

ЗВІТ
експертної групи

Заклад вищої освіти	Черкаський державний фаховий бізнес-коледж
Освітня програма	29834 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	Черкаський державний фаховий бізнес-коледж
Назва ВСП ЗВО	не застосовується
ID освітньої програми в ЄДЕБО	29834
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	Карпенко Віталій Леонідович, Мальнов Дмитро Валерійович, Яременко Світлана Степанівна (керівник)
Залучений представник роботодавців	не застосовується
Дати візиту до ЗВО	13.10.2025 р. – 15.10.2025 р.

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

Відомості про самооцінювання ОП http://csbc.edu.ua/documents/finans/3_2025.pdf

Програма візиту експертної групи http://csbc.edu.ua/documents/finans/4_2025.pdf

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

☐ Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

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

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

відсутні

II. Резюме

Висновок щодо відповідності критеріям. Позитивні практики за освітньою програмою:

ОПП «Маркетинг» відповідає встановленим критеріям, має чітко сформульовані цілі, що узгоджуються з місією та стратегією розвитку ЧДБК, а також передбачає подальше вдосконалення програми. ОПП та освітня діяльність за нею відповідають вимогам, викладеним у «Положенні про акредитацію ОП, за якими здійснюється підготовка ЗВО» (Наказ МОН №686 від 15.05.2024), з недоліками, що не є суттєвими. ЕГ в ході всебічного аналізу виявила такі позитивні практики: - узгодженість цілей і змісту ОПП «Маркетинг» з місією та стратегією розвитку ЧДБК; - ПРН відповідають Стандарту ВО за 075 «Маркетинг»; - враховано потреби стейкхолдерів, тенденції розвитку ринку праці та регіон. контекст; - включено компетентності, що підкреслюють цифровізацію освітнього процесу; - враховано досвід українських і зарубіжних університетів; - ОП має чітку структуру, що забезпечує зв'язок між освітніми компонентами й досягненням ПРН; - передбачено формування у ЗВО необхідних компетентностей (зокрема soft skills); - соціальні навички формуються через участь у конференціях, зустрічах з іноземними лекторами, волонтерських ініціативах тощо; - активно діє студентське самоврядування; - методи навчання і викладання відповідають студентоцентрованому підходу та принципам академічної свободи; - використовуються сучасні інструменти – SPSS, Canva, сервіси Google, засоби ІІІ; - у силабусах наявна політика використання ІІІ; - формування індивідуальної освітньої траєкторії через широкий спектр вибіркових ОК; - освітній процес включає практики, майстер-класи від фахівців-практиків, курсову та кваліфікаційну роботи; - чіткі та прозорі процедури визнання РН, здобутих на інших ОП, під час академічної мобільності та в неформальній освіті; - освітнє середовище, матеріальні ресурси, навчально-методичне забезпечення освітнього процесу забезпечують досягнення цілей та ПРН за ОП «Маркетинг» та доступні для всіх учасників освітнього процесу; - форми контролю і критерії оцінювання є чіткими, прозорими та зрозумілими, передбачають можливість апеляції; - запроваджено додаткові “бали активності” за участь у науково-дослідній діяльності; - атестація здобувачів відповідає стандарту ВО за спеціальністю та сприяє досягненню всіх ПРН; - принципи академічної доброчесності інтегровані в освітній процес через ОК «Організація наук. досліджень» та «Академ. письмо»; - викладачі мають відповідну академічну й професійну кваліфікацію; - процедури конкурсного відбору є відкритими і недискримінаційними; - коледж підтримує підвищення кваліфікації, стажування, академічну мобільність та застосовує систему рейтингування НПП для підвищення мотивації; - учасники освітнього процесу обізнані зі своїми правами та обов'язками; - регулярно проводиться моніторинг задоволеності здобувачів методами навчання і викладання, результати враховуються під час перегляду ОП; - усі нормативні документи та матеріали ОПП розміщено у вільному доступі на сайті коледжу; - підтримується політика публічності, відкритості та регулярного оновлення інформації.

Недоліки

1. Виявлено наявність помилок у таблиці 4 ОПП «Маркетинг» (а саме ПРН, які визначено у силабусах не співпадали з тими, які зазначено у таблиці 4 ОПП “Маркетинг”). На зустрічах з Гарантом та НПП це питання було уточнено і роз'яснено, що це технічна помилка. 2. В ОПП відсутня ОК, що забезпечує досягнення ЗК2 в частині «використання різних видів та форм рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя». 3. У навчальному плані у 2-му семестрі обсяг тижневого аудиторного навантаження становить 31 год, що не відповідає п. 5.6 «Положення про організацію освітнього процесу». 4. Під час аналізу Положення про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти (самоосвіти) здобувачів освіти виявлено технічну помилку у п.3.3, яка містить інформацію, що передбачає визнання результатів такої освіти лише за нормативними дисциплінами. 5. Наявність в силабусах ОК «Міжнародний маркетинг» (номера джерел 1, 7 та 12), а також ОК «Управління маркетингом на підприємстві» (номер джерела 8) посилянь на літературні джерела зарубіжних авторів, перекладених на російську мову. 6. Відсутність у списках рекомендованих джерел силабусів наукових публікацій викладачів, що забезпечують ОК. 7. Участь здобувачів у всеукраїнських конкурсах наукових робіт, конкурсах рекламних креативів та інших конкурсах є епізодичною. 8. Виявлено поодинокі випадки, коли тематика наукових публікацій НПП потребує більшої узгодженості зі змістом ОК, що ними забезпечуються. 9. Анкетування (опитування) здобувачів освіти не передбачає відкритих запитань щодо пропозицій з удосконалення освітнього процесу, покращення матеріально-технічного забезпечення, формування безпечного освітнього середовища, а також не містить можливості оцінювання ситуацій, пов'язаних із плагіатом, фабрикацією, фальсифікацією, списуванням, обманом, необ'єктивним оцінюванням чи дискримінацією. 10. Виявлені ЕГ під час аналізу ОПП, НП та силабусів, завантажених до системи НАЗЯВО, технічні помилки, а також наявність у деяких силабусах ОК посилення на літературні джерела зарубіжних авторів, перекладених російською мовою, свідчать про недостатньо чітку роботу системи внутрішнього забезпечення якості освіти ЧДБК у частині перевірки документів, що забезпечують освітню діяльність.

Рекомендації

1. У внутрішній системі забезпечення якості ЧДБК під час розроблення, оновлення та затвердження ОПП забезпечити перевірку відповідності відміток ПРН у табл. 4 даним силабусів ОК. 2. Гаранту та зав. каф. продовжити вдосконалення ОП; під час наступного перегляду розглянути можливість впровадження в освітній процес ОК або тем, пов'язаних зі ІІІ. 3. До кінця поточного навчального року забезпечити досягнення загальної компетентності ЗК2 у частині «використання різних видів та форм рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя» — шляхом внесення відповідних змін до силабусів, тематики освітніх компонент або включення нової освітньої компоненти у новій редакції ОПП. 4. У новій редакції НП привести тижневе аудиторне навантаження 2-го семестру у відповідність до вимог пункту 5.6 «Положення про організацію освітнього процесу». 5. До наступного семестру усунути технічні помилки в Положенні про визнання результатів неформальної та

інформальної освіти (п.3.3). 6. Поширювати передовий досвід міжнародної діяльності коледжу серед інших ЗВО. 7. До кінця поточного навчального семестру замінити у списках рекомендованих джерел силабусів ОК «Міжнародний маркетинг» та ОК «Управління маркетингом на підприємстві» російськомовні видання на оригінальні або україномовні переклади. 8. З метою стимулювання викладачів та здобувачів до поєднання навчання і досліджень за окремими ОК, починаючи із наступного навчального року, запровадити практику доповнення списку рекомендованих джерел у силабусах науковими публікаціями викладачів, які забезпечують відповідні ОК. 9. Стимулювати та на системній основі залучати здобувачів до участі у всеукраїнських конкурсах наукових робіт, конкурсах рекламних креативів та інших заходах дослідницького й професійного спрямування. 10. Продовжувати впровадження найкращих практик забезпечення об'єктивності та прозорості контрольних заходів, зокрема шляхом розширення використання цифрових технологій для автоматизації перевірки результатів навчання, що сприятиме підвищенню якості освітнього процесу. 11. До кінця навчального року провести моніторинг відповідності тематики публікацій НПП змісту їх ОК; сприяти підготовці публікацій пов'язаних із темами ОК. 12. Розглянути можливість більш активного залучення практиків-фахівців у галузі маркетингу (в т.ч. випускників) до освітнього процесу. 13. До січня 2026 р. розширити анкетування здобувачів формою для подання пропозицій щодо покращення ОП, матеріально-технічного забезпечення та оцінювання випадків академічної недобросовісності тощо. 14. Продовжити поліпшення умов для абітурієнтів з ООП (у т.ч. облаштування гуртожитку пандусами й санвузлами). 15. Переглянути інституційний порядок взаємодії «гарант-завідувач-ННЦ моніторингу якості» для удосконалення перевірки документації. 16. Проводити політику регулярного оновлення та відкритості інформації про освітню діяльність коледжу на офіційному сайті й у соціальних мережах для підтримання прозорості та публічності.

III. Аналіз

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

Критерій 1. Проектування освітньої програми:

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

ОПП «Маркетинг» розроблена згідно зі Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (наказ МОН України № 1343 від 05.12.2018 р., оновлення № 842 від 13.06.2024 р.) та враховує відповідність заявлених у ОП результатів навчання визначеним у Стандарті. Також, навчальним закладом до ОПП додано фахові компетентності СК15-16 та ПРН19-20, які передбачають спрямованість на аграрний сектор та цифровізацію і включення яких було аргументовано на зустрічі з Гарантом та зустрічі 1 тим, що ЧДБК має угоди про співпрацю зі стейкхолдерами (інформацію підтверджено за запитом ЕГ), які наголошують на важливості підготовки фахівців-маркетологів для регіонального ринку, а Черкаська область має добре розвинений агросектор і тому потрібні фахівці для провадження ефективної маркетингової діяльності підприємства. ЕГ при аналізі ВСО та зустрічах з гарантом, менеджментом та НПП встановила, що ОП дозволяє досягти всіх результатів навчання, визначених у Стандарті, а також включених додатково, за рахунок обов'язкових ОК, про що свідчить Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми (таблиця 4 даної ОПП), а також результати ознайомлення з силабусами обов'язкових ОК, де відображено відповідні методи навчання, форми оцінювання та контролю та ін. У ході детального аналізу було виявлено декілька невідповідностей між ПРН, які визначено у силабусах ОК та відміткою у ОПП (таблиця 4), але на зустрічах з Гарантом та НПП це питання було уточнено і роз'яснено, що то технічна помилка. В цілому, ЕГ підтверджує що ОПП «Маркетинг» надає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти.

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

ЕГ при аналізі ВСО та зустрічі з Гарантом було уточнено, що присвоєння професійних кваліфікацій не передбачено даною ОПП Маркетинг, що не суперечить Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» (D5 «Маркетинг») першого (бакалаврського) рівня.

