://surl.li/gzctyb>), а також численних вебінарів та гостьових лекцій з військового маркетингу, сталого розвитку та фінансової грамотності (<https://surl.li/efduqn>, <https://surl.li/fwqlru>). Під час зустрічі 4 зі здобувачами вищої освіти здобувачі підтвердили поінформованість у процедурі визнання результатів неформальної освіти, однак залученість до офіційного визнання є низькою

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП та освітня діяльність за ОП загалом відповідають вимогам Критерію 3: прийом осіб на навчання здійснюється на основі чітких, прозорих та недискримінаційних Правил прийому в РДГУ, які щороку оновлюються відповідно до вимог МОН України та враховують специфіку підготовки маркетингологів. Правила прийому та програми фахових випробувань є публічними та доступними на офіційному сайті ЗВО, що забезпечує відкритість процедури конкурсного відбору. У РДГУ унормовано та оприлюднено процедури визнання результатів навчання, здобутих в інших закладах освіти (зокрема під час академічної мобільності), а також у межах неформальної та інформальної освіти. Разом з тим, попри поінформованість студентів про наявні механізми перезарахування, зафіксовано низьку залученість здобувачів до офіційного визнання результатів неформальної освіти та низьку заохоченість до участі у програмах академічної мобільності. Колегіальність прийняття рішень щодо правил прийому та перегляду документації забезпечується залученням викладачів випускової кафедри, гаранта ОП та Вченої ради, що підтверджує відповідність процедур академічним стандартам та вимогам ринку праці

Недоліки

Експертна група не встановила суттєвих недоліків за Критерієм 3 під час акредитаційної експертизи. Проте несуттєвим недоліком, ЕГ вважає обмежену практику визнання результатів навчання, отриманих на інших ОП та у неформальній та/або інформальній освіті

Рекомендації

1. Впродовж 2026/2027 навчального року експертна група рекомендує ЗВО та випусковій кафедрі посилити інформування здобувачів вищої освіти щодо можливостей визнання результатів навчання, отриманих на інших ОП та у неформальній та/або інформальній освіті, зокрема стимулюючи участь у програмах внутрішньої та зовнішньої академічної мобільності

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

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

Освітній процес за ОП відбувається на основі «Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ» (<https://surl.li/mhxncl>), «Положення про визнання результатів навчання здобувачів ВО РДГУ, здобутих у формальній, неформальній та інформальній освіті» (<https://surl.li/myfzpu>). Формами навчання на ОП є очна (денна) та заочна, що визначено в РП та силабусах ОК. Такі форми не суперечать вимогам Стандарту зі спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО. Освітній процес, згідно з навчальним планом, відбувається у вигляді лекцій, практичних і лабораторних занять, самостійної роботи, в т. ч. виконання курсової роботи, практична підготовка та підготовка кваліфікаційної роботи (<https://surl.li/xndyct>). Мовою освітнього процесу в РДГУ є державна мова, що відображено в РП та матеріалах ОК (продемонстровано в Moodle на зустрічі 6). Рекомендовані джерела інформації, наведені в РП та силабусах ОК, не мають джерел інформації держави-агресора. Для освітнього процесу використовується платформа Moodle, наповнення якої продемонстровано на зустрічі 6. Аналіз РП та силабусів ОК показав, що в них відображені методи, засоби та технології викладання та навчання, які дозволяють досягти кожну компетентність та ПРН, визначених для даного ОК. Форми та методи навчання за всіма обов'язковими ОК (проблемні лекції, дискусії, інд. завдання, написання рефератів тощо) заохочують активну участь здобувачів в освітньому процесі, що було підтверджено результатами опитування здобувачів (<https://surl.li/bhwjlb>). Викладачі вільно обирають підходи до викладання та навчальні матеріали, що свідчить про дотримання принципів академічної свободи і підтверджено на зустрічі 3 з академічним персоналом. Методи, методики та технології навчання та викладання відображені в ОП, де зазначається, що викладання і навчання здійснюється на засадах студентоцентрованого та компетентнісно-орієнтованого підходів. Студентоцентрованість ОП та академічна свобода забезпечується комплексом заходів на основі формування індив. освітньої траєкторії, в т.ч. за рахунок можливості вибору ОК, бази практики, теми курсової та кваліфікаційної роботи, академічної мобільності, зарахування результатів неформальної та інформальної освіти. В РДГУ, відповідно до «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в РДГУ» (<https://surl.li/snpgkj>), для врахування думки здобувачів щодо якості викладання НПП проводяться систематичні опитування, а також моніторинг якості освітнього процесу (п. 3.3.11 Положення), що підтверджено на зустрічах 8, 9 з адміністративним персоналом та допоміжними структурними підрозділами. Результати опитування здобувачів оприлюднюються на сайті РДГУ (<https://surl.li/bhwjlb>). Вони свідчать про задоволеність здобувачів ОП, набором ОК та якістю викладання (97,1%), що підтверджено ними на зустрічі 4. ЕГ дійшла висновку, що методи, засоби та технології навчання, які застосовуються на ОП "Маркетинг", дають можливості досягти визначених цілей та здобути запланованих ПРН

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)

Вимоги щодо форми оприлюднення інформації про зміст ОК, структури документів і форм навчально-методичного забезпечення врегульовані «Положенням про організацію освітнього процесу у РДГУ» (<https://surl.li/mhxncl>). Проте конкретні терміни оприлюднення інформації про ОК, крім вибору дисциплін, в документах не прописані. У робочих програмах та силабусах ОК ОП «Маркетинг» наведена інформація про цілі вивчення певного ОК, тематику, компетентності та результати навчання, порядок та загальні критерії оцінювання щодо поточної роботи та підсумкового контролю. Робочі програм, силабуси обов'язкових та вибіркових ОК, а також навчальні плани є у

вільному доступі (<https://surl.li/glxnym>). На сайті РДГУ є розклад занять здобувачів (<https://surl.li/thzvwp>), графіки освітнього процесу (<https://surl.li/lzqgrw>) та розклад екзаменів (<https://surl.li/betwln>). Інформування щодо цілей, змісту, очікуваних результатів навчання та критеріїв оцінювання здобувачі ОП за кожним ОК відбувається на першому занятті з навчальної дисципліни. На зустрічі 4 здобувачі підтвердили цю інформацію. Збирання та аналіз зворотного зв'язку від здобувачів щодо доступності та зрозумілості інформації про зміст ОК відбувається на основі опитування. Результати анкетування публікуються на сайті кафедри (<https://surl.li/bhwjlb>) і обговорюються на засіданнях кафедри. Це сприяє врахуванню думки здобувачів та можливості вносити корективи в освітній процес. Проте, на думку ЕГ, потрібно враховувати думку здобувачів також щодо оцінки конкретних ОК після їх вивчення, або можливості здобувачам надати відгук іншим зафіксованим способом

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

Дослідницька діяльність є складовою освітнього процесу за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для всіх здобувачів. В ОП 2025 р. включений ОК «Основи наукових досліджень», який надає здобувачам знання щодо методів наукових досліджень, які вони застосовують при написанні тез, статей, курсових і кваліфікаційних робіт. Для використання дослідницьких методів навчання в ОП-2025 включені такі ОК, як «Дослідження споживчих рішень», «Економічний аналіз для маркетингових рішень», «Маркетингова політика та дослідження», «Методи обробки та аналізу маркетингової інформації». Проте конкретні дослідницькі методи навчання за ОК визначити в РП не вдалося, так як вони стандартизовані у всіх ОК і включають словесний, практичний, наочний методи, роботу з навчально-методичною літературою, відеометод та самостійну роботу. При підготовці курсових та кваліфікаційних робіт здобувачі використовують аналіз літератури, статистичних даних, виконують завдання, які вимагають самостійного дослідження, що підтверджено аналізом РП ОК26, ОК21, ОК33, методичними рекомендаціями до ОК44 та кваліфікаційними роботами. Здобувачі ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти включені в напрямки наукових досліджень викладачів, які відбуваються за такими напрямками та проектами, як: «Динамічні креативні індустрії: розкриття потенціалу економіки ЄС та виклики для України» (Vibrant Creative Industries: Unveiling the Potential of the EU Economy and the Challenges for Ukraine) ERASMUS+ JEAN MONNET MODULE № 101172651 – VCIEU-CU – ERASMUS-JMO-2024-HEI-TCH-RSCH; НДР «Аналіз розвитку реальної економіки в умовах економічної турбулентності» (держ. реєстрація №0122U000751). Здобувачі приймають участь у роботі студентського гуртка «Marketing & Economics», роботі конференції «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», «Звітній науковій конференції викладачів, співробітників і здобувачів вищої освіти РДГУ» (15.05.2025р.), «Третього наукового пікніка», що підтверджено при зустрічі із адміністративним персоналом (зустріч 8). НПП та здобувачі мають можливість публікувати свої статті у науковому журналі, який видає РДГУ «Via Economica» (<https://surl.li/mproxp>). Публікації оприлюднені в репозиторії РДГУ та на сайті кафедри (<https://surl.li/payuzk>). За результатами опитування здобувачів, їх залученість до науково-дослідної роботи складає 82,9% (<https://surl.li/qoobxz>)

