

## ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК

галузевої експертної ради

Заклад вищої освіти	<b>Рівненський державний гуманітарний університет</b>
Освітня програма	<b>35973 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

Цей експертний висновок складений за результатами розгляду галузевою експертною радою (ГЕР) акредитаційної справи. Розгляд справи ГЕР є частиною акредитаційної процедури Національного агентства і здійснюється на основі поданих закладом відомостей про самооцінювання освітньої програми, а також звіту експертної групи.

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

**ГЕР** - галузева експертна рада

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

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

**ЗВО** - заклад вищої освіти

**ОП** - освітня програма

## ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК

галузевої експертної ради

27.05.2026 р.

Справа № 0855/АС-26

Галузева експертна рада Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти з галузі знань 07.2 "Управління та адміністрування" у складі:

Труніна Ірина Михайлівна – головуєчий,

Бай Сергій Іванович,

Шуляр Роман Віталійович,

Тарасюк Михайло Вікторович,

Рудь Дарина Віталіївна,

Павленчик Наталія Федорівна,

Нянько Віталій Миколайович,

Кузьмак Олег Іванович,

Криворучко Оксана Миколаївна,

Касич Алла Олександрівна,

Ігнат'єва Ірина Анатоліївна,

Власенко Дмитро Олександрович,

Бардась Артем Володимирович,

Ненно Ірина Михайлівна,

за участі запрошених осіб:

Паламарчук Оксана Степанівна – гарант ОП,

Біловодська Олена Анатоліївна – керівник експертної групи,

Личак Анастасія Андріївна – член експертної групи,

розглянула на своєму засіданні матеріали акредитаційної справи щодо акредитації освітньої програми:

Назва ЗВО	<b>Рівненський державний гуманітарний університет</b>
Назва ВСП ЗВО	<i>не застосовується</i>
ID освітньої програми в ЄДЕБО	<b>35973</b>
Назва ОП	<b>Маркетинг</b>
Галузь знань	<b>07 Управління та адміністрування</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	<b>Бакалавр</b>
Вид освітньої програми	<b>Освітньо-професійна</b>

За результатами розгляду акредитаційної справи галузева експертна рада

**РЕКОМЕНДУЄ**

ухвалити рішення про акредитацію.

За – 13, Проти – 1

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

На думку ГЕР

підстави для відмови в акредитації, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми, або для призначення повторної акредитаційної експертизи, відсутні

наявні підстави для відмови в акредитації, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми

наявні підстави для призначення повторної акредитаційної експертизи

## **2. Аналіз**

*У цьому розділі ГЕР надає оцінку відповідності освітньої програми, базуючись на змісті звіту експертної групи та інших матеріалах акредитаційної справи.*

*Заповнення полів «Аналізу» є обов'язковим, якщо ГЕР змінює рівень відповідності за критерієм, визначений експертною групою, або підтверджує рівень відповідності А, Е чи F. У цих випадках необхідно заповнити обґрунтування не менше як за одним підкритерієм у межах відповідного критерію*

**Критерій 1. Проектування освітньої програми**

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

**Аналіз**

**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**

ОП «Маркетинг» 2025 року редакції зазнала змін порівняно із редакцією 2024 року та проектом 2025 року та дає у цілому можливість досягти РН, визначених стандартом ВО за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) РВО, затвердженого і введеного в дію наказом МОНУ від 05.12.2018 р. № 1343. У ОП «Маркетинг» враховано ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності, а також доповнено додатковою СК15. Здатність розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії креативних індустрій з урахуванням принципів сталого регіонального розвитку і додатковим Р19. Вміти розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії, що поєднують принципи регіонального сталого розвитку та креативних індустрій, які корелюються із метою (пункт 1.2 ОП) та особливостями (пункт 1.3 ОП) ОП «Маркетинг» 2025 року редакції, проте сталого розвитку в ОК ОП «Маркетинг» 2025 року редакції, зокрема, у назвах не наведено, а ОК34 Маркетинг креативних індустрій та ОК 35 Регіональний маркетинг, на предмет уточнення змісту та наповненості, до інформаційної системи Нацагенства не завантажено, натомість, як і за попередньої акредитації, завантажено ОК ОП «Маркетинг» 2022, 2023, 2024 років редакції, що не дозволяє в повній мірі об'єктивно та неупереджено підтвердити вимоги пп.1.1, 2.2.