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

Під час акредитаційної експертизи встановлено, що ОПП «Маркетинг» відповідає стратегічним цілям, а також місії ЧДБК яка наголошує на створенні креативної екосистеми, що забезпечує умови для формування та розвитку людського капіталу Черкаської області. При формуванні мети ОП враховано ключові цінності, які задекларовано у Стратегії ЧДБК до 2027 р. (<https://surl.li/ynkzbn> , затвердженої рішенням Вченої ради коледжу, протокол № 10 20/21 від 02.06.2021 р., наказ директора №86 від 02.06.2021 р.), що сприяє забезпеченню підготовки бакалаврів маркетингу, які володіють відповідними компетентностями та системою загальнонаукових і спеціальних методів, професійних маркетингових стратегій, методик, технологій, що забезпечують успішну діяльність суб'єкта господарювання на ринку. Експертна група зазначає, що усі 5 цілей Стратегії ЧДБК є актуальними, і про це наголошували на зустрічі з керівництвом, де заступник директора наголосила, що стратегія закладу освіти розроблена і узгоджена зі стратегією розвитку Черкаського регіону і вона особисто входить до складу робочої групи, яка формувала стратегію розвитку Черкаської області (<https://surl.li/pfzhiu>), і що дві ключові цілі стратегії регіону (Економіка та Люди) чітко корелюються з ОПП «Маркетинг», здобувачі якої володіють необхідними компетентностями. До основних перспектив розвитку ОП Маркетинг, на яких наголошувало керівництво, є застосування проектно-орієнтованого підходу, який забезпечується виконанням здобувачами різних кейсів або проектних завдань під час проходження практики тим самим формуючи навички і фахові компетентності у здобувачів. Отже, під час експертизи та зустрічі 1 з менеджментом ЗВО ЕГ пересвідчилась, що ОПП «Маркетинг» має чітку сформульовану мету, яка в повній мірі відповідає місії та стратегії розвитку ЧДБК на 2021-2027 рр. та відображає стратегічні пріоритети закладу освіти, активно впроваджує цифрову трансформацію, що сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності фахівців і їх спроможності забезпечувати розвиток і конкурентоспроможність підприємств агропромислового комплексу Черкаської області.

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

Під час зустрічей зі стейкхолдерами ЕГ встановлено, що під час розробки і перегляду ОП, зокрема при визначенні цілей та результатів навчання, достатнім чином враховувались інтереси здобувачів, випускників та роботодавців (зустріч з Гарантом, зустрічі 4, 5, 6). На зустрічі зі стейкхолдерами було підтверджено, що є співпраця з ЧДБК (практика студентів, гостьові лекції, прості бесіди з НПП тощо) і наголошено, що здобувачі демонструють сучасне економічне мислення і відповідні компетентності, необхідні для провадження ефективної маркетингової діяльності. До відомостей самооцінювання додано 2 рецензії-відгуки: 1) Директор ТОВ «Прем'єр Плаза ЛТД» М. Ренько наголошує, що: програма має чітку галузеву орієнтацію і сфокусована на підготовку маркетологів для регіонального ринку, що є її конкурентною перевагою; за формою та змістом дана ОП забезпечує якісну підготовку і може використовуватися в освітньому процесі. 2) Директор ПП «Фаворит-комплект 2016» Ю. Данильченко, відзначає, що сучасний ринок потребує фахівців з маркетингу, які мають навички швидкої адаптації до змін у зовніш. середовищі, розуміють основний маркетинговий інструментарій, вміють застосовувати набуті знання на практиці, розуміння основних принципів організації маркетингової діяльності на підприємстві, комунікації та налагодження зв'язків з партнерами; наголошує що ОПП вибудована логічно, структурована відповідно до існуючих вимог і містить характеристику всіх необхідних компетенцій, якими повинні володіти бакалаври маркетингу; враховуючи наведені аргументи ОПП рекомендовано для підготовки бакалаврів маркетингу. Також, від ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» були пропозиції щодо оновлення ОП, а саме наголошено на важливості дієвих механізмів по збільшенню та зростаючому охопленню клієнтської бази. На основі цієї пропозиції було оновлено ОК «Цифровий маркетинг і логістика», яку доповнено окремою темою «Залучення клієнтів та налагодження зв'язків у цифровому маркетингу» (протокол №7 17.04.2023 р.), що сприяло покращенню професійних компетентностей фахівців з цифровізації. Були пропозиції від ТОВ «Фаворит-комплект 2016» щодо особливостей комунікаційної політики та її планування на підприємстві, які було розглянуто і прийнято, що дозволило оновити ОК «Планування маркетингової діяльності на підприємстві» за рахунок включення теми «Планування заходів комунікаційної політики підприємства» (протокол №8 24.02.2024 р.). ЕГ при аналізі ВСО і на зустрічах уточнила, що інтереси здобувачів ОП також враховуються через щорічні онлайн-опитування ЧДБК оцінює рівень задоволеності якістю наданих освітніх послуг (<https://surl.li/wmooft>). У 2024-2025 н.р. опитування пройшло 65,6% здобувачів ОП Маркетинг: 79% - задоволені якістю надаваних послуг і 68% - навчання є сучасним і практично орієнтованим; 63% – стверджують що їх очікування співпали з реальним змістом. За результатами зустрічей та аналізу ВСО ЕГ констатує, що цілі та ПРН ОП «Маркетинг» 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

ЧДБК продемонстрував, зокрема і під час зустрічей 1, 6, що враховує тенденції розвитку спеціальності та розвитку ринку праці, адже встановлено цілі, які спрямовані на цифровізацію і ефективну маркетингову діяльність, що надає змогу випускникові програми бути конкурентоспроможним. Також, аналіз ВСО показав і це уточнено на зустрічах , що ПРН (4, 9,13,15) за ОП Маркетинг враховують стратегічні цілі 1-3 Стратегії розвитку Черкаської області на 2021–2027 роки (<https://surl.li/ehixch>). Галуzeвий та регіональний контексти враховано при формулюванні цілей та ПРН ОП, через включення тематичних блоків до ОК «Регіональна економіка», «Ринок праці та людський капітал», «Маркетингові дослідження», що було підтверджено на зустрічах тощо. Також, галуzeвий і регіональний контексти

враховуються при виборі студентами тем курсової роботи, бази практики та теми кваліфікаційної роботи. У ВСО вказано і уточнено на зустрічах, що під час розроблення ОП вивчався досвід аналогічних програм вітчизняних та іноземних ЗВО, зокрема КНУБА (<https://surl.li/gbyfvt>), КНУ ім. Тараса Шевченка (<https://surl.li/fnfipu>) Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій (<https://surl.li/slrxsy>), що дало змогу більш предметно сформулювати мету ОП та визначити ЗК, СК та ПРН. Аналіз ВСО та інформація надана за запитом ЕГ, та зустріч з Гарантом і зустрічі 1 підтвердили, що при визначенні мети та ПРН ОП Маркетинг було враховано досвід Відземського університету прикладних наук (м. Вальмієра, Латвія) (<https://surl.li/rnjscw>) та його освітньої програми «Business and management» (<https://surl.li/fvzxmс>) та Університету прикладних наук ISMA (м. Рига, Латвія) (<https://surl.li/yxbmgd>), зокрема підходи до формування освітніх програм, таких як Business Administration (<https://surl.li/tmsyns>). Викладене свідчить, що при складанні та оновленні ОП були достатнім чином враховані сучасні тренди розвитку сфери маркетингу, галузевий контекст та вимоги ринку праці, а також досвід аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ досягла спільного висновку, для Критерію 1 визначено рівень відповідності «В», оскільки вимоги виконано повністю в п.1.2-1.5, в п.1.1 виявлено недолік, який не є суттєвим. ОПП «Маркетинг» надає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти. ОПП «Маркетинг» має чітко сформульовану мету, яка в повній мірі відповідає місії та стратегії розвитку ЧДБК на 2021-2027 рр. і відображає стратегічні пріоритети закладу освіти, активно впроваджує цифрову трансформацію, що сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності фахівців і їх спроможності забезпечувати розвиток і конкурентоспроможність підприємств агропромислового комплексу Черкаської області. Цілі та результати навчання за ОП «Маркетинг» визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін, так у 2023 р. було оновлено ОК «Цифровий маркетинг і логістика», яку доповнено окремою темою «Залучення клієнтів та налагодження зв'язків у цифровому маркетингу», у 2024 р. було оновлено ОК «Планування маркетингової діяльності на підприємстві» за рахунок включення теми «Планування заходів комунікаційної політики підприємства». Інтереси здобувачів ОП також враховуються через щорічні онлайн-опитування ЧДБК оцінює рівень задоволеності якістю наданих освітніх послуг. ЧДБК враховує тенденції розвитку спеціальності та розвитку ринку праці, адже встановлено цілі, які спрямовані на цифровізацію і ефективну маркетингову діяльність. ОП Маркетинг враховує стратегічні цілі 1-3 Стратегії розвитку Черкаської області на 2021–2027 рр. Галузевий та регіональний контексти враховано при формулюванні цілей та ПРН ОП, через включення тематичних блоків до ОК «Регіональна економіка», «Ринок праці та людський капітал», «Маркетингові дослідження». Також, галузевий і регіональний контексти враховуються при виборі студентами тем курсової роботи, бази практики та теми кваліфікаційної роботи, що дало змогу більш предметно сформулювати мету ОП та визначити ЗК, СК та ПРН. Вивчення досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм дозволив більш предметно сформулювати мету ОП та визначити ЗК, СК та ПРН.

Недоліки

1. Виявлено наявність помилок у таблиці 4 ОПП «Маркетинг» (а саме ПРН, які визначено у силабусах не співпадали з тими, які зазначено у таблиці 4 ОПП «Маркетинг»). На зустрічах з Гарантом та НПП це питання було уточнено і роз'яснено, що це технічна помилка.

Рекомендації

1. У внутрішній системі забезпечення якості освіти ЧДБК під час розроблення, оновлення та затвердження ОПП забезпечити перевірку відповідності відміток ПРН у таблиці 4 даним силабусів освітніх компонент. 2. Гаранту ОП та завідувачу кафедри продовжувати роботу над вдосконаленням ОП і під час наступного перегляду ОПП розглянути можливість впровадження в освітній процес ОК (або окремих тем ОК), пов'язаних зі штучним інтелектом (його розвитком та розширеними можливостями), що відповідає спрямованості ОП з цифровізації і сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності фахівців як на внутрішньому так і зовнішньому ринках.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

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

ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) РВО Черкаського державного фахового бізнес-коледжу (ЧДБК) відповідає вимогам законодавства щодо обсягу в кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС). Обсяг ОПП «Маркетинг» редакції 2023 р. 2024 р. та 2025 р. складає 240 кредитів ЄКТС, що відповідає ст. 5 ЗУ «Про вищу освіту» та Стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого та введеного в дію Наказом МОН України від 05.12.2018 р. №1343 (<https://surl.li/rvowhl>, <https://surl.li/dsjemn>, <https://surl.li/cc/lpdehp>). Обсяг обов'язкових освітніх компонент ОПП «Маркетинг» становить 180 кредитів ЄКТС (75%), обсяг вибіркових ОК ОПП – 60 кредитів ЄКТС (25%). Обсяг освітніх компонент ОПП Маркетингу у редакції 2025 р., які забезпечують загальні компетентності, становить 54 кредити ЄКТС (22,5%), на ОК, які забезпечують фахові компетентності, практики та атестацію здобувачів відводиться 126 кредитів ЄКТС (52,5%). ОПП «Маркетинг» редакції 2025 р. затверджена рішенням педагогічної ради ЧДБК від 10.04.2025 р. № 2-24/25 та введена в дію з 01.09.2025 р. наказом від 10.04.2025 р. №63, що відповідає нормам «Порядку розробки, затвердження, періодичного перегляду та закриття освітніх програм ЧДБК» (<https://surl.li/hjdcyd>).