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

У ЗВО розроблення та оновлення робочих програм ОК унормовано «Положенням про робочу програму в РДГУ» (<https://surl.li/mgvgat>). Оновлення вносяться щорічно до початку нового навчального року, в тому числі у зв'язку зі змінами в ОП. Оновлення ОП у 2025 році стосовно назв освітніх компонентів показало, що вони мають дослідницьку складову (ОК7, ОК14-15; ОК25; ОК30). В ОК «Маркетингова політика та дослідження» (анотація ОК надана 14.04.2026 на запит ЕГ, п. 5) 12 із 15 тем присвячені маркетинговим дослідженням. Оновлення змісту ОК відбувається за ініціативи НПП на основі підвищення кваліфікації, наукових досягнень і сучасних практик, які обговорюються на наукових конференціях, під час стажування в ЗВО України та закордоном, інформація про які надана в таблиці 2 Звіту про самооцінювання ЗВО та в сертифікатах (<https://surl.li/pnhvpi>). В робочих програмах ОК викладачі пропонують свої наукові публікації, дотичні до тематики дисциплін, в списку рекомендованих джерел. Проте в робочі програми ОК в перелік основної літератури бажано додати посилання на власні розробки (підручники, посібники, методичні рекомендації), які є в наявності (частково були продемонстровані на зустрічі 6 на платформі Moodle). ЕГ дійшла висновку, що зміст освітніх компонентів в ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти оновлюється з урахуванням сучасних наукових досягнень і практик, про що свідчить оновлення в ОП 2025 року дисциплін відповідно до тенденцій сучасної маркетингової науки та практики, тому здобувачі отримують актуальні знання та навички в галузі маркетингу

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

Інтернаціоналізація діяльності РДГУ унормована «Положенням про стратегію інтернаціоналізації РДГУ, яке затверджене Вченою радою 22.12.2025. Стратегія інтернаціоналізації є складовою загальної Стратегії розвитку РДГУ та внутрішньої системи забезпечення якості освіти і науки (п. 1.2). Її метою є підвищення якості освіти і науки, зміцнення міжнародної конкурентоспроможності університету, інтеграція до Європейського простору вищої освіти та досліджень, а також формування відкритого академічного середовища (п. 2.1). Реалізація стратегії надає

можливість здобувачам скористатися правом академічної мобільності, що зафіксовано в п. 1.2 «Положення про порядок реалізації прав на академічну мобільність учасника освітнього процесу РДГУ» (<https://surl.li/fgpqoz>), а також отримання подвійних дипломів із закордонними ЗВО (<https://surl.li/zfkyzt>). Так, здобувачка ОП «Маркетинг» Павловська В. у 2023 році проходила навчання за програмою академічної мобільності «Erasmus+KA131» на базі Гуманітарно-природничого університету імені Я. Длугоша (м. Ченстохово, Польща). Стажування на базі закордонних ЗВО проходили НПП кафедри (Познань, Люблін, Краків, Рига, Суха-Бескідзка). Викладачі та студенти РДГУ мають доступ до міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science. Такі НПП, як Панюк Т.П., Крайчук С.О., Пляшко О.С., Стрільчук Р.М., що викладають на ОП «Маркетинг», мають профілі в Scopus та Web of Science. Також у РДГУ розпочався проєкт міжнародної освітньої співпраці з Інститутом освітніх медіа імені Лейбніца та Науковою бібліотекою Інституту Георга Еккерта (GEI) у м. Брауншвайг (Німеччина). Цей проєкт має на меті популяризацію української навчальної літератури у світі та представлення її міжнародній науковій спільноті (<https://surl.li/creydaq>)

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

Викладання та навчання за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в РДГУ відповідає вимогам Критерію 4 з недовіками, які стосуються пп. 4.2, 4.3, 4.4 та не є суттєвими, так як можуть бути виправлені впродовж року. Освітній процес за ОП «Маркетинг» відповідає вимогам законодавства. Методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню мети та програмних результатів навчання. Здобувачі приймають участь у науковій роботі кафедри за рахунок проведення досліджень в рамках тематики курсових та кваліфікаційних робіт. Позитивною практикою, на думку ЕГ, є те, що значна увага на ОП приділяється модернізації освітнього контенту програми шляхом запровадження сучасних дисциплін, які стосуються використання цифрових технологій, штучного інтелекту, дослідницьких ОК, завдяки чому здобувачі отримують актуальні знання та навички, які відповідають сучасним тенденціям маркетингової діяльності, також наявність власного наукового журналу, де здобувачі можуть публікувати свої дослідження, і розвиток інтернаціоналізації РДГУ, що надає широкі можливості здобувачам освітньої програми

Недоліки

1. У «Положенні про організацію освітнього процесу у РДГУ» не вказані конкретні терміни оприлюднення інформації про ОК здобувачам, крім вибіркових дисциплін. 2. Методи навчання за ОК в робочих програмах є стандартизованими та не включають дослідницьких методів. 3. У робочих програмах більшості освітніх компонентів серед основної літератури відсутні посилання на власні навчально-методичні розробки. 4. При комплексному опитуванні або в інший зафіксований спосіб здобувачі не мають можливості оцінити кожний ОК після його вивчення.

Рекомендації

1. Розробникам «Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ» до початку нового навчального року внести в документ інформацію про обов'язковий термін оприлюднення інформації про ОК здобувачам. 2. Розробникам форми робочої програми до початку нового навчального року додати в розділ «Методи навчання» дослідницькі методи, які можуть використовувати викладачі. 3. Науково-педагогічному персоналу впродовж нового навчального року активізувати роботу щодо публікації власних розробок навчально-методичного та наукового характеру з ОК, які вони викладають, або, при наявності, додати в робочу програму на новий навчальний рік. 4. Гаранту ОП та НПП на наступний навчальний рік надати можливість здобувачам оцінити кожний ОК за результатами його вивчення

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

Система контрольних заходів та оцінювання навчальних досягнень здобувачів у РДГУ за освітньою програмою «Маркетинг» побудована на принципах прозорості, об'єктивності та відповідності програмним результатам навчання. Процедури оцінювання регламентовані «Положенням про організацію освітнього процесу в РДГУ» (<https://surl.li/ukatln>) та «Положенням про оцінювання здобувачів вищої освіти» (<https://surl.li/ebxcgw>), які визначають поточний та підсумковий контроль як основні інструменти перевірки здобутих компетентностей. Визначені форми контролю — від поточних перевірок на практичних заняттях до семестрових екзаменів та публічного захисту кваліфікаційної роботи — дозволяють повною мірою верифікувати досягнення результатів навчання за кожним освітнім компонентом. Збалансованість встановлення балів досягається через їх чіткий розподіл у робочих програмах та силабусах, де враховується важливість та трудомісткість кожного контрольного заходу, а підсумкова оцінка формується за 100-бальною шкалою як сума балів за аудиторну роботу, модульний контроль, лабораторні дослідження та самостійну роботу. Прозорість і зрозумілість критеріїв забезпечується їх завчасним оприлюдненням на сайті кафедри ЕтУБ (<http://surl.li/gwulv>) та обов'язковим роз'ясненням викладачами на першому занятті з кожної дисципліни. Здобувачі мають можливість самостійно ознайомитися з формами контролю та критеріями оцінювання ще до початку вивчення компонентів через вебресурси факультету. Університет також впроваджує системний механізм зворотного зв'язку: шляхом анкетування (<https://surl.li/bhwjlb>) здійснюється збір інформації щодо чіткості та зрозумілості критеріїв оцінювання. Отримана інформація аналізується та використовується для вдосконалення освітнього процесу й коригування організації навчання, що підтверджується високим рівнем задоволеності здобувачів якістю та своєчасністю надання інформації про форми контролю. Такий підхід гарантує повну відповідність системи оцінювання сучасним стандартам та створює умови для справедливого і зрозумілого вимірювання навчальних досягнень студентів. Під час зустрічі 4 здобувачі вищої освіти підтвердили достовірність інформації щодо проведення опитувань, а також про вчасне донесення критеріїв оцінювання на 1 занятті