**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**

Зміст ОП «Маркетинг» не передбачає присвоєння професійних кваліфікацій. ОП «Маркетинг» враховує вимоги професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринків збуту (маркетолог)». Інші назви професій ДК 003:2010 та інші професійні стандарти за тим класифікаційним кодом у ОП «Маркетинг» не враховані.

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

ОПП «Маркетинг» має чітко сформульовану мету «Підготовка 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.», яка відповідає місії та візії Стратегії розвитку РДГУ на 2026-2030 роки, але акцент на інноваційних підходах, розробці стратегій не є автоматичною ознакою виходу на магістерський рівень, однак у бакалаврській ОП такі складові мають бути підкріплені ОК особливо чітко, послідовність вивчення яких не викликати зауважень.

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

Мета ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін, однак виникає необхідність адаптації їхніх формулювань до вимог академічного стилю та забезпечення верифікованості результатів навчання.

#### **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**

Мета ОП «Маркетинг» та ПРН визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки, спеціальності, ринку праці, галузевого та, особливо, регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

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

#### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

#### **Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

#### **Аналіз**

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

Обсяг ОП «Маркетинг» та окремих ОК (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) відповідає вимогам законодавства щодо обсягу освітніх програм для першого (бакалаврського) РВО та відповідного стандарту ВО. Так, обсяг ОП «Маркетинг» становить 240 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам ч. 4 ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту» щодо обсягу ОП для відповідного РВО, а обсяг ОК (у кредитах ЄКТС) не менше 3-х кредитів ЄКТС і не більше 8-ми кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для першого (бакалаврського) РВО. Із 240 кредитів ЄКТС, обсяг обов'язкових ОК у ОП «Маркетинг» становить 180 кредитів ЄКТС або 75,0%, а вибіркових ОК ОП – 60 кредитів ЄКТС або 25,0%. Усі вибіркові ОК - 3-х кредитні.

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

Зміст ОП «Маркетинг» з року в рік переглядається, що змінює структуру (хоча у структурі обсяг обов'язкових і вибіркових ОК не змінюється). ОК, включені до ОП «Маркетинг», мають спірні моменти та подекуди не становлять логічну взаємопов'язану систему. Крім того є компетентності, визначені ОП, які не формується. Так, ЗК1 та ЗК2 не формується заявленими ОК, а саме: щодо ЗК1 «Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства...прав і свобод людини і громадянина в Україні; підтвердження набуття ЗК2 в частині «... використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя»; є сумніви і до ЗК11, адже жодна з назв ОК не передбачає групової динаміки або тренінгів з командної роботи, а заявлені ОК 38, 39 це практики; ЗК13, адже попри наявність іноземної мови, у переліку відсутні ОК, що пояснюють роботу в міжнародному контексті; підтвердження набуття СК4 в частині «... розуміння функціональних зв'язків між її складовими»: ОК24 є першочерговою і вивчається поряд з ОК23 і вивчаються перед ОК29/30, ОК33 і всі вони не пов'язані з ОК12; ОК12 не пов'язана також з ОК21; ОК14/15 перед ОК27; ОК10 не пов'язана з ОК31/32, які вивчаються паралельно через 4 семестри; ОК19 SMM в бізнесі вивчається перед ОК23 і інших 4Р, не замінює Комунікаційну політику, яка розглядається лише в ОК12 і має також прірву у 4 семестри перед ОК37; ОК 38/9/40; як наслідок сумнівним є досягнення ПРН6 та ПРН7. Крім того, порушення логічної послідовності має місце і в РП НД ОК12. Основи маркетингу, де комплекс маркетингу не розглядається у встановленому порядку, не вивчається маркетингове середовище. Також ГЕР констатує відсутність в отриманих матеріалах інформації про ОК, а саме РП НД однієї редакції ОП. У НП аудиторні години не кратні кількості тижнів у кожному семестрі, а саме розподіл тижневого навантаження за семестрами є невідповідним: наприклад ОК04 Історія України, яка викладається у 1-му семестрі протягом 18

тижнів, але передбачає 30 аудиторних годин. Залишаються проблеми з назвами ОК, про що було наголошено під час минулорічної акредитації, однак в межах автономії РВО це більше пропозиція; ОК27 Маркетингова політика та дослідження, де як мінімум варто слова місцями поміняти, адже дослідження є базою для розробки політики... У зміст ОП «Маркетинг» у п.1.1.1. Загальна інформація не виокремлена кількістю кредитів ЄКТС, яку РДГУ має право визнати та перерахувати, які отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки фахового молодшого бакалавра, молодшого бакалавра, молодшого спеціаліста, які отримані за певною спеціальністю.