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 ОПП «Маркетинг» має чітку структуру, що базується на вимогах до змісту й обсягу підготовки бакалаврів з маркетингу. ОПП містить взаємопов'язані ОК, що в сукупності забезпечують досягнення заявленої мети та ПРН. ОПП включає ОК, що забезпечують отримання здобувачами знань та навичок використання сучасних цифрових інформаційних та комунікаційних технологій. Зі структурно-логічної схеми ОПП Маркетинг (<https://surl.li/hoinkl>, додатки: табл. 2 та рис. 1) зрозуміло, що кожен наступний ОК доповнює попередні, формуючи комплексний підхід до засвоєння знань та формування фахових компетентностей. ОПП включає ОК, що формують основу для розуміння фахової термінології та здійснення маркетингової діяльності із можливістю використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. В цілому ЕГ встановлено, що структура і зміст ОПП забезпечують необхідні попередні знання або навички для засвоєння ОК та проходження практик, зокрема вивчення ОК, що забезпечують загальні компетентності, відбувається, переважно, у 1-4 семестрах і передусім вивченню ОК, що забезпечують фахові компетентності (5-8 семестри), також, після отримання знань за усіма ОК, що передбачені ОПП, у 8 семестрі здобувачі проходять переддипломну практику. Проте, ЕГ також встановлено, що в ОПП відсутня ОК, що забезпечує досягнення ЗК2 в частині «використання різних видів та форм рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя». На зустрічах з 1, 3, 4, 5, 6, під час огляду МТБ та вивчення розкладу занять ЕГ, отримала підтвердження, що рухову активність здобувачі отримують на факультативних заняттях з «Фізичного виховання», спортивних секціях (<https://surl.li/dzxzzg>) та локаціях на території та в гуртожитку, доступ до яких для здобувачів ЧДБК є безкоштовним, а також під час участі у спортивних змаганнях з різних видів спорту як під егідою адміністрації та студради коледжу, на різних рівнях (<https://surl.li/nkmfol>, <https://surl.li/ovaqeq>, <https://surl.li/dfmhxu>, <https://surl.li/xuvopl>). ЕГ рекомендує або в силабусах, або в тематичі ОК, або в новій ОК нової редакції ОПП, забезпечити досягнення ЗК2 в частині «використання різних видів та форм рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя». Зміст ОПП «Маркетинг» передбачає формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, що є важливими для готовності здобувачів самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів. Так, ЗК1, ЗК2, ЗК 14 та ЗК15 в першу чергу забезпечується такими ОК: SS03 Філософія, культурологія, соціологія, SS04 Правознавство, SS005 Історія української культури, SS006 Господарське право та господарський процес, SS011 Українські студії, NS012 Охорона праці, БЖД та цифрова безпека, DP038 Лідерство в бізнесі та іншими (<https://surl.li/twozem> розділ «Компоненти ОС бакалавр – Маркетинг»). ЕГ констатує, що і компетентності і програмні результати даною ОП досягаються.

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

Зміст ОПП «Маркетинг» у ЧДБК відповідає предметній області спеціальності «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня та забезпечує реалізацію поставленої мети. Предметна область ОПП «Маркетинг» ЧДБК характеризується: Об'єктом вивчення, цілями навчання, теоретичним змістом, методами, методиками та технологіями, інструментарієм та обладнанням (<https://surl.li/inzdde>). Такі ОК ОПП як «Аналіз галузевих ринків», «Інфраструктура товарного ринку», «Управління продажами та мерчандайзинг», «Маркетинг агро-промислового комплексу», «Поведінка споживача» відображають маркетингову діяльність як форму взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів із врахуванням регіонального контексту. ОПП, через ОК «Паблік-рілейшнз у бізнесі», «Промисловий маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження», «Міжнародний маркетинг», «Планування маркетингової діяльності на підприємстві», «Управління маркетингом на підприємстві», охоплює суть маркетингу як сучасної концепції

управління бізнесом, понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови, специфіку діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків, зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Програма передбачає освоєння методів, методик та технологій, які необхідні для професійної діяльності у маркетинговій сфері через такі ОК як: «Маркетингові дослідження», «Поведінка споживача», «Управлінські рішення та ризики у бізнес-процесах», «ІКТ в рекламі та просуванні товарів», «Цифровий маркетинг і логістика», «Паблік-рілейшнз у бізнесі», «Міжнародний маркетинг», тощо. Здобувачі опановують використання інструментів та обладнання, що застосовуються у сфері маркетингу. На таких ОК як: «Інформаційні системи і технології в діяльності підприємства», «ІКТ в рекламі та просуванні товарів», «Цифровий маркетинг і логістика» в ОПП передбачені практичні заняття з використанням спеціалізованого програмного забезпечення, що необхідне для формування у здобувачів вміння використовувати сучасні цифрові інформаційні та комунікаційні технології для планування і вирішення практичних маркетингових завдань. Аналіз ЕГ тематики, об'єктів, предметів та завдань, розміщених у репозиторії ЧДБК кваліфікаційних робіт (<https://surl.li/bnjcwx> – роботи студентів – бакалавр – економіка, бізнес, адміністрування), засвідчив їх відповідність предметній області спеціальності «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

На зустрічах з керівником та менеджментом коледжу, академічним персоналом та здобувачами ЕГ отримала підтвердження того, що для здобувачів вищої освіти відкрита можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі, передбаченому законодавством. Внутрішні нормативні документи ЧДБК унормовують процедуру формування індивідуальної освітньої траєкторії через «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://surl.li/pjnykf> – п. 3.9 та п.7.1), «Порядок реалізації здобувачами Черкаського державного бізнес-коледжу права на вільний вибір навчальних дисциплін» (<https://surl.li/hqxnop>) та «Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу» (<https://surl.li/mupbcv>). Окремі елементи формування індивідуальної освітньої траєкторії регламентуються «Положенням про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти (самоосвіти) здобувачів освіти» (<https://surl.li/cc/exwsyw>). Згідно даних нормативних документів ЧДБК формування ІОТ регламентується через: формування переліку вибіркових дисциплін, порядком та етапами обираючи вибіркових дисциплін, участь у формуванні індивідуального навчального плану, участь у програмах академічної мобільності, отримання права на академічну відпустку, визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО або через неформальну та інформальну освіту, обрання місця проходження практики, обрання тем рефератів, курсових та кваліфікаційних робіт, участь у наукових гуртках тощо. На зустрічах 1, 4, 7 та 8 ЕГ переконалась, що здобувачам забезпечено вільний вибір дисциплін із «Каталогу вибіркових дисциплін ЧДБК» (<https://surl.li/skqnfr> – до 2025 року кафедра «Кафедра економіки, управління та адміністрування», з 2025 р. – кафедра «Кафедра бізнес-економіки та маркетингу»). Аналіз ЕГ каталогу вибіркових дисциплін ЧДБК засвідчив відсутність проявів псевдовибірковості. Здобувачі підтвердили, що процедура вибору ОК в ЧДБК є чітко визначена і не містить суперечностей, які унеможливають реалізацію права здобувача освіти на вибір освітніх компонентів. Здобувачі та академічний персонал на зустрічах зауважили на практиках інформування про процедуру вибору ОК в ЧДБК, зокрема про встановлені обґрунтовані організаційні обмеження щодо кількості здобувачів освіти у групі. Здобувачі на зустрічі 4 та випускники на відкритій зустрічі також зауважили на відсутності впливу них під час вибору ОК та підтвердили, що обирають теми рефератів, курсової та кваліфікаційних робіт, а також місця проходження переддипломної практики у відповідності до власних уподобань та направленості академічних інтересів.

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

Проходження практик в ЧДБК регламентовано «Положенням про практичну підготовку здобувачів освіти» (<https://surl.li/pihumd>) та програмами практик. Даним положенням визначаються такі види практик в ЧДБК: навчальна (вступ до фаху, ознайомлювальна тощо) та виробнича (технологічна, організаційна (міжнародна), науково-дослідна тощо). Різновидом виробничої практики є переддипломна (передвипускна) практика. У положенні визначено чіткі вимоги до баз проведення, організації та керівництва, матеріального забезпечення та підсумків практик. Для здобувачів ОПП «Маркетинг» та навчальний план в ЧДБК передбачають протягом навчання проходження навчальної (6 кред.) та переддипломної (6 кред.) практик. Переддипломна практика дозволяє сформувати загальні і спеціальні компетентності (ЗК1, ЗК5, ЗК7-ЗК9, ЗК11-ЗК12, ЗК14, СК2, СК5, СК7, СК9, СК14) та програмні результати навчання (ПРН2-ПРН4, ПРН6-ПРН15, ПРН 18). Ознайомлення ЕГ із програмами навчальної (<https://surl.li/catzbz>) та переддипломної (у ВСО) практик ЧДБК дозволило встановити, що зміст практик забезпечує здобувачів освіти необхідними для спеціальності Маркетинг знаннями і навичками. На зустрічі зі стейкхолдерами ЕГ отримала підтвердження того, що програма переддипломної практики узгоджується з представниками баз практик на етапі підписання меморандумів про співпрацю та договорів про проведення практик. Базами практик виступають: ТОВ «Аудит Консалтинг Центр», ПП «Фаворит-комплект 2016», ТОВ «ТРИАР СИСТЕМЗ», ПрАТ «МХП» та інші. На відкритій зустрічі випускниця ОПП Маркетинг зауважила, що місцем її першої роботи на ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» була саме база практики, що свідчить про чільне практичної підготовки у працевлаштуванні випускників ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня в ЧДБК. Аналіз отриманих на запит наказів, щоденників та звітів з переддипломної практики, а також результати зустрічей зі здобувачами та стейкхолдерами, дали можливість ЕГ переконалась в тому, що правила і процедури організації та проведення

практик забезпечують досягнення результатів навчання. В цілому, результати зустрічей ЕГ із гарантом, здобувачами, стейкхолдерами та випускниками підтверджують, що практика є вагомим етапом підготовки, оскільки надає можливість отримати практичний досвід в контексті обраного напрямку аналізу і досліджень у кваліфікаційній роботі.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок