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

Атестація здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» у Рівненському державному гуманітарному університеті РДГУ повністю відповідає вимогам Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня, затвердженого наказом МОН України № 1343 від 05.12.2018 року. Формою підсумкового контролю, обраною для випускників 2025 року, є публічний захист кваліфікаційної роботи, що передбачено державним стандартом і є ефективним інструментом для встановлення рівня досягнення всіх визначених ПРН. Публічний захист дозволяє екзаменаційній комісії всебічно оцінити здатність здобувача інтегрувати теоретичні знання та практичні навички для розв'язання складних маркетингових задач, що підтверджується видачею диплома бакалавра маркетингу встановленого зразка. Нормативне регулювання всіх контрольних заходів у РДГУ здійснюється на підставі низки документів: «Положення про організацію освітнього процесу в РДГУ», «Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти РДГУ» та «Положення про екзаменаційну комісію у РДГУ». Дані акти, а також інші супутні інструкції, знаходяться у публічному доступі на офіційній вебсторінці закладу (<https://surl.li/cc/xklkkm>). Зазначені положення чітко регламентують порядок проведення іспитів, умови перескладання дисциплін та алгоритм оскарження отриманих оцінок через апеляцію. У РДГУ накопичення та систематизація наукового й освітнього доробку учасників освітнього процесу здійснюється через Інституційний репозитарій РДГУ (<https://surl.li/cc/qvuujx>), який функціонує як відкритий електронний архів для зберігання та верифікації текстів. Здобувачі та викладачі мають повний доступ до цього ресурсу, що забезпечує прозорість наукових результатів та дотримання принципів академічної доброчесності. Хоча в ході перевірки було виявлено певні технічні незручності у системі фільтрації (пошук за обмеженими показниками), факт наявності та доступності робіт у репозитарії підтверджується функціонуванням платформи та наявністю робіт на ній. Оскільки для спеціальності 075 «Маркетинг» на першому (бакалаврському) рівні освіти проведення ЄДКІ не є нормативно обов'язковим згідно з чинним законодавством, процедури аналізу результатів такого іспиту на ОП не застосовуються, а основна увага ЗВО зосереджена на забезпеченні якості виконання та публічності захисту кваліфікаційних робіт

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

Процедури проведення контрольних заходів у РДГУ за освітньою програмою «Маркетинг» системно регламентуються низкою внутрішніх нормативних актів «Положенні про організацію освітнього процесу в РДГУ», «Положенні про оцінювання здобувачів вищої освіти РДГУ», «Положенні про екзаменаційну комісію у РДГУ», «Положенні РДГУ про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення осіб, які навчаються в ЗВО, а також надання їм академічної відпустки». Практична реалізація цих документів виявляється у затвердженні Вченою радою навчального плану та розробці графіка освітнього процесу, згідно з яким розклад екзаменів оприлюднюється не пізніше ніж за місяць до початку сесії, що забезпечує належну підготовку всіх учасників. Доступність цієї нормативної бази для викладачів та студентів гарантується через офіційний сайт університету (<https://surl.li/cc/tunhfi>), де документи перебувають у вільному доступі, а додаткове інформування щодо

критеріїв оцінювання здійснюється через оприлюднення силабусів на вебресурсах кафедри ЕтУБ та проведення роз'яснювальної роботи на перших заняттях. Об'єктивність та неупередженість екзаменаторів забезпечується встановленням єдиних критеріїв оцінювання, наведених у робочих програмах, та створенням рівних умов для кожного здобувача, що підтверджується даними анонімного анкетування Центру моніторингу якості освіти, де переважна більшість студентів (83,3%) оцінили рівень об'єктивності на максимальні 5 балів. Запобігання конфлікту інтересів ґрунтується на засадах прозорості та відкритості оцінювання, і хоча за час функціонування ОП «Маркетинг» подібних інцидентів не виникало, університет має чітко регламентовану процедуру апеляції. Згідно з встановленим порядком, здобувач має право подати заяву на ім'я ректора протягом одного дня після оприлюднення результатів, що ініціює створення апеляційної комісії у складі представників адміністрації та кафедри для перегляду письмової роботи або тесту без залучення додаткового опитування. Попри те, що 100% здобувачів обізнані з порядком оскарження, за даною освітньою програмою випадків подання апеляцій чи повторного складання через незадовільні результати не відбувалося, що свідчить про стабільність та прозорість системи контролю знань. Здобувачі підтвердили обізнаність у сфері оскарження результатів навчання на Зустрічі 4 зі здобувачами

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

Політика, принципи та процедури дотримання академічної доброчесності в РДГУ системно регламентуються низкою внутрішніх нормативних актів, серед яких ключовими є «Положення про організацію освітнього процесу в РДГУ» (<https://surl.li/nzhdhj>), «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в РДГУ» (<https://surl.li/lkaxqq>), а також спеціалізоване «Положення про академічну доброчесність та систему запобігання академічному плагіату» (<https://surl.li/pezttd>). Ці документи визначають засади забезпечення етичних стандартів, заходи щодо підтримки принципів доброчесності, методи запобігання плагіату та види відповідальності за порушення, що доповнюється Програмою антикорупційних заходів на 2024–2026 роки та діяльністю Комісії з питань етики та академічної доброчесності (<https://surl.li/wpzhja>). Основним технологічним рішенням для виявлення порушень є рекомендована МОН України система «StrikePlagiarism.com», використання якої унормовано відповідним Порядком (<https://surl.li/alkhhv>) та наказами ректора. Договір надання послуг щодо цієї системи надано за запитом ЕГ від 10 квітня 2026 року. Процедура перевірки передбачає обов'язкове подання здобувачами рукописів кваліфікаційних робіт, підручників та посібників для аналізу на наявність текстових запозичень, за результатами якого оформлюється протокол аналізу звіту подібності, при цьому інші види робіт, як-от курсові чи поточні письмові завдання, можуть перевірятися за допомогою вільнодоступних систем. Обов'язковість та реальність перевірок підтвердили здобувачі на Зустрічі 4 та Зустрічі 9 з допоміжними структурними підрозділами. Накопичення та систематизація наукового й освітнього доробку учасників освітнього процесу здійснюється через Інституційний репозитарій РДГУ (<https://surl.li/kgqfag>), що функціонує як електронний архів для подальшого використання та верифікації текстів (<https://surl.li/cc/qvuujx>). Заходи реагування на порушення та види академічної відповідальності чітко визначені в університетських положеннях і включають зниження результатів оцінювання, повторне проходження контрольних заходів, призначення додаткових перевірок або розгляд питання на рівні завідувача кафедри. У випадку виявлення значного відсотка плагіату в кваліфікаційних роботах створюється спеціальна комісія, яка ухвалює рішення про доопрацювання або недопуск до атестації, при цьому кожна особа має право на апеляцію до ректора протягом десяти днів. На освітній програмі «Маркетинг» для забезпечення цих норм діє профільна комісія на чолі з доцентом Крайчуком С. О. та щорічно затверджується план заходів щодо реалізації політики доброчесності (<https://surl.li/ugrkqi>). За весь період реалізації ОП випадків порушення академічної доброчесності зафіксовано не було, а результати анкетування підтверджують, що 100% здобувачів отримали вичерпні роз'яснення щодо етичних стандартів та підтримують необхідність перевірки студентських робіт на плагіат (<https://surl.li/bhwjlb>)

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП та освітня діяльність за ОП загалом відповідають вимогам Критерію 5: система контрольних заходів та оцінювання результатів навчання в РДГУ базується на принципах прозорості, об'єктивності та чіткої відповідності програмним результатам навчання. Процедури оцінювання регламентовані внутрішніми положеннями університету, а форми контролю дозволяють повною мірою верифікувати досягнення компетентностей за кожним освітнім компонентом. Прозорість критеріїв забезпечується їх завчасним оприлюдненням у силабусах та на вебресурсах кафедри. Атестація здобувачів повністю відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, а публічний захист кваліфікаційних робіт є ефективним інструментом перевірки підготовленості випускників. В університеті діє чітка політика дотримання академічної доброчесності, що підтримується використанням системи «StrikePlagiarism.com», діяльністю профільної комісії та систематичним інформуванням учасників освітнього процесу. За результатами експертизи суттєвих недоліків у системі оцінювання та дотримання академічної доброчесності не виявлено

Недоліки

не виявлено

Рекомендації

Упродовж 2026/2027 навчального року рекомендується кафедрі та ЗВО в цілому продовжувати активну роботу у сфері популяризації принципів академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників

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

При ознайомленні з інформацією, наведеною у таблиці 2 відомостей про самооцінювання ЗВО, та її уточненням під час зустрічі з керівником та менеджментом РДГУ (зустріч 1), аналізом інформації на сайті кафедри економіки та управління бізнесом, відповіді на запит ЕГ від 14.04.2026, п. 4, ЕГ дійшла висновку, що академічна та професійна кваліфікації науково-педагогічних працівників, задіяних до реалізації ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, дозволяє забезпечити досягнення визначених в ОП цілей та ПРН. Також аналіз таблиці 2 звіту про самооцінювання РДГУ показав відповідність пункту 35 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Так, частка НПП, які викладають на ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, мають науковий ступінь, вчене звання та працюють за основним місцем роботи складає 83% за мінімально визначеною часткою в ЛУ – 50%; відповідають ОП за науковою спеціальністю (08.00.04) і працюють за основним місцем роботи – 4 НПП за мінімально визначеною часткою в ЛУ – 3 особи. Відповідність НПП, які забезпечують освітній процес за ОП "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, пункту 36 ЛУ щодо мінімальних 4 досягнень у професійній діяльності за останні 5 р. із визначених у пункті 38 ЛУ, складає від 4 і більше досягнень, що відповідає вимогам. Аналіз відповідності НПП пункту 37 ЛУ щодо освітньої та/або професійної кваліфікації свідчить, що всі НПП відповідають цій нормі або за освітою, або за науковою спеціальністю, що стосується ОК, які вони викладають. Стосовно відповідності 5 публікацій НПП у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років, освітнім компонентам, які вони викладають (інформація з табл.2 звіту ЗВО та відповіді на запит ЕГ від 14.04.2026, п. 4), ЕГ вважає, що така відповідність є підтвердженою, так як викладачі мають 5 і більше публікацій у фахових виданнях та виданнях, що індексуються у наукометричних базах Scopus, WoS. Викладачі, задіяні до реалізації ОП, мають документи, що підтверджують підвищення ними кваліфікації, сертифікати про участь у наукових заходах, публікаціях (<https://surl.li/hmbbws>)