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

Зміст ОП «Маркетинг» у цілому відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності 075 Маркетинг.

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

Структура і зміст ОП «Маркетинг» передбачають можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами ВО ОК в обсязі, передбаченому законодавством, а саме 60 кредитів ЄКТС або 25,0% для ОП усіх років редакції, тобто в обсязі, передбаченому п. 15 ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту». Всі вибіркові ОК мають по 3 кредити та форму підсумкового контролю - залік. Вибіркові ОК можуть обиратись у 2-8 семестрах.

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

ОП «Маркетинг» та НП передбачають практичну підготовку здобувачів ВО, яка дає можливість здобути компетентності, потрібні для подальшої професійної діяльності. Так, на кожному курсі у парному семестрі має місце практична підготовка: 2-й семестр - ОК38 Навчальна (ознайомча) практика (3 кредити); 4-й семестр - ОК39 Навчальна (технологічна) практика (3 кредити); 6-й семестр - ОК40 Виробнича (технологічна) практика (6 кредитів), 8-й семестр - ОК41 Виробнича (переддипломна) практика (6 кредитів), однак в ОК36 є неточності, зокрема на ст. 5-6 замість СК вказано ЗК, а також викликають сумнів компетентності, які забезпечує практична підготовка і пререквізити практичної підготовки, які не зазначені ні СЛС, ні в РП.

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

ОП «Маркетинг» передбачає набуття здобувачами ВО соціальних навичок, а саме розвиває цифрові навички, вміння працювати з інформацією, обробляти, аналізувати та презентувати її, аналітичне мислення, ініціативність, здатність брати на себе відповідальність, логічно і критично мислити, самостійно приймати обґрунтовані рішення, тощо.

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

Обсяг окремих ОК (у кредитах ЄКТС) ОП «Маркетинг» в цілому відповідає законодавству, фактичному навантаженню здобувачів ВО та ПРН, тобто кількість годин, відведених для СРС знаходиться, як правило, в межах від 1/2 до 2/3 загального обсягу годин, передбаченого для вивчення ОК, однак тижневе навантаження, зважаючи на кількість тижнів, є незрозумілим.

### **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», ОК забезпечують практикоорієнтованість ОП, адже крім усього, має місце проведення занять на виробництві, екскурсії на підприємства. Дуальна форма здобуття освіти за ОПП не реалізовується.

### **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» забезпечує набуття здобувачами ВО компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722.

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

#### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

#### **Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

## Аналіз

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

Правила прийому на навчання за ОП «Маркетинг» укладені відповідно до Умов (Порядку) прийому на навчання для здобуття ВО є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, систематизовані, виокремлені усі додатки та оприлюднені на офіційному вебсайті <https://www.rshu.edu.ua/pravy-la-priyomu-do-rdhu>, містяться правила прийому 2025 року, але відсутні правила прийому минулих років, зокрема 2022 року набору, щоб обґрунтувати їх чіткість та зрозумілість.

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

Правила прийому на навчання за ОП «Маркетинг» враховують її особливості, зокрема щодо конкурсних предметів і відповідних їм вагових коефіцієнтів і передумов вступу, чого в самій ОП не виокремлено, а саме не вказано на основі ПЗСО, фахового молодшого бакалавра, молодшого спеціаліста, молодшого бакалавра.

**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**

РДГУ у межах ОП «Маркетинг» здійснює визнання ПРН та кваліфікацій, здобутих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності). Для цього у РДГУ розроблено ряд положень, де наведено чіткі та зрозумілі правила, що не суперечать національному законодавству та міжнародним актам, є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються.

**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**

РДГУ у межах ОП «Маркетинг» може здійснювати визнання ПРН, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти. Таке визнання здійснюється відповідно до чітких і зрозумілих правил, що не суперечать законодавству та містяться у відповідному положенні РДГУ, а також у силабусах та РП ОК. Проте випадки визнання у межах ОП «Маркетинг» є поодинокими.

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

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

## Аналіз

**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 відповідає вимогам законодавства. Методи, засоби та технології навчання і викладання, з виправленням зауважень, сприяють досягненню заявлених у ОП «Маркетинг» мети та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи.