Під час зустрічей з академічним персоналом, здобувачами та студрадою ЕГ отримала підтвердження, що за ОПП «Маркетинг» передбачено набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок. Важливість отримання соціальних навичок для майбутнього фахівця-маркетолога є безсумнівною, оскільки в силу професійної діяльності маркетолог має вміти презентувати свій бренд, товар або послугу цільовій аудиторії, працювати в команді, виловлювати власну думку і комунікувати з представниками різних соціальних груп, проявляти лідерські якості, вирішувати конфліктні ситуації та розуміти важливість дотримання дедлайнів, а також діяти доброчесно, соціально відповідально та дотримуватись етичних норм поведінки. Такі «м'які» соціальні навички як через ОК, які забезпечують отримання загальних («Філософія, культурологія, соціологія», «Охорона праці, БЖД та цифрова безпека», «Бізнес англійська», «Українські студії», «Лідерство в бізнесі») та фахових («Управління продажами та мерчандайзинг», «Поведінка споживача», «Паблік-рілейшнз у бізнесі», «Управлінські рішення та ризики у бізнес-процесах») компетентностей. ЕГ додатково зазначає, що переважна більшість ОК ОПП «Маркетинг» у ЧДБК передбачають набуття здобувачами вищої освіти тих або інших соціальних навичок, що також відображено у силабусах ОК (<https://surl.li/fyeecf> – розділ «Політика дисципліни»). Від студради та академічного персоналу ЕГ отримала підтвердження, що соціальні навички здобувачів формуються під час проведення наукових конференцій (<https://surl.li/qrgqhj>), зустрічей з іноземними лекторами та тренерами (<https://surl.li/drahqx>, <https://surl.li/iyyvuz>), різноманітних заходах, що проводяться на базі коледжу за підтримки студради (<https://surl.li/qovips>, <https://surl.li/kctryy>, <https://surl.li/bkivgv>, <https://surl.li/uubnyz>). Особлива увага, в контексті розвитку соціальних навичок, в ЧДБК відводиться волонтерській діяльності та вшануванню пам'яті загиблих захисників і захисниць випускників коледжу (<https://surl.li/zqirih>, <https://surl.li/haojju>).

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

За результатами зустрічей 1, 2, 3, 4, 7 та 8, ознайомлення з нормативними документами ЧДБК, а також й опрацювання відомостей про самооцінювання ЕГ встановлено, що ОПП «Маркетинг» відповідає вимогам законодавства щодо обсягу в кредитах ЄКТС. Згідно «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://surl.li/pjnykf> – розділ 5) ЧДБК співвідносить обсяг окремих ОК з фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти, із урахуванням самостійної роботи, щоб встановлені кредити та результати навчання були досяжними. Згідно із положенням обліковими одиницями навчального часу здобувача освіти є кредит ЄКТС, академічна година, навчальний день, навчальний тиждень, навчальний семестр, навчальний рік, навчальний курс. Тривалість теоретичного навчання, практичної підготовки, семестрового контролю та державної атестації складає не більше 40 тижнів на рік. Навантаження за один навчальний рік становить 60 кредитів. ЧДБК визначає обсяг фактичного навантаження здобувачів на основі навчального плану, що розраховується із врахуванням кількості аудиторних і самостійних годин, необхідних для належного опанування кожного ОК. Виходячи зі структури ОП Маркетинг (<https://surl.li/cc/lpdehp> – розділ «Структура ОП»), кількість ОК у одному навчальному році не перевищує 16, а кількість екзаменів та залків за семестр не перевищує 8. Навчальний час, відведений на самостійну роботу здобувача складає не менше 1/3 від загального обсягу навчального часу, відведеного на вивчення конкретної ОК. Згідно «Положення про організацію освітнього процесу» тижневе аудиторне навантаження не повинно перевищувати 28 годин, проте, ЕГ встановлено, що у навчальних планах у 2-му семестрі обсяг тижневого аудиторного навантаження становить 31 год. ЕГ рекомендує привести навчальні плани у відповідність до нормативних документів ЧДБК. Також ЕГ встановлено, що обсяг кредитів ЄКТС, який відводиться освітньою програмою та навчальним планом на вибір ОК здобувачами освіти становить 25% обсягу ОП. Відповіді здобувачів на зустрічі 4, а також результати моніторингу їх опитування (<https://surl.li/hxtwya> – рис.4), засвідчили, що здобувачі не відчують перевантаження. Відповідаючи на запитання з приводу співвідношення між аудиторними годинами та самостійною роботою, що відводяться на вивчення навчальних дисциплін 58% студентів влаштовує повністю, 10% опитаних висловили бажання про необхідність збільшення часу на аудиторну роботу та 32% висловили бажання про необхідність збільшення часу на самостійну роботу.

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 ОПП «Маркетинг» в ЧДБК забезпечує практикоорієнтованість через: виконання завдань на практичних заняттях, виконання індивідуальних завдань, проходження навчальної та переддипломної практик, виконання курсової та кваліфікаційної роботи, а також залучення фахівців-практиків до проведення майстер-класів та тренінгів. Для практичних занять обов'язкових компонентів у навчальному плані підготовки бакалавра з маркетинг

в ЧДБК виділено значний час (1722 із 2868 аудиторних годин), що складає більше 60% від загальної кількості аудиторних годин. Переддипломна практика проходить на базі підприємств, у структурі яких успішно функціонують відділи маркетингу, і якими укладено відповідні договори, що сприяє набуттю досвіду виконання певних маркетингових функцій у реальних умовах а також застосуванню здобутих в аудиторіях теоретичних знань на практиці. На зустрічі 6 (зі стейкхолдерами) ЕГ отримала підтвердження, що на ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» та ПП «Фаворит-комплект 2016» здобувачі під час проходження практик виконують практичні завдання в контексті розробки механізмів збільшення клієнтської бази підприємств, готують презентації нових продуктів, вивчають програмне забезпечення в реальних умовах (CRM системи), працюють із соціальними мережами тощо. Приклади активного залучення професіоналів-практиків у освітній процес ЕГ також отримала на зустрічі 3 (з академічним персоналом) та на сайті відділення менеджменту та маркетингу ЧДБК (<https://surli.cc/jmqpdf>), зокрема: Валерія Полоз – креативний маркетолог у ніші мобільних застосунків, IT-компанія Applyft (Кіпр); Аліна Костенко – маркетолог ТОВ «ЦСК «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у місті Черкаси; Ольга Горбенко – SEO-фахівець; Сергій Базарний – менеджер роздрібного напрямку ПП «Черкаська Баварія» та багато інших фахівців-практиків. Навчання за дуальною формою освіти за ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти не здійснюється.

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

Результати зустрічей 1, 3 та 8, аналіз інформації на офіційному інтернет-сайті ЧДБК (<https://surli.li/lzbmwx>) та ВСО ОПП «Маркетинг» дозволив ЕГ встановити, що ЧДБК в цілому сприяє досягненню глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, визначених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН та підтриманих Указом Президента України. Так, ЕГ встановлено, що ЧДБК шляхом реалізації проєктів на рівні області та міста (отримані на запит ЕГ меморандуми про співпрацю з обласною та міською радами) сприяє досягненню Цілі 11 «Сталий розвиток міст і громад». В контексті реалізації даної цілі також виконуються наукові дослідження НПП кафедри бізнес-економіки та маркетингу, зокрема у 2025 році триває реалізація науково-дослідної роботи «Формування безпекових і соціально-економічних пріоритетів розвитку Черкаської області в умовах воєнного стану та в період повоєнного відновлення» (номер державної реєстрації: 0124U005004). Необхідність якісної підготовки фахівців, зокрема і фахівців-маркетологів, (Ціль 4 «Якісна освіта») зазначені у розділі 1 «Стратегії розвитку Черкаського державного бізнес-коледжу на період до 2027 року» (<https://surli.li/ncplgk>). Ціль 9 «Інновації та інфраструктура» також відображено у Стратегії ЧДБК, проте, дана ціль, в контексті «9. Істотного розширення доступу до інформаційно-комунікаційних технологій і прагнення до забезпечення загального і недорогого доступу до Інтернету», реалізовується: на інституційному рівні ЧДБК шляхом ефективного функціонування центру цифрової трансформації та інтернет-центру; на рівні ОПП «Маркетинг» – шляхом викладання таких ОК як «Цифровий маркетинг і логістика», «ІКТ в рекламі та просуванні товарів» та «Інформаційні системи і технології в діяльності підприємства». ЧДБК на ОПП «Маркетинг» готує фахівців-маркетологів до роботи у різних секторах економіки з акцентом на сільськогосподарське виробництво, сприяючи сталому економічному зростанню та гідній праці для всіх (Ціль 8). Потужною є співпраця ЧДБК із зарубіжними партнерами, зокрема коледж з 2023 р. є асоційованим партнером Європейського університетського альянсу EzUDRES2 (<https://surli.li/nvroti>), що зосереджується на сільських (неміських) регіонах та їхньому потенціалі трансформації в розумні та стійкі регіони (цілі 11 та 17).

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП «Маркетинг» повністю відповідає якісним характеристикам критерію 2 за такими підкритеріями: 2.1; 2.3; 2.4; 2.5; 2.6; 2.8; 2.9 та частково відповідає за підкритеріями 2.2 та 2.7. ОПП «Маркетинг» відповідає вимогам законодавства щодо обсягу в кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та Стандарту вищої освіти для спеціальності «Маркетинг». Зміст ОПП «Маркетинг» має чітку структуру, що базується на вимогах до змісту й обсягу підготовки бакалаврів з маркетингу. ОПП містить взаємопов'язані ОК, що в сукупності забезпечують досягнення заявленої мети та програмних результатів навчання, відповідає предметній області та забезпечує реалізацію поставленої мети. Для здобувачів вищої освіти відкрита можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі, передбаченому законодавством. Для здобувачів ОПП «Маркетинг» та навчальний план передбачають протягом навчання проходження навчальної (6 кред.) та переддипломної (6 кред.) практик. Зміст практик забезпечує здобувачів освіти необхідними для спеціальності «Маркетинг» знаннями і навичками. За ОПП «Маркетинг» передбачено набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок. Переважна більшість ОК ОПП «Маркетинг» у ЧДБК передбачають набуття здобувачами вищої освіти тих або інших соціальних навичок. Соціальні навички здобувачів формуються під час проведення наукових конференцій, зустрічей з іноземними лекторами та тренерами, різноманітних заходах, що проводяться на базі коледжу за підтримки студради. Особлива увага, в контексті розвитку соціальних навичок, в ЧДБК відводиться волонтерській діяльності та вшануванню пам'яті загиблих захисників і захисниць випускників коледжу. ОПП «Маркетинг» ЧДБК відповідає вимогам законодавства щодо обсягу в кредитах ЄКТС. Структура ОПП «Маркетинг» в ЧДБК забезпечує практикоорієнтованість через: виконання завдань на практичних заняттях, виконання індивідуальних завдань, проходження навчальної та переддипломної практик, виконання курсової та кваліфікаційної роботи, а також залучення фахівців-практиків до проведення майстер-класів та тренінгів. ЧДБК як на інституційному рівні, так і на рівні ОПП Маркетинг в цілому

сприяє досягненню глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, визначених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН та підтриманих Указом Президента України.