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

Процедура конкурсного відбору НПП унормована «Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників у РДГУ», затвердженим 30.01.2025 р. (<https://surl.li/hxiyhc>), що забезпечує потрібний рівень професіоналізму викладачів для успішної реалізації освітньої програми. Конкурсний відбір проводиться на засадах відкритості, гласності, законності, рівності, неупередженого ставлення до кандидатів на зайняття вакантних посад НПП (п. 1.3). За Положенням посади НПП можуть займати особи, які мають науковий ступінь або вчене звання, а також рівень наукової та професійної активності, які передбачені у пунктах 36-38 ЛУ, та за своїми професійно-кваліфікаційними й моральними якостями відповідають вимогам, установленим до НПП Законами України «Про освіту», «Про вищу освіту» та умовами оголошеного конкурсу (п. 1.8). Проте відповідно до ЛУ також потрібно враховувати п.35, що не передбачено в Положенні. За наказом ректора створюється робоча група щодо питань проведення конкурсного заміщення посад НПП (<https://surl.li/bvfoxu>). РДГУ забезпечує оприлюднення інформації щодо конкурсу на офіційному сайті (<https://surl.li/wphedc>) та у ЗМІ про порядок проведення, вимоги до кандидатів, перелік та строки подання документів. В наказі (<https://surl.li/bvfoxu>) вказані терміни, в які буде проводитися конкурс у 2026 році. Документи від претендентів на посади НПП подаються у відділ кадрів РДГУ, який перевіряє наявність всіх необхідних документів для участі у конкурсному відборі, передбачених оголошенням (п. 2.6 Положення), що підтверджено на зустрічі 9 з допоміжними структурними підрозділами

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

РДГУ сприяє залученню до освітнього процесу роботодавців та професіоналів-практиків. Систематичне залучення підтверджується викладанням дисциплін професіоналами-практиками на умовах сумісництва (0,25 ст.). Це «Маркетингове ціноутворення» та «Маркетинг промислового підприємства». Кафедра економіки та управління, що є випусковою з ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, співпрацює з такими підприємствами та організаціями, як ТОВ «Рівень ЛТД», ПрАТ «Дікергофф Цемент», ТЗОВ «РівнеТур», ТОВ «Демавто», МПЗ «Городочок», ГО «Рівненська обласна організація УАМ», ТЗОВ «Аква-Родос», ТЗОВ «Опорядбуд», компанія «Старлайф», ТЗОВ «Кафіталія», ТЗОВ «Рентбудсервіс», ТОВ «ОПТ», ресторан «Нью-Йорк-Стріт-Піца», АТКБ «Приватбанк», ТЗОВ «Будівельна компанія ЗЕД», ТОВ «Салма-Фуд», ТОВ «Рівненська фабрика кави», ТОВ «Meowchi sushi», представники яких проводять гостьові лекції, майстер-класи, семінари, вебінари, приймають участь у обговоренні проєктів освітніх програм, що було підтверджено на зустрічі 5 зі стейкхолдерами. За результатами опитування РДГУ здобувачів, 97,1% із них підтвердили залучення роботодавців до освітнього процесу. Здобувачі також підтвердили це на зустрічі 4 з ЕГ, звернувши увагу на своїй зацікавленості в таких формах проведення навчального процесу

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

У РДГУ функціонує система професійного розвитку НПП, яка нормативно врегульована «Положенням про підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників у РДГУ» (<https://surl.li/cnjqnk>), «Положенням про порядок визнання результатів підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників РДГУ» (<https://surl.li/dcdnct>), які відповідають вимогам чинного законодавства. Інформація, представлена викладачами в таблиці 2 звіту про самооцінювання ЗВО, а також сертифікати, представлені на сайті (<https://surl.li/lasesf>), свідчать про дотримання ними законодавчих норм та внутрішніх положень щодо підвищення кваліфікації. Викладачі проходять стажування як у ЗВО України, так і в зарубіжних закладах. Відповідно до «Положенням про підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників у РДГУ» (п. 2.7), НПП можуть проходити підвищення кваліфікації на інших кафедрах РДГУ. У РДГУ створено систему стимулювання розвитку викладацької майстерності, яка базується на «Положенні про матеріальне заохочення та матеріальну допомогу працівникам РДГУ» (<https://cutt.ly/QCq9KvZ>), «Положенні про конкурс наукової та науково-технічної діяльності РДГУ «Науковець року»» (<https://surl.li/hpvnuo>), «Статуті РДГУ» (<https://surl.li/pdikhf>). В РДГУ щорічно проводиться рейтингове оцінювання НПП відповідно до «Положення про рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників РДГУ», затверджене 22.12.2025 (<https://surl.li/tbcrcw>), в якому зазначено, що метою рейтингового оцінювання є визначення порівняльної ефективності роботи НПП, активізація їхньої діяльності з усіх видів виконуваної роботи, узагальнення та розповсюдження передового досвіду, стимулювання професійного зростання, підвищення кваліфікації, продуктивності педагогічної та наукової праці, розвиток творчої ініціативи, накопичення статистичної інформації про динаміку розвитку науково-педагогічних працівників, стимулювання їхньої діяльності, спрямованої на підвищення якості освіти та встановлення відповідності показників роботи РДГУ вимогам українського законодавства, вітчизняних та міжнародних стандартів якості освіти. Рейтинг визначається окремо за посадами професора, доцента, старшого викладача, викладача. Результати оцінювання, які є у вільному доступі на сайті РДГУ (<https://surl.li/hwkhuF>), надають підстави для матеріального та морального заохочення переможців, що підтверджено на зустрічі 1 з керівником та менеджментом ЗВО. Викладачі випускової кафедри мають низку грамот і подяк, державні відзнаки, в тому числі гарант ОП «Маркетинг» Паламарчук О.С. (2025р.), Панюк Т.П. (2025р.), Пляшко О.С. (2023 р.), Стрільчук Р.М. (2024 р.), Хомич С.В. (2024 р.), які нагороджені Почесними грамотами РДГУ. Також на зустрічі 1 з керівником та менеджментом ЗВО були названі прізвища викладачів ОП «Маркетинг», яким за результатами рейтингової оцінки буде надана матеріальна винагорода

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає вимогам Критерію 6 з невеликим за пунктом 6.2, який не є суттєвим, так як може бути виправлений впродовж року. До реалізації ОП залучені викладачі, професійний та академічний досвід яких сприяє якісному викладанню навчальних дисциплін та дозволяє забезпечити досягнення визначених цілей та ПРН. Увесь науково-педагогічний персонал, який викладає на ОП, відповідає пунктам 35-38 Ліцензійних вимог впровадження освітньої діяльності, що підтверджується документами про освіту та науковий ступінь із відповідної спеціальності, а також науковою, науково-педагогічною та іншою професійною діяльністю відповідно до змісту навчальних дисциплін, що ними викладаються. В РДГУ розроблено чіткі вимоги до претендентів на посади НПП та рекомендації щодо термінів та критеріїв укладання контрактів, що дозволяє формувати високоякісний склад для реалізації ОП. Процедура конкурсного відбору викладачів прозора та зрозуміла. НПП постійно підвищують свою кваліфікацію як в українських, так і зарубіжних ЗВО. На ОП реалізується активне співробітництво з професіоналами-практиками, представниками роботодавців. В РДГУ щорічно проводиться рейтингування викладачів, результати якого викладаються у вільний доступ на сайті

університету. Позитивною практикою є дієвий механізм мотивування та стимулювання професійного розвитку НПП за рахунок матеріального та морального заохочення

Недоліки

У «Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників у РДГУ» не враховані вимоги п. 35 Ліцензійних умов.

Рекомендації

Розробникам «Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників у РДГУ» впродовж нового навчального року внести корективи щодо врахування п. 35 Ліцензійних умов.