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

Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих ОК (у формі силабуса та РП НД), Проте робота на практичних заняттях у балах за видами робіт не конкретизована, що може бути сприйнято як прояв суб'єктивізму.

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

РДГУ в цілому забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП «Маркетинг» відповідно до РВО, спеціальності та мети ОП.

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

НПП оновлюють зміст ОК на основі наукових досліджень і сучасних практик у відповідній галузі, за результатами моніторингу змін на ринку праці, сучасних практик, рекомендацій здобувачів, роботодавців та інших стейкхолдерів, однак в РП НД у списку джерел цього, у переважній більшості, не відображено.

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

Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності за ОП «Маркетинг» та РДГУ. НПП проходять міжнародні стажування, однак їх результати не завжди корелюються із ОК, які вони викладають на ОП та предметною областю спеціальності.

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

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

**Аналіз**

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів ВО у цілому є зрозумілими, але не дають можливість у повній мірі встановити досягнення здобувачем ВО результатів навчання для окремого ОК та/або освітньої програми в цілому, адже критерії оцінювання роботи на практичних заняттях у балах не конкретизовано і не конкретизовано складові підсумкового контролю і бали кожної з них. Також, у РП ОК, з яких запланована курсова робота, звіт з практики, кваліфікаційна робота не деталізовано критерії оцінювання у межах 100-бальної шкали, як самої роботи та процесу її підготовки, так і її захисту.

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

Форма атестації здобувачів ВО відповідає вимогам стандарту ВО за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) РВО, затвердженого і введеного в дію наказом МОНУ від 05.12.2018 р. № 1343. Атестація проводиться у формі кваліфікаційної роботи.

**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**

Визначено чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, 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 ОП «Маркетинг», якщо не зважати на критерії оцінювання.

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

У РДГУ визначено чіткі та зрозумілі політику і процедури дотримання академічної доброчесності, яких послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації ОП «Маркетинг». РДГУ популяризує академічну доброчесність (насамперед через її імплементацію у культуру якості РДГУ) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності, що підтверджує належний рівень культури академічної доброчесності, проте завантаження до інформаційної системи Нацагентства РП НД різних років редакції ОП може свідчити про прояви академічної недоброчесності.

## **Критерій 6. Людські ресурси**

### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

### **Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

### **Аналіз**

#### **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**

Викладачі, залучені до реалізації ОП «Маркетинг», з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід у цілому спроможні забезпечити ОК, які вони реалізують у межах ОПП «Маркетинг», з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством, проте обґрунтування відповідності освітньому компоненту, що наводиться у Таблиці 2. Зведена інформація про викладачів, має забезпечувати чітку кореляцію з огляду на назви та предметну область.

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

Процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають в цілому можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП «Маркетинг» та почали послідовно застосовуватися.

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

РДГУ залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків, представників бізнесу та експертів галузі до реалізації освітнього процесу за ОП «Маркетинг».

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

РДГУ сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями, заохочує розвиток викладацької майстерності, однак не завжди вони корелюються із ОК, які вони викладають на ОП та предметною областю спеціальності. Позитивним є впровадження практики матеріального стимулювання НПП за наслідками попередньої акредитації.

## **Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси**

### **Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

### **Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

### **Аналіз**

#### **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**

Навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг», фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення, обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) забезпечують у цілому можливість досягнення визначених ОП мети ОП та ПРН. Усі силабуси ОК, РП НД та навчально-методичні матеріали є у відкритому доступі на офіційному сайті РДГУ на сторінці кафедри економіки та управління бізнесом.

#### **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**

РДГУ забезпечує доступ викладачів і здобувачів ВО до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах ОП «Маркетинг», відповідно до законодавства.

**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**

Освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів ВО, які навчаються за ОП «Маркетинг», та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я

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

РДГУ забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів ВО, які навчаються за ОП «Маркетинг».

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

РДГУ створює достатні умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами, які навчаються за ОП «Маркетинг».

**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**

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 ОП «Маркетинг», проте відсутні чіткі дорожні карти або покрокові алгоритми дій для здобувачів ВО у разі виникнення конфліктних ситуацій, які б визначали механізми можливого подання скарг на випадки дискримінації, мобінгу та сексуальних домагань,.

**Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми**

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

**Аналіз**

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

РДГУ у цілому здійснює визначені ним процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП «Маркетинг», які базуються на відповідних положеннях, але ці процедури потребують удосконалення.