Недоліки

1. В ОПП відсутня ОК, що забезпечує досягнення ЗК2 в частині «використання різних видів та форм рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя». 2. У навчальному плані у 2-му семестрі обсяг тижневого аудиторного навантаження становить 31 год, що не відповідає п. 5.6 «Положення про організацію освітнього процесу».

Рекомендації

1. До кінця поточного навчального року забезпечити досягнення загальної компетентності ЗК2 у частині «використання різних видів та форм рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя» — шляхом внесення відповідних змін до силабусів, тематики освітніх компонент або включення нової освітньої компоненти у новій редакції ОПП. 2. У новій редакції навчального плану привести тижневе аудиторне навантаження 2-го семестру у відповідність до вимог пункту 5.6 «Положення про організацію освітнього процесу».

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

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

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

Правила прийому на навчання своєчасно оприлюднені на офіційному вебсайті закладу вищої освіти, <https://surl.li/pjrjts> що гарантує їхню доступність для потенційних вступників, ретельно прописано процедуру та строки всього вступного процесу, забезпечуючи чітке розуміння послідовності дій. Ліцензійні обсяги також вказані на сайті у загальному переліку <https://surl.cc/fezkkc> Заклад приймає вступників для здобуття рівня бакалавра на основі освітнього рівня фахового молодшого бакалавра, молодшого бакалавра (НРК5). Крім того, дозволено вступ для осіб, що вже здобули такий самий або вищий рівень освіти, або здобувають його не менше одного року. Окремо в Правилах прийому <https://surl.li/pjrjts> описано спеціальні умови участі в конкурсному відборі, такі як умови участі за квотами, умови переведення на вакантні місця державного/регіонального замовлення, правила зарахування усної співбесіди замість результатів НМТ/ЗНО, умови участі у конкурсі вразливих груп населення (діти загинувших, інваліди, ветерани тощо). Правила прийому є чіткими, зрозумілими та доступними для потенційних вступників. На думку ЕГ всі положення Правил прийому не є дискримінаційними та визначаються особливостями отримання кваліфікацій. В Додатках 1,2 і 3 до до Правил прийому визначено ліцензований обсяг за ОП, вагові коефіцієнти для вступників, у Додатку 6 визначені алгоритм підготовки та критерії оцінювання мотиваційних листів вступників.

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

Відповідно до додатків 2, 3 та 6 до Правил прийому на навчання <https://surl.li/pjrjts>, конкурсний відбір на ОПП «Маркетинг» на основі НРК5 з урахуванням результатів НМТ з укр.мови (коеф. 0,35), математики (0,4) та історії України (коеф. 0,25) або іноземної мови (коеф. 0,25) або біології (коеф. 0,2) або фізики (коеф. 0,3) або хімії (коеф. 0,3) або укр. літератури(коеф. 0,25) або географії(коеф. 0,35). Згідно з Правилами прийому результати ЗНО попередніх років за бажанням вступника можуть бути зараховані замість відповідних предметів НМТ, якщо різниця балів не перевищує 15. Також у передбачених цими Правилами випадках (спеціальні умови), результати співбесіди з тих самих предметів зараховуються замість НМТ. Вступ на навчання для здобуття освітнього ступеня бакалавра осіб, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти або здобувають його не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план, відбувається за результатами розгляду мотиваційних листів. Вступники на основі НРК5 (або вищого ступеня) приймаються на навчання зі скороченим строком. На думку ЕГ критерії прийому вмотивовані особливостями ОПП.

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, отриманих в інших закладах вищої освіти описана в «Положенні про академічну мобільність студентів ЧДБК» <https://surli.cc/onsagr>, яке зокрема передбачає, що: «Рішення щодо перезарахування результатів навчання, що були здобуті під час навчання на освітніх програмах із певних дисциплін, здійснюється на підставі відповідних документів (Договору про навчання, Договору про практику/стажування, Академічної довідки, витягу із навчальної картки у разі одночасного навчання за декількома програмами)». Встановлено алгоритм дій, документальне підтвердження результатів навчання та прописано обов'язки сторін при академічній мобільності. Також діє Положення про порядок перезарахування навчальних дисциплін та визначення академічної різниці <https://surli.cc/pfeenl>, в якому детально сформульовано умови зарахування попередніх результатів навчання. Варто відмітити, що студентів мотивують приймати участь у відповідних програмах і на сайті розміщений їх перелік з можливістю подати заявку <https://surli.cc/fyuwlo> а також перелік додаткових документів <https://surli.cc/cezzsa>. За результатами академічної мобільності у 2 сем. 2024-2025 н.р. студентка Кінаш Олександра Євгенівна, яка навчається за ОП «Маркетинг», брала участь у програмі академічної мобільності Erasmus+ протягом 2 семестру, де навчалася у Відземському університеті прикладних наук (м. Валмієра, Латвія). На відкритій зустрічі з ЕГ були присутні 2 студентки, які проходять навчання по програмі Erasmus+ за кордоном, також 1 студентка, яка повернулася з аналогічної програми і продовжує навчання в ЧДБК. На думку ЕГ, робота ЧДБК в контексті академічної мобільності та міжнародного співробітництва – виконується відмінно і їх досвід варто рекомендувати іншим закладам.

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

У ЧДБК діє Положення про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти (самоосвіти) здобувачів освіти <https://surli.cc/vlqpbk>, в якому вказаний чіткий алгоритм дій та передбачено створення фахової комісії для зарахування результатів неформальної та інформальної освіти. Викладачі мотивують студентів до здобування неформальної освіти шляхом інформування про це на заняттях, пропонуючи курси за освітніми компонентами, що є гарною практикою для саморозвитку здобувачів. На зустрічах зі здобувачами було уточнено, що вони проінформовані про різні курси на платформах Prometheus, Coursera. ЕГ під час аналізу було виявлено, що у Положенні про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти (самоосвіти) здобувачів освіти п.3.3 передбачає визнання результатів такої освіти лише за нормативними дисциплінами. На зустрічі 1 було уточнено це питання і заступник директора запевнила ЕГ, що це технічна помилка, і в разі звернення здобувача результати неформальної та інформальної освіти були б зараховані. Поки за ОП «Маркетинг» таких звернень не було. ЕГ на основі виявленої технічної помилки і, враховуючи дату затвердження Положення (28.12.2020), до наступного навчального семестру рекомендує оновити дане Положення.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП «Маркетинг» повністю відповідає якісним характеристикам критерію 3 за такими підкритеріями: 3.1-3.3; та частково відповідає за підкритерієм 3.4. Правила прийому до ЧДБК чіткі і зрозумілі, інформація представлена у вільному доступу та не містить дискримінаційних положень. ЧДБК дозволяє студентам розвиватися у напрямку неформальної освіти, допомагає у пошуку програм академічної мобільності, надає значні можливості для ініціативних студентів. Існує вичерпний перелік документів та допоміжних матеріалів, які знаходяться у відкритому доступі на сайті коледжу. У ЗВО діє чіткий механізм визнання результатів навчання здобувачів. Коефіцієнти навчальних предметів для вступу логічно-розподілені та допомагатимуть при подальшому навчанні за даною ОП. Викладачами кафедри практикується впровадження елементів неформальної освіти в опанування дисциплін та певна мотивація здобувачів приймати участь у програмах міжнародного співробітництва. Така практика мотивує студентів до саморозвитку та різнопланового навчання.

Недоліки

1. Під час аналізу Положення про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти (самоосвіти) здобувачів освіти виявлено технічну помилку у п.3.3, яка містить інформацію, що передбачає визнання результатів такої освіти лише за нормативними дисциплінами.

Рекомендації

1. До наступного семестру усунути технічні помилки в Положенні про визнання результатів неформальної та інформальної освіти (п.3.3). 2. Поширювати передовий досвід міжнародної діяльності коледжу серед інших ЗВО.

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 в ЧДБК відповідає вимогам законодавства, здійснюється на підставі «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://surl.li/sfeyis>). Аналіз ЕГ ВСО, нормативних документів ЧДБК, результатів опитувань дав можливість встановити, що методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі мети та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу, принципам академічної свободи. Вивчення Положення, НП та силабусів ОК дозволило встановити, що освітній процес здійснюється за такими формами: лекції; практичні та семінарські заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи; та методами: вербальний, пояснювально-демонстраційний, проблемного викладання, репродуктивний, робота з літературою (конспектування, тезування, анотування тощо), візуалізації (презентація, ілюстрації). За ОПП передбачено виконання курсової роботи, проходження 2-х практик та виконання кваліфікаційної роботи. НПП, здобувачі та студентське самоврядування (зустрічі 3, 4 і 5) підтвердили, що навчання на ОПП відповідає вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи (п. 7.1 Положення). Навчання здобувачів відбувається в очному форматі. Основною платформою підтримки освітнього процесу в ЧДБК є середовище Moodle, доступ до якого можливий з головної сторінки web-сайту коледжу (<https://surl.li/lzbmwx>). В середовищі Moodle створено навчальні курси за кожним ОК – під час огляду МТБ ЕГ переконалась у якісному наповненні курсів та наявності потрібних засобів: засоби презентації для візуалізації та обговорення матеріалу, проектори та екрани, комп'ютерна техніка тощо. Результати опитувань здобувачів (<https://surl.li/hxtwya> – рис. 1) та результати зустрічі 4 засвідчили те, що 79% здобувачів задовольняє якість підготовки за ОПП «Маркетинг». Здобувачі на зустрічі 4 підтвердили, що самостійно обирають теми і напрями наукових досліджень, курсової та кваліфікаційної роботи, вибіркової ОК, беруть участь в оновленні ОП та вносять пропозиції щодо покращення змісту окремих ОК. НПП на зустрічі 3 та під час огляду МТБ коледжу акцентували увагу на академічній свободі у дослідницькій і викладацькій діяльності та використанні сучасних програмних продуктів та сервісів (SPSS, Canva, сервіси Google). Особливу увагу НПП звернули на відповідальне використання ІІІ в освітньому процесі (<https://surl.li/lnzejc>). Здобувачі на зустрічі 4 підтвердили використання в освітньому процесі сучасних програмних продуктів та сервісів. І НПП і здобувачі зауважили на використанні сучасних форм та методів навчання, таких як: бізнес-симуляції, сторітейлінг, кейси, тренінги, навчальні дискусії, ділові ігри, експрес-опитування тощо). Під час огляду МТБ ЕГ було продемонстровано наявність необхідних засобів для навчання: засоби презентації для візуалізації та обговорення матеріалу, проектори та екрани, мультимедійні матеріали тощо.