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

Матеріально-технічне та навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг» у РДГУ сформовано у повній відповідності до Ліцензійних умов та спрямоване на ефективну реалізацію ПРН. Навчально-методичне забезпечення ОП виступає її основою та охоплює повний спектр ресурсів: від підручників та до комплексних навчально-методичних матеріалів для кожної дисципліни, що включають РП, конспекти лекцій, практичні та модульні завдання за кожною ОК. Усі ці матеріали є максимально доступними для здобувачів через систему Moodle, а також через ресурси бібліотечного фонду з сучасним електронним каталогом <https://surli.cc/fhipkq>, де наявний розділ для методичних посібників. Наповненість даних ресурсів було продемонстровано під час огляд матеріально-технічної бази та Резервної зустрічі 9. Таке змістовне наповнення дозволяє повною мірою досягнути визначених цілей, завдань та ПРН за кожним ОК, оскільки воно поєднує теоретичну підготовку з інструментами контролю та оцінювання. НП ОП, РП та силабуси ОК додатково доступні на сайті кафедри (<https://surli.cc/thpsab>). Додатковим джерелом знань слугує доступ до баз Scopus та Web of Science, що було підтверджено під час огляду матеріально-технічної бази. Реалізація ОП підкріплена сучасною базою, що включає спеціалізовані лабораторії та комп'ютерні класи з вільним Wi-Fi, обладнані необхідним мультимедійним устаткуванням. Під час огляду бази було підтверджено, що для всіх освітніх компонентів, які потребують спеціалізованого програмного забезпечення, ЗВО надає доступ до ліцензійних продуктів. Університет суворо дотримується політики використання виключно легального ПЗ; використання неліцензійного софту або програмного забезпечення країни-агресора повністю виключено. Крім того, на запит експертної групи, було надано підтвердження ліцензійних прав на використання програмного забезпечення, зокрема пакет Microsoft 365 A5, що забезпечує легальне використання офісних застосунків (Word, Excel, PowerPoint, Teams, Outlook тощо), інструментів для організації дистанційного та змішаного навчання, корпоративної пошти, хмарного зберігання даних. Висока якість середовища підтверджується анонімним анкетуванням (<https://surl.li/bhwjlb>): 82,9% здобувачів задоволені методичним наповненням, а 77,8% — освітнім середовищем загалом. Безпека процесу гарантована Актом готовності від 15.08.2025 р. та належним станом укриттів. Соціальна підтримка забезпечується Центром психологічної допомоги (<http://surl.li/dprkm>) та Центром ментального здоров'я (<https://surli.cc/fitlu>). Функціонування інституційного репозитарію (<https://surli.cc/qvuujx>) забезпечує накопичення академічних текстів та прозорість атестації. Хоча виявлено технічну незручність у системі фільтрації пошуку (за роком чи прізвищем), це не впливає на доступність самих матеріалів. Під час зустрічі 4 здобувачі особисто підтвердили повну задоволеність ресурсами університету, зазначивши, що наявне забезпечення дозволяє їм повноцінно досягати визначених результатів навчання за всіма компонентами 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

Забезпечення доступу викладачів та здобувачів за освітньою програмою «Маркетинг» до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів у РДГУ здійснюється через створення відкритого цифрового та матеріального середовища, що базується на вільному та безоплатному користуванні фондами бібліотеки, комп'ютерними лабораторіями та безпроводною мережею Wi-Fi, що було підтверджено під час огляду матеріально-технічної бази, що використовується під час реалізації ОП та зустрічі 4 зі здобувачами вищої освіти. Інформування учасників освітнього процесу про наявні ресурси відбувається системно через офіційний сайт університету, платформу дистанційного навчання Moodle, де розміщено повний обсяг навчально-методичних матеріалів, а також під час роз'яснювальної роботи на перших заняттях і через силабуси дисциплін, що підтверджується високим рівнем задоволеності здобувачів за результатами анкетування. Важливою складовою інформаційної екосистеми ЗВО є Інституційний репозитарій РДГУ (<http://repository.rshu.edu.ua/>), який успішно функціонує як відкритий електронний архів для накопичення та зберігання наукових, навчальних і методичних текстів, створених науковцями та студентами. Здобувачі вищої освіти та викладачі мають повний доступ до цього ресурсу, що дозволяє їм не лише використовувати академічний доробок колег для навчання та досліджень, а й забезпечувати прозорість власних наукових результатів і дотримання принципів академічної доброчесності в межах реалізації освітньої програми

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

РДГУ забезпечує систематичне вивчення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» через залучення Студентської ради та проведення анонімних анкетувань, результати яких дозволяють 97,2% студентів відчувати дієвість зворотного зв'язку. Наявність цих опитувань було підтверджено під час Зустрічі 7 із представниками органів студентського самоврядування. Отримані дані використовуються для корегування соціальної та організаційної підтримки, що підтверджується високим рівнем довіри здобувачів, де 86,1% опитаних оцінюють захист своїх прав на максимальний бал. Безпека освітнього середовища для життя, фізичного та ментального здоров'я гарантується функціонуванням Студентської соціальної служби, яка надає індивідуальні консультації студентам у складних обставинах, та діяльністю Лабораторії інклюзивного та особистісно-орієнтованого розвитку, що було підтверджено під час зустрічі 9 з допоміжними структурними підрозділами. Найчастішими викликами, з якими стикаються здобувачі, є адаптація до освітнього процесу, необхідність підтримки ментальної стійкості в умовах війни та ризику гіподинамії, для подолання яких ЗВО впроваджує широкий спектр спортивних секцій, тренінгів проти насильства та дискусійних панелей щодо духовності та психоемоційного ресурсу. Важливим каналом зворотного зв'язку є також «скринька довіри», яка була продемонстрована під час огляду матеріально-технічної бази, що використовується під час реалізації ОП. Ефективність цих заходів підтверджується не лише статистикою задоволеності, а й створенням відкритої системи комунікації через кураторів, соціальні мережі та месенджери, що забезпечує оперативне реагування на будь-які запити учасників освітнього процесу та сприяє формуванню безпечної й підтримуючої академічної спільноти. Наявність спеціалізованих інформаційних заходів задля підтримки ментального здоров'я та активна робота кафедри економіки та управління бізнесом у напрямі соціально-розвивальних проєктів дозволяють здобувачам успішно долати виклики та реалізовувати свій потенціал у межах обраної професійної траєкторії

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

Комунікація зі здобувачами за освітньою програмою «Маркетинг» у Рівненському державному гуманітарному університеті побудована як багатоканальна система, що поєднує безпосередню взаємодію з кураторами, роботу через деканат факультету менеджменту, економіки та природничо-технічної освіти, а також використання сучасних цифрових платформ, таких як Moodle, Google Meet, Zoom, соціальні мережі Facebook і месенджер Viber. Згідно з внутрішніми оцінками та результатами анкетування, таку комунікацію визнано високоефективною, оскільки 97,2% здобувачів відзначають якісний зворотний зв'язок, а понад 86% опитаних повністю задоволені рівнем наданої підтримки. Аналіз комунікаційних процесів у складних умовах воєнного стану виявив потребу в посиленні психоемоційного супроводу та ще оперативнішому реагуванні на запити студентів у кризових ситуаціях, у зв'язку з чим у 2025 році було відкрито Центр ментального здоров'я та розширено мережу онлайн-консультацій, роботу якого було підтверджено під час зустрічі 4 зі здобувачами вищої освіти та зустрічі 9 допоміжними структурними підрозділами. Механізми підтримки на ОП включають освітню та інформаційну допомогу через систему Moodle, діяльність «Студентської соціальної служби» для захисту прав пільгових категорій, а також роботу Лабораторії інклюзивного та особистісно-орієнтованого розвитку для осіб з особливими потребами. Достатність підтримки під час дистанційного навчання демонструється через повне методичне забезпечення дисциплін у цифровому форматі та постійну доступність викладачів у месенджерах і через електронну пошту, що дозволяє студентам отримувати консультації у режимі реального часу. Соціальна підтримка на практиці реалізується через надання безкоштовної психологічної допомоги, проведення тренінгів щодо подолання стресу та дискримінації, а також через активну роботу Студентської ради, яка допомагає у вирішенні побутових та організаційних питань, створюючи безпечне та сприятливе для навчання середовище

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

РДГУ системно забезпечує реалізацію прав на освіту для осіб з особливими освітніми потребами, створюючи інклюзивне середовище, що базується на поєднанні інформаційної прозорості, соціальної підтримки та інфраструктурної доступності. Детальна інформація щодо спеціальних умов вступу та пільгових категорій перебуває у відкритому доступі на офіційному сайті ЗВО (<https://surli.cc/uuieru>), що дозволяє абітурієнтам заздалегідь ознайомитися з можливостями навчання. Ключову роль у супроводі таких здобувачів відіграє Центр «Студентська соціальна служба» (<https://surli.cc/gkreoj>), який надає комплекс соціальних послуг, спрямованих на поліпшення становища вразливих груп студентської молоді та сприяння їхній самореалізації через проведення різноманітних заходів та індивідуальну підтримку, що було підтверджено під час Зустрічі 9 з допоміжними структурними підрозділами. Питання фізичної доступності навчального простору вирішується через дотримання норм ДБН В.2.2-40:2018 «Інклюзивність будівель і споруд», що підтверджено проведеними експертизами приміщень університету та затвердженим планом заходів щодо забезпечення безперешкодного доступу для маломобільних груп населення, наявність даних засобів було підтверджено під час огляду матеріально-технічної бази, що використовується під час реалізації ОП. Незважаючи на те, що на даний момент на освітній програмі «Маркетинг» здобувачі з особливими освітніми потребами не навчаються, наявна матеріально-технічна база та регламентовані процедури соціально-психологічного супроводу гарантують повну готовність закладу до забезпечення якісного освітнього процесу для таких осіб у разі їхнього вступу.