**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**

Здобувачі ВО в основному через відповідні органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Пропозиції здобувачів ВО беруться до уваги під час перегляду ОП «Маркетинг». Щорічно проводяться анонімні опитування здобувачів ВО, однак опитування щодо задоволеності укладання окремих ОК конкретними НПП по завершенню семестру не проводяться.

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

Роботодавці безпосередньо та/або через свої об'єднання залучені до періодичного перегляду ОП «Маркетинг» та інших процедур забезпечення її якості як партнери, зокрема через опитування/анкетування, але їх рекомендації мають враховуватись із врахуванням вимог академічного стилю та забезпечення верифікованості результатів навчання, можливості їх досягнення на першому (бакалаврському) РВО.

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

У РДГУ наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників, зокрема шляхом отримання такої інформації ЦЯО та кафедрою економіки і управління бізнесом.

**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**

Система внутрішнього забезпечення якості освіти не виявляє або не усуває виявлені недоліки в ОП «Маркетинг» та/або освітній діяльності з реалізації ОП. Зокрема, для кожного із виявлених суттєвих недоліків за Критеріями 1-7, 9 не можна встановити, чи виявила його система внутрішнього забезпечення якості освіти (ЦЯО) та як на нього відреагувала. Системні інституційні проблеми є суттєвими недоліками ЦЯО. Зокрема, суттєві недоліки за критерієм 2 не було виявлено ЦЯО і на них не було публічної реакції РДГУ. Недоліки не були виявлені/усунені ЦЯО, що свідчить про недостатню ефективність системи. Порушення критерію 2 є повторюваними або тривалими. Крім того, завантаження до інформаційної системи Нацагентства РП НД, зокрема 2022, 2023 року, не дозволяє дослідити ОП тієї редакції, що проходить акредитацію, на чому також було наголошено під час попередньої акредитації ОП у 2024 році.

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

Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти (зокрема зауваження та рекомендації, сформульовані під час попередньої акредитації за цією ОП «Маркетинг» розглядаються локально, не на інституційному рівні і, зокрема, не беруться до уваги у повному обсязі під час перегляду ОП «Маркетинг». Зокрема, не враховані зауваження щодо назв ОК, відносно їх змісту та наповненості; не враховані зауваження щодо послідовності вивчення ОК та їх зв'язків у контексті пререквізитів, кореквізитів і постреквізитів, тощо.

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

В академічній спільноті РДГУ слабо формується культура якості освіти, що сприяє розвитку ОП «Маркетинг» та освітньої діяльності за цією ОП.

**Критерій 9. Прозорість та публічність**

**Рівень відповідності (експертна група)**

Рівень В

**Рівень відповідності (ГЕР)**

Рівень В

**Аналіз**

**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**

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 в цілому дотримуються під час реалізації ОП «Маркетинг».

**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 побажань, зауважень та пропозицій заінтересованих сторін, є зведена таблиця узагальнених пропозицій, інформація про їх розгляд і врахування або відхилення, але відсутнє обґрунтування щодо відхилення або врахування зауважень та пропозицій у повному обсязі від усіх стейкхолдерів (ЕГ, ГЕР), у тому числі отриманих під час проходження попередніх акредитацій.

**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**

РДГУ забезпечує на своєму вебсайті відкритий доступ до інформації та документів відповідно до законодавства. РДГУ своєчасно оприлюднює на своєму офіційному вебсайті, але не в повному обсязі, інформацію про ОП «Маркетинг», для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства (причини умовної акредитації, проблеми у ОП «Маркетинг»).

**Критерій 10. Навчання через дослідження**

**Рівень відповідності (експертна група)**

*не застосовується*

## **Рівень відповідності (ГЕР)**

*не застосовується*

### **Аналіз**

**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 сформуванати 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*

### **3. Рекомендації з подальшого удосконалення освітньої програми**

*У цьому розділі на основі звіту експертної групи та висновків ГЕР резюмуються рекомендації стосовно подальшого удосконалення освітньої програми, включаючи пропозиції щодо усунення виявлених під час акредитації недоліків. Заповнення цих полів є обов'язковим у всіх випадках, коли ГЕР погодилася або визначила рівень відповідності критерію В, Е чи F.*