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)

Вивчення ЕГ web-ресурсів коледжу дозволило встановити, що ОПП «Маркетинг» 2023 р., 2024 р. та 2025 р. розміщено у вільному доступі на окремій сторінці з усіма ОП, що реалізуються в ЧДБК (<https://surl.lu/hiyoxp>). Результати обговорення ОПП Маркетинг усіх редакцій розміщені нижче. З НП та робочими НП в зацікавлених осіб з'являється можливість ознайомитись перейшовши на сторінку кафедри бізнес-економіки та маркетингу (<https://surl.lt/ktbsju>). На зустрічах 2, 3 та 4 ЕГ встановила, що основним документом, що забезпечує супровід ОК в ЧДБК є силабус, який має розширене наповнення та складається з таких розділів: базова інформація, місце дисципліни в ОП, опис, зміст, політика, система оцінювання, накопичування балів, критерії оцінювання, шкала оцінювання, список рекомендованих джерел та інтернет ресурси. Здобувачі зауважили, що силабуса для них цілком достатньо для отримання необхідної інформації за окремим ОК. Силабуси обов'язкових та вибірових ОК розміщені у вкладці «Студентові» з доступом через головну сторінку (обов'язкові ОК – <https://surl.li/iahurm> – вкладка Маркетинг; вибірові ОК – <https://surl.lu/beysuz> – вкладка кафедри бізнес-економіки та маркетингу або кафедри економіки, управління та адміністрування). Як позитивну практику ЕГ визначає наявність в силабусах політики використання ІІІ, зокрема завдання мають маркування регламенту використання ІІІ: синій – використання ІІІ вимагається; червоний – використання ІІІ заборонено; жовтий – про використання ІІІ повідомляється; зелений –

використання ІІІ дозволено (<https://surl.li/deojqj> – сторінка 6). Водночас, ЕГ зауважує на недопустимості посилання в силабусах на літературні джерела зарубіжних авторів, перекладених на російську мову (мову агресора) – список рекомендованих джерел та інтернет ресурси у силабусах ОК «Міжнародний маркетинг» (номера джерел 1, 7 та 12), а також ОК «Управління маркетингом на підприємстві» (номер джерела 8), що представлені у ВСО, потребують негайної заміни та посилання на оригінальне видання або україномовний переклад. Ознайомившись із курсами у середовищі Moodle, ЕГ констатує, що наявної інформації за кожним ОК також є цілком достатньо для якісної організації освітнього процесу (<https://surl.lt/apwcdm>). Результати опитувань здобувачів (<https://surl.lt/hxtwya> – рис. 2, 6 та 7) та результати зустрічі 4 засвідчили те, що понад 79% здобувачів задоволені системою інформування щодо освітнього процесу впродовж навчального періоду, 95% здобувачів задоволені ефективністю взаємодії з викладачами і 79% здобувачів вважають електронні навчальні ресурси доступні в достатній мірі. НПП зауважили, що на першому занятті надають всю необхідну інформацію за ОК. Здобувачі підтвердили, що отримують усю необхідну інформацію з освітнього процесу за ОК як від викладачів на початку навчання, так і в середовищі Moodle. Для комунікації між учасниками освітнього процесу використовуються за попередньою домовленістю месенджери та соцмережі, середовище Moodle та електронна пошта.

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

Результати зустрічей із академічним персоналом та здобувачами, а також ознайомлення ЕГ із силабусами ОК, освітніми матеріалами в Moodle, методичними рекомендаціями до виконання та змістового наповнення курсової роботи з ОК «Економічна теорія» та кваліфікаційної роботи, поданими у ВСО, дозволило зробити висновок, що реалізація в ЧДБК ОПП «Маркетинг» забезпечує поєднання навчання і досліджень. На зустрічах НПП і здобувачі зауважували на можливості отримання додаткових балів «Балів активності» за участь у науково-дослідницькій діяльності, що регламентується відповідним положенням (<https://surl.lt/vryfgv>), розробленим Науковою радою коледжу (<https://surl.li/jqnmprg>). Водночас, аналіз ЕГ силабусів ОК не виявив у списках рекомендованих джерел наукових публікацій викладачів, що забезпечують ОК. Відповідно, ЕГ рекомендує, з метою стимулювання викладачів та здобувачів до поєднання навчання і досліджень, запропонувати доповнювати список рекомендованих джерел науковими публікаціями викладачів, що забезпечують ОК. У відповідь на запит ЕГ отримала перелік наукових публікацій та інших наукових активностей здобувачів усіх курсів ОПП Маркетинг, з якого зроблено висновок, що основними напрямками наукової активності здобувачів є: участь у наукових конференціях та форумах та публікації матеріалів наукових досліджень, що не є достатнім. ЕГ рекомендує використовувати більше можливостей залучення здобувачів до участі у всеукраїнських конкурсах наукових робіт, конкурсах рекламних креативів тощо. На зустрічах 3 та 4 ЕГ отримала підтвердження, що в ЧДБК щорічно відбувається Всеукраїнська науково-практична конференція «Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів», в роботі конференції беруть активну участь здобувачі ОПП Маркетинг (<https://surl.li/kriplp>) шляхом виступів та публікації матеріалів наукових досліджень. На зустрічах 3, 4 та з представниками студентського самоврядування ЕГ отримала підтвердження активної роботи студентського фахового маркетингового клубу «Open Space – MyrCating Club», на засідання якого запрошуються професіонали-практики для читання гостьових лекцій, проведення вебінарів та тренінгів (<https://surl.li/rvehsy>). ЕГ, у відповідь на запит, також ознайомила із науково-дослідною роботою НПП кафедри бізнес-економіки та маркетингу. ЕГ констатує, не достатню науково-дослідну активність НПП кафедри в розрізі ОК. В цілому, підсумовуючи результати зустрічей 3-5, ЕГ відмічає достатню зацікавленість і долученість учасників освітнього процесу до поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП, в тому числі через виконання дослідницьких проєктів (<https://surl.li/dmgqfq>), що містять маркетингову складову.

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

На зустрічах з гарантом, авторами ВСО, академічним персоналом, здобувачами та за результатами відповідей на запити ЕГ отримала підтвердження того, що оновленню змісту ОК в ЧДБК на кафедрі бізнес-економіки та маркетингу приділяється достатня увага. НПП, задіяні у забезпеченні освітнього процесу за ОПП Маркетинг, зауважили на тому, що оновлення тематичного змісту ОК відбувається на постійній основі в результаті обговорень на семінарах кафедри (<https://surl.li/kmneyt>), а оновлення силабусів та курсів у середовищі Moodle – за необхідністю. На зустрічі з академічним персоналом, задіяним у забезпеченні освітнього процесу за ОПП Маркетинг, наголосив на тому, що оновлення змісту їх ОК відбувається за результатами проходження курсів підвищення кваліфікації, участі у семінарах та конференціях, а також за результатами участі у міжнародних проєктах, стажуваннях та лекціях (<https://surl.li/apmgae>, <https://surl.li/wizork>, <https://surl.li/cc/wbmrwb>). Зокрема, присутні НПП підтвердили наведені у ВСО приклади оновлення таких ОК як «Ринок праці та людський капітал», «Менеджмент», «Англійська для ділового спілкування», «Економікс», «Статистика», «Інформаційні системи і технології в діяльності підприємства». Додатково НПП навели приклади оновлень на основі вивчення курсів на онлайн платформах Prometheus та Coursera таких ОК маркетингового спрямування: «Управління продажами та мерчандайзинг», «Поведінка споживача», «Паблік-релейшнз у бізнесі», «Маркетинг агропромислового комплексу». Результати опитувань здобувачів (<https://surl.lt/hxtwya> – рис.3) та результати зустрічі 4 засвідчили те, що 68% здобувачів вважають, що навчання за ОПП Маркетинг є сучасним та практично орієнтованим і 63% здобувачів вважають, що їх очікування щодо ОПП «Маркетинг» співпали з її реальним змістом. Дані показники, на думку ЕГ, свідчать про хоча і достатній ступінь відповідності змісту ОП в цілому, та окремих ОК зокрема, сучасним маркетинговим тенденціям, проте, згідно відповідей здобувачів, даний напрям потребує активізації зусиль НПП. Вивчення протоколів засідань кафедри економіки, підприємництва та маркетингу ЧДБК щодо обговорення ОПП

підтверджує, що НПП оновлюють зміст ОК на сучасних практик у галузі маркетингу та звернень стейкхолдерів, зокрема у відповідь на запит ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» до ОК «Цифровий маркетинг і логістика» введено окрему тему «Залучення клієнтів та налагодження зв'язків у цифровому маркетингу». Підтвердженням належної уваги НПП кафедри до оновлення змісту освіти також є аналіз тематики розміщених у репозиторії ЧДБК захищених кваліфікаційних робіт за 2025 рік – ЕГ відмічає суттєве оновлення тематики кваліфікаційних робіт з урахуванням наукових досягнень, сучасних практик у сфері маркетингу, побажань стейкхолдерів у порівнянні із наведеною тематикою у «Методичних рекомендаціях щодо виконання та змістовного наповнення кваліфікаційної роботи», поданою у ВСО.