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 РДГУ антикорупційні політики та процедури реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання чи інших конфліктних ситуацій системно унормовані через низку нормативних актів, доступних для всіх учасників освітнього процесу. Процедура врегулювання випадків дискримінації та сексуальних домагань регламентується «Положенням про політику попередження і боротьби з сексуальними домаганнями» (<https://surli.cc/tblxrx>), а питання булінгу визначені у відповідних документах (<https://surli.cc/enalph>, <https://surli.cc/gikirj>). РДГУ реалізує антикорупційну політику через відповідну програму на 2024–2026 роки (<https://surli.cc/meqwpt>), виконання якої контролюється уповноваженою особою, до якої здобувачі можуть звернутися через цифрову «Скриньку довіри», яка була проденомонстрована під час огляду матеріально-технічної бази, що використовується під час реалізації ОП, або за контактами, розміщеними на інформаційних дошках факультету. Послідовність застосування цих норм забезпечується через координацію роботи Центру «Студентська соціальна служба» та Офісу студентського омбудсмена, які виступають ключовими ланками у захисті прав здобувачів та наданні їм соціальної підтримки, що було підтверджено під час зустрічі 7 із представниками органів студентського самоврядування. За час реалізації освітньої програми «Маркетинг» випадків офіційного застосування процедур реагування на корупцію, булінг чи домагання зафіксовано не було, що підтверджується результатами анонімного анкетування, де 100% здобувачів зазначили відсутність особистого досвіду зіткнення з хабарництвом чи дискримінацією з боку працівників. Органи студентського самоврядування долучаються до вирішення проблемних питань через Офіс омбудсмена та участь у просвітницьких проєктах, таких як акція «16 днів проти гендерно обумовленого насилля» чи дискусійні панелі щодо ментальної стійкості, що сприяє формуванню культури нульової толерантності до будь-яких форм насилля та зловживань у межах освітнього середовища, що було підтверджено під час зустрічі 7 із представниками органів студентського самоврядування та зустрічі 4 зі здобувачами вищої освіти.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОП та освітня діяльність за ОП загалом відповідають вимогам Критерію 7: матеріально-технічна база та навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг» у РДГУ сформовані у відповідності до Ліцензійних умов та забезпечують реалізацію програмних результатів навчання. Освітній процес забезпечений сучасною інфраструктурою, що включає спеціалізовані лабораторії, комп'ютерні класи та вільний доступ до мережі Wi-Fi. Навчально-методичні матеріали в повному обсязі розміщені на платформі Moodle, що гарантує здобувачам цілодобовий доступ до ресурсів. В університеті створено безпечне освітнє середовище (наявність облаштованих укриттів) та розвинену систему соціально-психологічної підтримки, зокрема через Центр ментального здоров'я та Студентську соціальну службу. Результати анкетування підтверджують високий рівень задоволеності здобувачів (97,2%) якістю зворотного зв'язку та доступністю ресурсів.

Недоліки

1. Під час перевірки роботи Інституційного репозитарію РДГУ виявлено обмеженість функціоналу пошуку, що створює технічні незручності для користувачів, оскільки пошук робіт можливий лише за вузьким переліком показників (рік або прізвище автора)

Рекомендації

1. Адміністрації університету та технічним службам рекомендується вдосконалити інтерфейс та пошуковий алгоритм Інституційного репозитарію РДГУ, розширивши перелік фільтрів для пошуку (наприклад, за ключовими словами, назвою теми або освітньою програмою), що зробить користування цифровим архівом зручнішим для викладачів та здобувачів

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

РДГУ послідовно здійснює процедури розробки, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП. У своїй діяльності для моніторингу та періодичного перегляду ОП "Маркетинг" ЗВО керується такими нормативно-правовими документами: "Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в РДГУ" (<https://surl.li/lkaxqq>), "Положення про експертизу освітніх програм та навчальних планів" (<https://surl.li/uquurt>), "Положення про організацію освітнього процесу в РДГУ" (<https://surl.li/nduasx>), "Положення про освітню програму" (<https://surl.li/qciuxr>), "Положенням про стейкхолдерів освітнього процесу у РДГУ" (<https://surl.li/wnoyyn>), згідно з якими моніторинг та періодичний перегляд ОП відбувається щорічно поетапно на засіданнях кафедр, навчально-методичних комісій факультетів, спеціальних експертних комісій Навчально-методичної ради та вченої ради, закріплюється право університету самостійно розробляти освітні програми, визначати їх спеціалізації та зміст освітніх компонентів, регулюються процедури розробки, затвердження та моніторингу програм і залучення стейкхолдерів. На сайті представлена Гугл-форма для подання освітніх програм і навчальних планів на експертизу (<https://surl.li/iktrwa>). Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм у РДГУ проводиться щорічно експертними комісіями та робочими групами за ініціативи гарантів на підставі результатів анкетування здобувачів, пропозицій стейкхолдерів та аналізу потреб ринку праці. ЕГ підтвердила даний факт на зустрічі з фокус групами (академічним персоналом, здобувачами, стейкхолдерами). Гарант ОП зазначила, що ОП переглядається та вдосконалюється за результатами аналізу матеріально-технічного, інформаційного, кадрового забезпечення та пропозицій стейкхолдерів. Також варто зазначити, що в університеті діє Стратегія розвитку РДГУ на 2026–2030 рр. (<https://surl.li/tclgrw>, метою якої у сфері "Академічна досконалість і сучасний освітній простір" є "розроблення нових та оновлення наявних освітніх програм відповідно до нормативних акредитаційних вимог, запитів ринку праці та суспільства; моніторинг забезпечення якості надання освітніх послуг і результатів навчання". Залучення зовнішніх стейкхолдерів у періодичний перегляд ОП підтверджується членством у групі стейкхолдерів ОП та наданням рецензій (<https://surl.li/bainpg>)

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 онлайн-зустрічей експертної групи зі здобувачами вищої освіти та представниками студентського самоврядування (зустрічі 4, 7) було підтверджено їх участь у процесах удосконалення освітнього процесу та освітньої програми "Маркетинг". Зокрема, здобувачі мають можливість вносити пропозиції щодо змін до навчального плану (наприклад, здобувачка ОП запропонувала перенесення ОК "Філософія" з 3 у 7 семестр (витяг з протоколу №14 від 22.11.2024 р.), що було враховано та реалізовано. На зустрічі 7 ЕГ було підтверджено, що здобувачі вищої освіти запрошуються на засідання кафедр, залучаються на засідання навчально-методичних комісій, що проводять експертизу ОП для участі в обговореннях ОП, є учасниками управлінських структур університету – вченої ради, навчально-методичних рад. На зустрічі зі здобувачами (зустріч 4) та адміністративним персоналом (зустріч 8) було підтверджено систематичні різнопланові опитування щодо якості освітніх послуг та траєкторії працевлаштування, особливостей адаптації здобувачів вищої освіти до умов навчання, отриманих результатів від вивчення освітніх компонент ОП, очікувань від вивчення освітніх компонент за освітньо-професійною програмою та ін. (<https://surl.li/pgmsnf>, <https://surl.li/qgxfrb>), які оновлюються відповідно до потреб ЗВО, стейкхолдерів, ринку праці. Здобувачі залучаються до обговорення результатів анкетування на засіданні кафедри економіки та управління бізнесом (протокол № 3 від 21.03.2025 р.; протокол № 2 від 23.01.2026 р.). Результати опитувань розглядаються Центром якості освіти, оприлюднені у вигляді загальноуніверситетського звіту, що враховується під час перегляду освітніх програм (<https://surl.li/hltigj>), результати опитувань щодо ОП Маркетинг (<https://surl.li/ykesqo>)