#### **Критерій 1. Проектування освітньої програми**

Гаранту, кафедрі економіки та управління бізнесом, ЦЯО та експертній комісії з аналізу ОП і НП, для об'єктивного та неупередженого проведення акредитації ОП «Маркетинг», забезпечити повну прозорість логіки побудови ОП шляхом обов'язкового завантаження до інформаційної системи Нацагентства актуальних РП НД саме тієї редакції ОП, що проходить акредитацію. Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг», гаранту та робочій групі ініціювати перегляд мети ОП для оцінювання можливості її досягнення через проектування ОК і інших складових із врахуванням вимог академічного стилю та забезпечення верифікованості результатів навчання, можливості їх досягнення на першому (бакалаврському) РВО. Під час наступного перегляду ОП, гаранту та робочій групі ініціювати обговорення переліку і назву професій, які є характерними для першого (бакалаврського) РВО ОП «Маркетинг» та можуть потенційно бути

додані до ОП. Під час наступного перегляду ОП, гаранту ініціювати включення до робочої групи здобувачів ВО першого (бакалаврського) РВО ОП «Маркетинг».

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

Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг», гаранту та робочій групі забезпечити досягнення усіх компетентностей та ПРН, визначених ОП. Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг», гаранту та робочій групі переглянути СЛС, з урахуванням послідовності вивчення та зв'язків між ними. Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг», гаранту та робочій групі забезпечити перегляд усіх ОК, щодо їх пререквізитів, кореквізитів, постреквізитів, змісту, наповнення, використання застарілої літератури (старше 5 років) у основній літературі. Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг» та НП, гаранту ініціювати перегляд аудиторних годин на предмет кратності кількості тижнів у кожному семестрі. Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг», гаранту ініціювати перед розробниками силабусів і РП НД доцільність розгляду усіх тем ОК як для здобувачів за денною формою навчання, так і за заочною формою навчання. Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг», гаранту, робочій групі, кафедрі економіки та управління бізнесом ініціювати перегляд назв окремих ОК. Під час наступного перегляду ОП «Маркетинг», гаранту та робочій групі забезпечити наявність у змісті ОП «Маркетинг» у п.1.1. Загальна інформація кількості кредитів ЄКТС, яку РДГУ має право визнати та перезарахувати, які отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки фахового молодшого бакалавра, молодшого бакалавра, молодшого спеціаліста, які отримані за певною спеціальністю.

### **Критерій 3.** Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

Гаранту клопотати про можливість створення архіву Правил прийому минулих років для уточнення умов вступу здобувачів за ОП «Маркетинг» попередніх років набору. Гаранту та робочій групі розробити нові форми популяризації та організаційної підтримки участі здобувачів ОП «Маркетинг» у академічній мобільності та у заходах щодо визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти.

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

Гаранту, робочій групі, завідувачці кафедри економіки та управління бізнесом при черговому перегляді силабусів ОК та РП НД запровадити конкретизацію балів за видами робіт у межах окремих тем. Гаранту, робочій групі, завідувачці кафедри економіки та управління бізнесом при черговому перегляді силабусів ОК та РП НД забезпечити доповнення літературних джерел власними публікаціями, авторськими розробками. Гаранту та робочій групі при черговому перегляді силабусів ОК і РП НД рекомендувати НПП забезпечувати підвищення кваліфікації відповідно до предметного поля ОК та спеціальності 075 Маркетинг. Під час наступного перегляду ОП, гаранту та робочій групі розробити нові форми популяризації та організаційної підтримки участі здобувачів ОП «Маркетинг» у програмах міжнародної мобільності відповідно до графіка їх реалізації та укладених угод із закордонними ЗВО,

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

Гаранту, робочій групі, завідувачу кафедри менеджменту та маркетингу при черговому перегляді силабусів ОК запровадити конкретизацію оцінювання у балах у межах окремих практичних занять, що дозволить чітко зрозуміти у якій темі є які види робіт і у скільки балів вони оцінюються, а також конкретизацію кількості завдань, що виносяться на контрольні заходи та кількості балів за кожну складову, а також розробки різнорівневих завдань. Гаранту, робочій групі, завідувачці кафедри економіки та управління бізнесом при черговому перегляді РП ОК, з яких запланована курсова робота, звіт з практики, кваліфікаційна робота, забезпечити деталізацію критеріїв оцінювання у межах 100-бальної шкали, як самої роботи та процесу її підготовки, так і її захисту. Гаранту, робочій групі протягом поточного н.р. і наступних н.р. продовжувати підтримувати практики пропагування принципів академічної доброчесності.