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

Ознайомлення ЕГ із розділом «Про нас – Міжнародна діяльність» сайту ЧДБК дозволило встановити, що міжнародна діяльність коледжу здійснюється за 3-ма напрямками: участь у міжнародних альянсах (<https://surl.li/nvroti>), академічна мобільність (<http://csbc.edu.ua/admin.php?about=17>) та діяльність мовного центру «Lingua Hub» (<http://csbc.edu.ua/admin.php?about=20>). З 2023 р. ЧДБК є асоційованим партнером Європейського університетського альянсу EzUDRES2. Альянс є частиною ініціативи, започаткованою Європейською комісією та об'єднує 9 партнерів. Коледж в рамках співпраці з Альянсом уклав 4 Міжінституційні угоди за програмою Еразмус+ та меморандум про співпрацю до 2027 р.: Відземський університет прикладних наук, м. Вальмієра, Латвія; Політехнічний університет м. Тімішора, Румунія; Університет прикладних наук м. Санкт-Пельтен, Австрія; Університет прикладних наук, м. Фульда Німеччина; Університет прикладних наук, Бельгія. Протягом періоду з травня 2023 року по вересень 2025 року студенти (в т.ч. і маркетингологи) коледжу 43 рази отримували унікальний досвід завдяки програмам академічної мобільності. На відкритій зустрічі здобувачі підтвердили свою участь у програмах міжнародної академічної мобільності, зокрема 2 здобувачки вийшли на зустріч, перебуваючи на мобільності у Відземському університеті прикладних наук, м. Вальмієра, Латвія. На зустрічі з ЕГ отримала підтвердження того, що НПП коледжу та кафедри бізнес-економіки та маркетингу беруть разом зі здобувачами активну участь у міжнародній освітньо-науковій діяльності: онлайн-наради, онлайн-панельні дискусії, кар'єрні заходи, лекції та воркшопи зарубіжних викладачів, робочі візити тощо (<https://surl.li/ferlcp>, <https://surl.li/dckzxr>, <https://surl.li/depjwa>, <https://surl.li/bkamin>, <https://surl.li/utddxq>, <https://surl.li/enatha>, <https://surl.li/fpqzfe>, <https://surl.li/oukoeu>, <https://surl.li/kaxgft>). НПП також наголосили на публікаційній активності у зарубіжних наукових виданнях, що індексуються у різноманітних науково-метричних базах, в чому є можливість переконатись відкривши профілі викладачів кафедри (<https://surl.li/cymxsh>). На зустрічі 8 ЕГ отримала розлогу відповідь щодо діяльності мовного центру «Lingua Hub». Зокрема центр співпрацює з такими міжнародними організаціями, навчальними закладами та партнерами: Відділ преси, освіти та культури Посольства США в Україні, Університет Кларка /Clark University, м. Вустер, штат Массачусетс, Університет штату Флорида/ Florida State University, м. Талахассі, Флорида, Коледж Хайек Глобал/ Hayek Global College, Бразилія, Коледж Міддлбері/ Middlebury College, США, М. Дужон Джонсон, доктор права, волонтер Корпусу Миру США, меценат, м.Сіетл, штат Вашингтон, Метью Вебстер, магістр, волонтер, Південна Корея тощо. В цілому, ЕГ констатує, активну міжнародну діяльність ЧДБК.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП «Маркетинг» повністю відповідає якісним характеристикам критерію 4 за такими підкритеріями: 4.1; 4.4; 4.5 та частково відповідає за підкритеріями 4.2; 4.3. Освітній процес в ЧДБК відповідає вимогам законодавства і здійснюється на підставі внутрішніх нормативних документів коледжу. Методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у ОПП мети та ПРН, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. У освітньому процесі використовуються сучасні програмні продукти та сервіси: SPSS, Canva, сервіси Google та ШІ. Як позитивну практику ЕГ визначає наявність в силабусах політики використання ШІ, зокрема завдання мають маркування регламенту використання ШІ. ОПП розміщено у вільному доступі на відповідній сторінці web-сайту коледжу, в усіх зацікавлених осіб є можливість ознайомитись із навчальними планами, силабусами обов'язкових та вибіркових ОК та внести пропозиції до проєктів ОПП. основним документом, що забезпечує супровід ОК в ЧДБК є силабус, який має розширене наповнення та містить необхідну інформацію щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання. Наявної інформації за кожним ОК у середовищі Moodle є цілком достатньо для якісної організації освітнього процесу. Реалізація в ЧДБК ОПП «Маркетинг» забезпечує поєднання навчання і досліджень. Як позитивну практику ЕГ визначає наявність можливості отримання додаткових балів «Балів активності» за участь у науково-дослідницькій діяльності, що регламентується відповідним положенням, розробленим Науковою радою коледжу. Оновленню змісту ОК в ЧДБК на кафедрі бізнес-економіки та маркетингу приділяється належна увага. НПП, задіяні в реалізації освітнього процесу за ОПП Маркетинг, беруть активну участь у міжнародній діяльності, залучаючи через різні форми активностей (мобільність, лекції та воркшопи зарубіжних викладачів тощо) здобувачів.

1. Наявність в силабусах ОК «Міжнародний маркетинг» (номера джерел 1,7 та 12), а також ОК «Управління маркетингом на підприємстві» (номер джерела 8) посилань на літературні джерела зарубіжних авторів, перекладених на російську мову. 2. Відсутність у списках рекомендованих джерел силабусів наукових публікацій викладачів, що забезпечують ОК. 3. Участь здобувачів у всеукраїнських конкурсах наукових робіт, конкурсах рекламних креативів та інших конкурсах є епізодичною.

Рекомендації

1. До кінця поточного навчального семестру замінити у списках рекомендованих джерел силабусів ОК «Міжнародний маркетинг» та ОК «Управління маркетингом на підприємстві» російськомовні видання на оригінальні або україномовні переклади. 2. З метою стимулювання викладачів та здобувачів до поєднання навчання і досліджень за окремими ОК, починаючи із наступного навчального року, запровадити практику доповнення списку рекомендованих джерел у силабусах науковими публікаціями викладачів, які забезпечують відповідні освітні компоненти. 3. Стимулювати та на системній основі залучати здобувачів до участі у всеукраїнських конкурсах наукових робіт, конкурсах рекламних креативів та інших заходах дослідницького й професійного спрямування.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень В

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

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів регламентують такі нормативні документи: Положення про організацію освітнього процесу в ЧДБК (<https://surl.li/csyokb>), Положенням про проведення семестрового контролю та атестації студентів (<https://surl.li/bufiqg>), Положенням про апеляцію підсумкового семестрового контролю (<https://surl.li/xsfpwt>), а також Положенням про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів вищої освіти (<https://surl.li/ecvrbz>). У навчальному процесі застосовують такі види контрольних заходів – поточний, рубіжний і семестровий контроль (екзамен, залік, захист курсової роботи, атестація (захист КБР). Поточний контроль проводиться під час практичних, семінарських, а також через перевірку інд. завдань, рефератів, тестових завдань тощо. Рубіжний (модульний, тематичний) контроль виконується після опанування логічно завершеного блоку ОК для перевірки рівня засвоєння матеріалу. Форми та критерії для кожного ОК зазначені у відповідних силабусах ОК (<https://surl.li/iplkpf>). Семестровий контроль застосовується для комплексного оцінювання навчальних досягнень здобувачів після завершення певного освітнього етапу. Сукупність цих методів у межах ОП дозволяє об'єктивно оцінити досягнення ПРН. Оцінювання знань проводиться за 100-бальною накопичувальною шкалою ЄКТС. Мінімальний пороговий рівень оцінки з ОК становить 60 балів. Здобувач може отримати додаткові (заохочувальні) бали за публікації, участь у наукових конф., за роботу у студ. наукових гуртках тощо. Прозорість та зрозумілість контрольних заходів та критеріїв оцінювання досягається за рахунок інформування студентів усно (на першому занятті з ОК) і також через систему Moodle. Графік навчального процесу доводиться до відома здобувачів на початку навчального року, розміщується в Moodle і на стенді з розкладом. Інформація про форми та критерії доводиться до здобувачів на початку семестру, цю інформацію було підтверджено на зустрічах 4 та 5, і як повідомили здобувачі, вони можуть додатково звертатися і уточнювати у викладачів усю інформацію щодо завдань або системи оцінювання. Крім цього, графік сем. контролю доводить до відома куратор та староста в електр. чатах (Viber) і усно, про що повідомили здобувачі. Перед кожним екзаменом обов'язково проводиться консультація, на якій теж наголошується про критерії оцінювання. Інформація про систему оцінювання також є на сайті (<https://surl.li/vbtner>). Щосеместрово студенти приймають участь у опитуванні щодо якості освітнього процесу (<https://surl.li/ylpgnb>), результати якого показали що 79% здобувачів задоволені системою інформування щодо освітнього процесу, 84% - підтвердили, що процедура проведення поточного та підсумкового контролів знань є чіткою та зрозумілою. ЕГ також встановлено, що інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів надається НПП на початку вивчення кожної ОК, а правила проведення контролю та критерії оцінювання є чіткими та зрозумілими і детально описані в силабусі кожної ОК.

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

Аналіз ВСО показав і підтверджено Гарантом на зустрічі, що відповідно до стандарту атестація здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» в ЧДБК передбачає публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра. Кваліфікаційні

роботи проходять перевірку на наявність текстових запозичень, що регламентується «Порядком перевірки на плагіат академічних та наукових текстів ЧДБК» (<https://surl.li/odlupt>). Вимоги до підготовки кваліфікаційних робіт визначено «Положенням про курсові й кваліфікаційні роботи у ЧДБК» та методичних рекомендаціях щодо виконання та змістовного наповнення кваліфікаційної роботи випускової кафедри (<https://surl.li/noicji>). Інших форм атестації не передбачено. Також, на зустрічі з Гарантом, зустрічах з та 8 встановлено, що відбувається обов'язкова перевірка робіт на наявність плагіату, і постійно здійснюється популяризація серед здобувачів вищої освіти принципів дотримання академічної доброчесності. Кваліфікаційні роботи оприлюднюються в Репозитарії ЧДБК (<https://surl.li/ggetfh>).

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

Процедуру проведення контрольних заходів у ЧДБК регламентують такі нормативні документи: Положення про організацію освітнього процесу в ЧДБК (<https://surl.lu/solnox>), Положенням про проведення семестрового контролю та атестації студентів (<https://surl.li/anydgi>), Положенням про апеляцію підсумкового семестрового контролю (<https://surl.li/gvqjdi>), а також Положенням про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів вищої освіти (<https://surl.lu/hhddoj>). Для кожної ОК порядок проведення контрольних заходів детально прописано у силабусі, де визначаються форми контролю, критерії оцінювання, умови допуску до підсумкового контролю та ін. Крім того, на початку кожного семестру викладачі інформують здобувачів про правила складання контрольних заходів, порядок їх повторного проходження, можливість апеляції результатів та ін. Об'єктивність екзаменаторів забезпечується чіткими правилами оцінювання, визначеними у нормат. документах. Відповідно до положень Етичного кодексу (<https://surl.li/kcyvvg>), НПП зобов'язані неупереджено оцінювати РН здобувачів, уникати конфлікту інтересів та дотримуватися академічної доброчесності (п.3-4). Якщо здобувач за результатами поточного та підсумкового контролю набрав від 35 до 59 балів, він має право перескласти залік чи екзамен. Відповідно до Положення про семестровий контроль повторне складання екзамену або заліку допускається не більше 2-х разів з ОК: викладачу, який проводив контрольний захід, а в разі повторної здачі – комісії, яка створюється випусковою кафедрою і затверджується наказом директора. Оцінка отримана на повторній здачі є остаточною. Порядок подання і розгляду апеляції відповідно до Положення оприлюднюється та доводиться до відома студентів і викладачів до початку підсумкового семестрового контролю. Заява на апеляцію подається особисто впродовж 2-х робочих днів після оголошення результатів підсумкового оцінювання завідувачу структурного підрозділу (завідувачу кафедри). Цю інформацію ЕГ уточнено на зустрічах з Гарантом, здобувачами та НПП і підтверджено, що інформація про проведення контрольних заходів є чіткою і зрозумілою, доступною для усіх учасників освітнього процесу і забезпечує об'єктивність екзаменаторів, і уточнено, що випадків оскарження результатів контрольних заходів і не об'єктивності оцінювання на ОПП Маркетинг не було.