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

Під час зустрічі із гарантом ОП та стейкхолдерами ЕГ було встановлено, що на ОП підтримується системна співпраця з представниками бізнес-середовища, які регулярно беруть участь у процесах удосконалення освітньої програми "Маркетинг"; працює Рада роботодавців та випускників РДГУ (<https://surl.li/tnirrw>), до складу якої на постійній основі входять професіонали-практики у сфері маркетингу. Роботодавці долучаються до обговорень на розширених засіданнях кафедри економіки та управління бізнесом, де висловлюють конкретні пропозиції щодо змістового наповнення освітніх компонентів та актуальних потреб ринку праці. Зокрема, на зустрічі із стейкхолдерами (зустріч 5) віце-президент Української асоціації маркетингу, директор Рівненської обласної організації УАМ, експерт аналітичної групи "Стратегіко", професіонал-практик, член Ради роботодавців підтвердив, що залучений до викладання ОК "Маркетингове ціноутворення", "Маркетинг промислового підприємства", бере активну участь щодо практичної спрямованості навчальних матеріалів та залученні здобувачів під час роботи над проектами міжнародних фондів; директор ТОВ "Рівненська фабрика кави", член Ради роботодавців підтвердив, що співпрацює з кафедрою у питаннях практичної підготовки здобувачів, працевлаштування, систематичного проведення екскурсій на виробництво, надаючи бази для проходження практики; керівниця комунікаційно-маркетингової компанії, міжнародних проектів, член Ради роботодавців разом зі співвласником компанії "Старлайф" долучалася до проведення гостьової лекції "Фінансова грамотність", надавала рекомендації щодо посилення взаємодії між владою, бізнесом і освітою, посилення комунікаційних навичок здобувачів, що були враховані під час перегляду змісту ОК; директор "Meowchi Sushi" підтвердила надання рекомендацій щодо впровадження аналітичних інструментів в ОК; начальник відділу маркетингу та збуту ТОВ "Рівень ЛТД" зазначив про достатньо високий рівень підготовки здобувачів, які були залучені для проходження практичної підготовки. Роботодавці щорічно проходять опитування (<https://surl.li/qhofsk>), результати яких (<https://surl.li/kxgwie>) враховуються під час перегляду ОП, оновлення змісту ОК. Рецензії роботодавців на освітню програму (<https://surl.li/dvghmc>) містять конкретні оцінки компетентностей, які формуються у здобувачів, та рекомендації щодо їх розвитку. Ці документи обговорюються на засіданнях кафедри, де приймаються рішення про впровадження запропонованих змін. Характеристика здобувачів після проходження практичної підготовки також аналізуються викладачами як зворотний зв'язок про відповідність набутих навичок потребам роботодавців. Дієвою формою врахування інтересів роботодавців за ОП Маркетинг є також комунікація під час проведення щорічного ярмарку професій, днів відкритих дверей в РДГУ

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

ЕГ встановила, що ЗВО і кафедра економіки та управління бізнесом постійно проводиться робота щодо з'ясування кар'єрного шляху випускників. Центр якості освіти РДГУ (<https://surl.li/olzizr>) здійснює їх щорічне опитування щодо подальшого працевлаштування (<https://surl.li/faxfxu>), що було підтверджено на зустрічі з адміністративним персоналом (зустріч 8). За результатами опитування (<https://surl.li/veegbc>) 88,9% випускників ОП "Маркетинг" працюють за здобутою професією (кваліфікацією), 100% задоволені рівнем освітніх послуг та підтвердили можливість здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності, під час навчання та практичної підготовки, а також достатній зміст ОП (набір ОК) для успішної роботи за фахом. Обговорення та аналіз результатів опитування випускників кафедри проводяться на засіданнях кафедри (витяг з протоколу № 9 від 27.06.2025 р., наданий на запит ЕГ), що враховуються під час перегляду ОП. На зустрічі зі стейкхолдерами (зустріч 5) випускник зазначив, що тісно співпрацює з кафедрою, бере участь в оновленні змісту практичної підготовки, залучається до обговорення при періодичному перегляді ОП шляхом опитувань, неформальних бесід із гарантом та завідувачкою кафедри, участі у круглих столах. Випускники ОП Маркетинг (з 2023 р.) працюють на посадах контент-мейкера, контент менеджера, маркетологами компаній різних сфер бізнесу (<https://surl.li/bjdtkt>). ЕГ засвідчує, що в РДГУ при реалізації ОП Маркетинг наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників

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

Внутрішня система забезпечення якості в РДГУ для ОП "Маркетинг" побудована на принципах постійного моніторингу та зворотного зв'язку зі стейкхолдерами, що дозволяє оперативного вдосконалювати зміст навчання. Під час зустрічі ЕГ із адміністративним персоналом (зустріч 8) з'ясовано, що моніторинг освітнього середовища відбувається раз на рік, результати опитувань узагальнюються Центром якості освіти, висвітлюються у звіті про стан забезпечення якості освіти в РДГУ та оприлюднюються на сайті РДГУ (<https://surl.li/evpnob>). Для моніторингу проводяться та аналізуються результати ректорських контролів (<https://surl.li/wnhdra>), заліково-екзаменаційних сесій (<https://surl.li/gnueyn>), оцінювання НПП (<https://surl.li/bfflyl>), опитувань внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів (<https://surl.li/ehzdwu>, <https://surl.li/wgccsg>, <https://surl.li/veeeby>, <https://surl.li/yqbnon>). Гарант програми зазначила, що в межах ОП результати опитувань обговорюються на засіданнях кафедри і фіксуються в протоколах (надано на запит ЕГ). ЕГ з'ясовано, що гарантом ОП регулярно проводяться зустрічі зі здобувачами

освіти, що стосуються якості викладання, організації освітнього процесу та змістового наповнення дисциплін. Конкретним прикладом реагування на результати моніторингу є перегляд переліку обов'язкових ОК: у 2025 році до програми внесли зміни за пропозиціями роботодавців, що зафіксовано у проток. кафедри №14 від 22.11.2024 р. (надано на запит ЕГ), напр., розширено і підсилено зміст ОК "Маркетингова інформація", "Економіка підприємства" та трансформовано їх на ОК "Методи обробки та аналізу маркетингової інформації", "Економіка та управління підприємством". Професіонали-практики та академічна спільнота активно залучені до процесу моніторингу ОП через рецензування (<https://surl.lu/cmqlfj>). Напр., представники бізнесу акцентували на необхідності розширення та посилення фахових компетенцій, практикоорієнтованості при вивченні окремих ОК, що було враховано в ОК "Стандартизація та оцінка відповідності", "Методи обробки та аналізу маркетингової інформації", "Економіка та управління підприємством". Представники академічної спільноти рекомендували для посилення особливостей та унікальності ОП додати СК та ПРН, що було враховано, а також додано ОК "Маркетинг креативних індустрій". Надані пропозиції та рекомендації від стейкхолдерів систематизуються та публікуються (<https://surl.li/oddjhs>)

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

Після проведення акредитаційних експертиз Центром якості освіти проводиться робота по узагальненню інформації (<https://surl.li/ferpzz>). Для усунення зауважень та виконання рекомендацій ЕГ та ГЕР розроблено план, а потім сформовано звіт щодо удосконалення ОП Маркетинг (<https://surl.li/ya1woy>). За кожним із критеріїв відповідно до рекомендацій надано пояснення щодо їх виконання або обґрунтування причин, з яких певні пропозиції не було впроваджено або було реалізовано відповідно до чинних внутрішніх положень та політик університету, що було підтверджено на зустрічах з гарантом та зустрічах 1, 2, 8. Мета ОП була актуалізована відповідно до проекту стратегії розвитку РДГУ на 2026–2030 рр.т і доповнена матрицями відповідності РН, ЗК і СК. У силабусах запроваджено опис тем для забезпечення РН та визначено місце кожної дисципліни у структурно-логічній схемі з наведенням пререквізитів та постреквізитів, деталізовано критерії оцінювання практичних робіт відповідно до Положення про силабус. У структурі ОП додано інформацію про денну та заочну форми навчання, в навчальному плані дисципліну "Економіка праці і соціально-трудова відносини" перенесено на 4 семестр, у 1 семестрі впроваджено "Сучасну економічну теорію". Для забезпечення академічної свободи проведено інформаційну зустріч щодо процедури вибору дисциплін на наступний рік, що підтверджено на зустрічі 4, всі силабуси вибіркового курсів оприлюднено на сайті до початку процедури вибору (<https://surl.li/awgevu>). Активізовано заходи з популяризації неформальної освіти та академічної мобільності, зокрема через програми від United Nations Vienna, Erasmus+ (французько-український обмін), Центральньо-Європейського університету, Університету в Ченстохові та Програму Лідерства 2025 у Меджибожі. До навчального процесу та гостьових лекцій залучено практиків компаній "Starlife", "ФАРТУХ shop", Української асоціації маркетингу. Внутрішня система якості підкріплена Положеннями про освітню програму, її моніторинг та про гаранта (<https://surl.li/qmqldo>). Удосконалено механізм і процедуру громадського обговорення проектів ОП через регламентацію формування робочих груп з дотриманням ліцензійних умов та залученням стейкхолдерів та оновлення форм рецензій. Щодо рекомендацій про врахування Профстандарту "Рекламист" та оновлення назви кафедри надано пояснення. Наприклад, що назва кафедри визнана такою, що повністю відповідає Постанові КМУ №1021, але можливість перегляду розглядається, про що засвідчено на зустрічі з кривником та менеджментом (зустріч 1). Також НПП кафедри, що залучені до реалізації ОП пройшли підвищення кваліфікації (стажування) у Волинському національному університеті ім. Л. Українки на кафедрі маркетингу; підсилено публікаційну активність в розрізі ОК, що викладаються на ОП (<https://surl.li/scorzr>). ЕГ підтверджує відповідальне врахування ЗВО зауважень та рекомендацій ЕГ та ГЕР