### **Критерій 6.** Людські ресурси

Гаранту, робочій групі розробити програму залучення роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків, представників бізнесу та експертів галузі пердусім у повній відповідності предметній області спеціальності та маркетинговому спрямуванню. Гаранту, робочій групі популяризувати сприяння професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями, заохочувати розвиток викладацької майстерності, у повній відповідності ОК, які вони викладають на ОП та предметній області спеціальності.

### **Критерій 7.** Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Гаранту, робочій групі, кафедрі економіки та управління бізнесом рекомендовано продовжувати роботу з удосконалення матеріально-технічної бази за ОП «Маркетинг». До завершення 2025-2026 н.р. гаранту, робочій групі ініціювати розробку та оприлюднення чітких дорожніх карт або покрокового алгоритму дій для здобувачів ВО у разі виникнення конфліктних ситуацій, які б визначали механізми можливого подання скарг на випадки дискримінації, мобінгу та сексуальних домагань.

### **Критерій 8.** Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

Гаранту, робочій групі ініціювати подання та розгляд усіх зауважень та рекомендацій до Центру якості освіти та навчально-методичному відділу для подолання помилок у розробці РП, НП та наповненні змісту ОП «Маркетинг». Під час наступного перегляду ОП, гаранту ініціювати розробку механізму залучення здобувачів ВО безпосередньо до процесу періодичного перегляду ОП «Маркетинг» і у вигляді опитувань, і у вигляді можливого включення до складу робочої групи Гаранту, робочій групі ініціювати забезпечення на офіційному вебсайті доступу не лише до

УЗАГАЛЬНЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЄКТУ-2025 ОП «МАРКЕТИНГ», але й з врахуванням результатів зовнішнього забезпечення якості ВО за ОП «Маркетинг», зокрема отриманих під час попередніх акредитацій за цією ОП від ЕГ та ГЕР та обґрунтування їх відхилення або врахування. Центру якості освіти та навчально-методичному відділу удосконалити систему забезпечення якості РДГУ щодо вчасного реагування на результати моніторингу ОП «Маркетинг» та/або освітньої діяльності з реалізації ОП «Маркетинг», зокрема й щодо завантаження до інформаційної системи Нацагентства РП ОП тієї редакції, що проходить акредитацію. Центру якості освіти та навчально-методичному відділу забезпечити повне врахування щодо розгляду зауважень та рекомендацій, сформульованих під час попередніх акредитацій та акредитацій інших ОП при черговому перегляді ОП. Центру якості освіти переглянути функціонування внутрішньої системи забезпечення якості освіти щодо удосконалення процедури аналізу розробки та затвердження РП (зміст, наповненість, години, література, зв'язки, послідовність, тощо), СЛС, НП.

#### **Критерій 9. Прозорість та публічність**

Гаранту, робочій групі рекомендовано продовжувати практику розміщення інформації за ОП «Маркетинг» на офіційному сайті РДГУ та забезпечити відображення зведеної таблиці отриманих побажань, зауважень та пропозицій і інформації про їх розгляд і врахування або відхилення та доповнити обґрунтуванням врахування або відхилення у повному обсязі від усіх стейкхолдерів (ЕГ, ГЕР), у тому числі отриманих під час проходження попередніх акредитацій. Гаранту, робочій групі розробити механізм своєчасного оприлюднення на офіційному вебсайті РДГУ у повному обсязі інформації про ОП «Маркетинг», достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства з відображенням проблем ОП «Маркетинг» та причин, які зумовили умовну акредитацію.

#### **Критерій 10. Навчання через дослідження**

*не застосовується*

#### **4. Додатки**

<b>Документ</b>	<b>Назва файла</b>	<b>Хеш файла</b>
Додаток	<i>Додаток 1 до Експертного висновку ГЕР ID ЄДЕБО 35973..xlsx</i>	HlPljGEgZhUYzADgnJ/rUEWJoUjObx/flexxnLnEdTs =

\*\*\*

Шляхом підписання цього експертного висновку я підтверджую, що внесені до нього відомості про присутніх на засіданні ГЕР і результати голосування членів ГЕР є достовірними, а експертний висновок було схвалено на засіданні ГЕР так, як його викладено вище.

*Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом.*

Головуючий на засіданні ГЕР

**ТРУНІНА ІРИНА МИХАЙЛІВНА**