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

Академічна спільнота РДГУ формує культуру якості ОП "Маркетинг" через багаторівневу систему відповідальності та залученість усіх учасників освітнього процесу, що закріплено у Положенні про внутрішню систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти РДГУ. Процес постійного розвитку програми забезпечується: 1) внутрішнім моніторингом ОП, обговоренням ОП з НПП, внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами, проведенням опитувань, розглядом ОП та результатів моніторингу, обговоренням щодо якості ОП групою забезпечення, розглядом ОП кафедрою економіки та управління бізнесом; 2) обговоренням ОП на навчально-методичній комісії (НМК) факультету; 3) розміщенням проекту ОП для громадського обговорення на сайті РДГУ; 3) розглядом ОП навчально-методичною радою, для чого створюються експертні комісії, які проводять експертизу ОП і навчальних планів (витяги з протоколів засідань експертної комісії публікуються на сторінці Центру якості освіти (<https://surl.li/bnoloq>); 4) обговоренням рекомендацій експертних комісій із гарантами ОП та внутрішніми стейкхолдерами на засіданнях НМК факультетів, де реалізується ОП (<https://surl.li/wpuqwp>; <https://surl.li/bjfkew>; <https://surl.li/inpanx>; <https://surl.li/jxrqud>; <https://surl.li/qjqrtn>; <https://surl.li/zwjbxn>; <https://surl.li/hovpae>; <https://surl.li/bkcdli>); 5) затвердженням ОП на навч-метод. радах; 6) затвердженням Вченою радою РДГУ; 7) оприлюдненням ОП на сайті (<https://surl.li/ixnpzw>). Результати моніторингу щорічно обговорюються на засіданнях кафедри, де на основі аналізу відгуків здобувачів та роботодавців приймаються рішення про оновлення ОК. Отже, важливими елементами культури якості є створення умов для творчого навчання, забезпечення вибіркової дисциплін (<https://surl.li/jfpcff>), впровадження інноваційних технологій та методів навчання, здійснення постійного моніторингу й експертизи ОП з урахуванням усіх учасників освітнього процесу (<https://surl.li/ivnsob>), підвищення кваліфікації та професійних навичок НПП, міжнародне семестрове стажування викладачів (<https://surl.li/dlkorpp>),

участь студентського самоврядування в управлінні навчальним закладом (<https://surl.li/wjukti>), створення умов для залучення здобувачів вищої освіти до наукових досліджень (<https://surl.li/btmskp>), у міжнародних програмах обміну та в навчанні за подвійним дипломом, короткостроковій академічній мобільності (<https://surl.li/ptlkoj>)

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ підтверджує, що освітня програма "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у РДГУ відповідає стандартам якості за Критерієм 8. В університеті функціонує дієва система внутрішнього забезпечення якості, яка включає прозорі та чітко прописані механізми проектування, затвердження, періодичного перегляду та моніторингу ОП та її компонентів (підкритерій 8.1). Усі зазначені процеси інтегровані в загальну політику якості НаУОА та спираються на результати регулярного зворотного зв'язку від студентів, роботодавців та інших зацікавлених осіб, що гарантує безперервний розвиток програми (підкритерій 8.2-8.3). Завдяки налагодженій системі різнопланових опитувань РДГУ оперативно адаптує освітню діяльність до потреб ринку праці (підкритерій 8.5). Крім того, при вдосконаленні ОП РДГУ систематично враховує рекомендації та зауваження, отримані під час зовнішніх перевірок та акредитацій (підкритерій 8.6). Університет успішно сформував цілісну культуру якості, яку поділяють та поширюють усі учасники академічної спільноти (підкритерій 8.7). Позитивною практикою ЕГ відзначає системне проведення, обговорення та вхування результатів різнопланових опитувань внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів щодо особливостей адаптації здобувачів вищої освіти до умов навчання; академічної мобільності; правил академічної доброчесності та використання ІІІ в освіті; реалізації права вільного вибору навчальних дисциплін; отриманих результатів від вивчення освітніх компонент ОП; якості організації освітнього процесу, включаючи НПП; очікувань від вивчення ОК та ін.

Недоліки

не виявлено

Рекомендації

Продовжувати вдосконалювати систему моніторингу якості освітньої програми шляхом впровадження сучасних аналітичних інструментів та оптимізації каналів зворотного зв'язку, для залучення всіх категорій стейкхолдерів

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Критерій 9. Прозорість та публічність:

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

Права і обов'язки учасників освітнього процесу в РДГУ визначаються: "Статутом Рівненського державного гуманітарного університету", затвердженим наказом МОН України № 842 від 13.06.2017 р. (<https://surl.li/hptmlw>) та проектом Статуту, затвердженим на конференції трудового колективу університету (протокол № 2 від 22.12.2025 р.), що зараз на погодженні в МОН України (<https://surl.li/xunvtg>); "Правилами внутрішнього розпорядку РДГУ", затвердженими на конференції трудового колективу університету (протокол № 1 від 13.06.2016 р.) (<https://surl.li/wlzp dq>); "Положенням про організацію освітнього процесу в РДГУ", затвердженим на засіданні вченої ради РДГУ (протокол №13 від 22.12.2025 р.) (<https://surl.lu/wy dq dn>). На думку експертної групи, правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу є чіткими та зрозумілими. За висновками, які зробила експертна група в результаті проведеної акредитаційної експертизи, всі учасники освітнього процесу під час реалізації освітньої програми послідовно дотримуються цих правил і процедур. Всі документи, що стосуються освітнього процесу РДГУ, розміщені у вільному доступі на веб-сайті університету в рубриках "Публічна інформація", "Навчання" (<https://surl.li/yovcswu>), "Локальні документи університету" (<https://surl.li/xzfigs>), чим забезпечується їхня публічність та доступність для всіх учасників освітнього процесу

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

РДГУ 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 (<https://surl.li/qlfrig>, <https://surl.li/rglnee>). З метою отримання зауважень та пропозицій зацікавлених сторін в проєкті програми вказується електронна пошта Гаранта, на яку пропонується надсилати зауваження та пропозиції. Також діє постійна загальна анкета (<https://surl.li/pkpzdr>) з вбудованою рецензією для можливості залишати рекомендації/порадивідгуків на освітні програми РДГУ. Крім того, зауваження та пропозиції від зацікавлених сторін вислуховуються під час публічного обговорення освітньої програми на розширених засіданнях кафедри економіки та управління бізнесом, де реалізується ОП "Маркетинг". До цих засідань долучаються зокрема здобувачі та роботодавці. Отримані зауваження та пропозиції беруться до уваги та враховуються під час оновлення освітньої програми. Про це свідчать витяги із протоколів розширених засідань кафедри, надані у відповідь на запит експертів. Здобувачі та стейкхолдери під час Зустрічей 4 та 5 відповідно підтвердили свою залученість до обговорення освітньої програми

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

За результатами проведених зустрічей із зацікавленими сторонами, експертна група зробила висновок, що труднощів з пошуком на вебсайті необхідної інформації не виникло. ЗВО забезпечує на своєму офіційному вебсайті відкритий доступ до точної та достовірної інформації: освітньої програми у повному обсязі (<https://surl.li/jkbzwt>), крім того сторінці кафедри (<https://surl.li/syzcyu>); можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії "Вибірковий компонент освітньої програми: де шукати та як обрати?"(<https://surl.li/opmdbc>), та переліки вибіркових ОК (<https://surl.li/ezhxuh>, <https://surl.li/pbwokp>), що регулюється Положенням про навчальний план для здобувачів (<https://surl.li/cc/grueyc>); документи, що описують кожну ОК та інформацію про розробників, мету вивчення, обсяг ЄКТС, статус, очікувані ПРН, програму, форми контролю та критерії оцінювання, рекомендовані джерела інформації тощо (<https://surl.li/alggra>). Навчальні плани опубліковані у вільному доступі (<https://surl.li/alggra>). Зв'язок зі службами, у т.ч. технічної підтримки вебсайту передбачений на сторінці у розділі "Контакти" (<https://surl.li/cc/qnttjj>). За результатами акредитаційної експертизи експертна група зробила висновок, що інформація про освітню програму на вебсайті ЗВО є достовірною та не вводить в оману вступників, здобувачів та інших зацікавлених сторін, а також вчасно оновлюється

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

За результатами проведеної експертизи експертна група зробила висновок про відповідність освітньої програми вимогам Критерію 9. У РДГУ 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. ЗВО 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 зацікавлених сторін. А також, ЗВО відповідно до законодавства забезпечує на своєму вебсайті відкритий доступ до документів та точної і достовірної інформації про освітню програму в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства

Недоліки

не виявлено

Рекомендації

Продовжувати систематичну роботу щодо забезпечення публічності та прозорості реалізації ОП "Маркетинг"

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, колоквиумів, концертів, спектаклів, майстер-класів, персональних виставок, публічних виступів, надання доступу до використання лабораторій, обладнання, інформаційних та обчислювальних ресурсів тощо)

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

Критерій 1. Проектування 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	<i>не застосовується</i>

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>ID 35973.xlsx</i>	SdQxsyuMErgALHGZ3AilucaQUdJsuVIaqNStV4cgi Wk=

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Біловодська Олена Анатоліївна

Члени експертної групи

Попова Надія Василівна

Личак Анастасія Андріївна