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

ЕГ в ході аналізу ВСО та зустрічі з Гарантом, зустрічей 1, 2 та 8 встановила, що політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності в ЧДБК регламентуються такими документами: Кодекс академічної доброчесності в ЧДБК (<https://surl.li/xqesmx>) та Порядок перевірки академічних та наукових текстів на плагіат в Черкаському державному бізнес-коледжі (<https://surl.li/aeagls>). Метою Кодексу є формування академічних цінностей та високої академічної культури, утвердження моральних цінностей, соціальної активності та відповідальності у кожного учасника освітнього процесу тощо. Механізм забезпечення академічної доброчесності передбачає процеси популяризації академічної доброчесності, форми проявів академічної недоброчесності, принципи та норми академічної доброчесності, процедуру реагування на порушення і відповідальність за порушення. Коледж популяризує поняття і принципи академічної доброчесності через влучення до ОПП «Маркетинг» ОК «Організація наукових досліджень» та ОК «Академічне письмо», кураторів, студентське самоврядування, академічний персонал, розроблену відповідну нормативну базу. Згідно з Порядком перевірки академічних та наукових текстів на плагіат в ЧДБК текст вважається оригінальним, робота допускається до захисту або опублікування якщо її унікальність понад 70%. Для вирішення конфліктних ситуацій та запобігання порушенням у ЧДБК діє Комісія з питань академічної доброчесності, яка є незалежним колегіальним органом, що наділений правом виявляти та встановлювати факти порушення академічної доброчесності учасників освітнього процесу Коледжу. Відповідно до Положення про Комісію з питань академічної доброчесності (<https://surl.lu/yslafb>) головною метою її діяльності є сприяння дотриманню принципів академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин в освітній та науковій діяльності Коледжу. На запит ЕГ було надано договір про співпрацю з ТОВ «Плагіат» (№1 від 26.05.2025 р., раніше застосовувалася система перевірки на плагіат Unichек, а з червня 2024 року впроваджено програму StrikePlagiarism). Здобувачі ОП Маркетинг під час зустрічі підтвердили, що проінформовані про політику і процедури дотримання академічної доброчесності, також під час вивчення кожної ОК викладачі наголошують про дотримання принципів академічної доброчесності при виконанні завдань, про що

також вказано в силабусах ОК і додатково рекомендують самостійно здійснювати перевірку текстів за допомогою безкоштовних програм та онлайн-сервісів, таких як Copyscape (<https://www.copyscape.com/>) та Copyleaks (<https://copyleaks.com/>). ЕГ встановлено, що політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності є визначеними, чіткими, зрозумілими, доступними і послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації ОПП, що підтверджено документально (кодекс, положення, силабуси ОК) та проведеними зустрічами. Випадків порушення академічної доброчесності на ОП «Маркетинг» виявлено не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ досягла спільного висновку, що Критерію 5 визначено рівень відповідності «В», оскільки вимоги п.5.1-5.4 виконано повністю. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів на першому (бакалаврському) рівні ВО регламентують нормативні документи, які розміщено у відкритому доступі на сайті коледжу. Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів надається НПП на початку вивчення кожної ОК, а правила проведення контролю та критерії оцінювання є чіткими та зрозумілими і детально описані в силабусі кожної ОК. У навчальному процесі застосовують такі види контрольних заходів – поточний, рубіжний і семестровий контроль (екзамен, залік, захист курсової роботи, атестація (захист КБР). Прозорість та зрозумілість контрольних заходів та критеріїв оцінювання досягається за рахунок інформування студентів усно (на першому занятті з ОК) і також через систему Moodle. Графік навчального процесу доводиться до відома здобувачів на початку навчального року, розміщується в Moodle і на стенді з розкладом. Відповідно до стандарту атестація здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» в ЧДБК передбачає публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра. Відбувається обов'язкова перевірка робіт на наявність плагіату. Кваліфікаційні роботи оприлюднюються в Репозитарії ЧДБК. Інформація про проведення контрольних заходів є чіткою і зрозумілою, доступною для всіх учасників освітнього процесу і забезпечує об'єктивність екзаменаторів. Випадків оскарження результатів контрольних заходів і не об'єктивності оцінювання на ОПП Маркетинг не було. Механізм забезпечення академічної доброчесності передбачає процеси популяризації академічної доброчесності, форми проявів академічної недоброчесності, принципи та норми академічної доброчесності, процедуру реагування на порушення і відповідальність за порушення. Коледж популяризує поняття і принципи академічної доброчесності через включення до ОПП «Маркетинг» ОК «Організація наукових досліджень» та ОК «Академічне письмо», кураторів, студентське самоврядування, академічний персонал, розроблену відповідну нормативну базу. У ЧДБК діє Комісія з питань академічної доброчесності, яка є незалежним колегіальним органом, що наділений правом виявляти та встановлювати факти порушення академічної доброчесності учасників освітнього процесу Коледжу. Політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності є визначеними, чіткими, зрозумілими, доступними і послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації ОПП, що підтверджено документально (кодекс, положення, силабуси ОК) та проведеними зустрічами. Випадків порушення академічної доброчесності на ОП «Маркетинг» виявлено не було.

Недоліки

не виявлено

Рекомендації

1) ЕГ рекомендує Гаранту ОП та НПП продовжувати впровадження найкращих практик забезпечення об'єктивності та прозорості контрольних заходів, зокрема шляхом розширення використання цифрових технологій для автоматизації перевірки результатів навчання, що сприятиме підвищенню якості освітнього процесу.

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

ЕГ проаналізувала кадровий склад, який забезпечує підготовку на ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО (табл. 2 ВСО та інформація за запитом ЕГ) та підтверджує, що всі НПП відповідають п.37-38 ліцензійних вимог щодо освітньої діяльності та мають щонайменше чотири досягнення. Для реалізації ОПП залучено 17 викладачів, які мають відповідну освіту, рівень наукової кваліфікації і спроможні забезпечити свої ОК, зокрема, 94% НПП мають науковий ступінь, 88% - працюють за основним місцем роботи (в т.ч. 13% працюють за суміщенням). Детальний аналіз наукових досліджень НПП підтверджує відповідність наукових праць змісту ОК, які вони викладають у межах ОПП. Однак ЕГ виявлено поодинокі випадки, коли тематика наукових публікацій НПП потребує більшої узгодженості зі змістом ОК, що ними забезпечуються. НПП, які задіяні у межах ОП, підвищують свою кваліфікацію, що підтверджено відповідними сертифікатами і уточнено на зустрічі з Гарантом, зустрічах 1, 3 та 7. Наукова діяльність окремих НПП відзначається високим рівнем професіоналізму, що підтверджується їхньою активною участю в міжнародних стажуваннях і проєктах (проф. Н.А. Азьмук, авторський курс ОК «Ринок праці та людський капітал»; доц. І.В. Іванова, авторські курси ОК «Professional English in Use», «Introduction to Public Speaking»). Також, у ВСО наведено, що професор кафедри Н.А. Азьмук є провідним науковим співробітником Інституту економіки промисловості НАН України (за сумісництвом), де бере участь у розробленні стратегій національного й регіонального рівнів, підготовці змін до законодавчих актів, виконанні науково-дослідних проєктів НАН України та застосовує отримані наукові результати у викладанні в коледжі. Професор на зустрічі також доповнила, що безпосередньо приймала участь у розробці стратегії Черкаської області, і ключові її напрями покладено у стратегію ЧДБК і враховано при розробці ОП Маркетинг. Зав. кафедри В.А. Здір приймав участь в програмі академ. мобільності Erasmus+ Mobility Agreement (Staff Mobility for Teaching, 22.04.24–26.04.24, Рига, Латвія), результати якої сприяли оновленню ОК «Економікс», «Економічна теорія та основи бізнесу» та «Національна економіка» в контексті ознайомлення з сучасними освітніми технологіями та їх практичному застосуванню у професійній діяльності. Доцент І.В. Іванова брала участь в міжнародних проєктах за програмою Еразмус+ KA171, 2023 (Відземський ун-т прикладних наук ViA (м. Валмієра, Латвія), E3UDRES2 Forum 2023, Австрія тощо, що дозволило оновити ОК і розробити авторські курси. НПП кафедри підтримують відповідний рівень публікаційної активності і беруть активну участь у всеукраїнських та міжнародних наукових конференціях. ЕГ на основі аналізу ВСО, результатів проведеної зустрічі з НПП та інформації наданої на запит ЕГ підтверджує відповідність професійної кваліфікації викладачів, залучених до реалізації ОПП.

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 та обрання за конкурсом при заміщенні вакантних посад НПП та укладання з ними трудових договорів (контрактів) визначаються відповідно до чинних вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, Статуту та нормативних документів ЧДБК, «Положення про порядок обрання за конкурсом на заміщення вакантних посад НПП у ЧДБК» (<https://surl.lt/enlqzj>) та Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (СВЗЯ) у ЧДБК (<https://surl.li/rggsxs>), Кодексу академічної доброчесності (<https://surl.li/naizgz>) та Етичного кодексу ЧДБК (<https://surl.li/qhhdjj>). Інформація про оголошення конкурсу, його терміни та умови оприлюднюються на офіційному сайті ЧДБК. Принципами відбору кандидатів є: прозорість, публічність, законність, рівноправність, незалежність, об'єктивність і обґрунтованість рішень, неупереджене ставлення до претендентів. Під час зустрічі 8 представник відділу кадрів підтвердила, що конкурсний відбір здійснюється згідно з чинним Положенням, дотримуючись принципів прозорості та відкритості. Для розгляду заяв і документів, поданих претендентами на заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників, наказом директора утворюється конкурсна комісія, яка перевіряє відповідність поданих претендентами документів вимогам, які встановлені до науково-педагогічних працівників законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», ліцензійними умовами, та Положенням ЧДБК, і надає Вченій раді ЧДБК рекомендації щодо доцільності обрання/необрання (призначення/непризначення) претендентів на відповідні посади науково-педагогічних працівників. Після проведеного аналізу ВСО, інформації за запитом ЕГ, інформації отриманої на зустрічі з Гарантом, зустрічах 1, 3, 7 та 8 ЕГ зазначає, що склад та академічна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації ОПП «Маркетинг», достатні для досягнення цілей та ПРН, а процедури конкурсного добору викладачів у ЧДБК є регламентованими, достатньо прозорими, недискримінаційними і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОПП «Маркетинг».

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

Аналіз ВСО та інформація отримана ЕГ під час зустрічі з Гарантом, зустрічей 1, 2, 4, 5, 6 дозволила зробити висновки, що ЧДБК залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу, що сприяє практикоорієнтованості здобувачів. Як уточнили Гарант та завідувач кафедри В.А. Здір, формат зустрічей буває різний: від співбесід щодо оновлень ОП і до екскурсій здобувачів на підприємства. Аналіз ВСО і інформація надана за запитом ЕГ підтвердили, що ЧДБК має чимало чинних меморандумів та угод про співпрацю, а саме: договір про виконання науково-дослідних робіт з департаментом регіонального розвитку Черкаської обласної державної адміністрації, від 08.07.2021 р., який був до 2024 р. і мав на меті започаткування дослідження теоретико-методологічних засад аналізу чинників економічного розвитку в умовах вірусної дисфункції і на цій основі наукове обґрунтування пріоритетних напрямів інституційного забезпечення розвитку Черкаської області й України в цілому з урахуванням її соціально-економічного стану та специфіки процесів трансформації; меморандум про співпрацю з Черкаською міською радою від 06.06.2023 р.; договір про співробітництво з

відокремленим підрозділом ПАТ МХП від 18.05.2021 р.; меморандум про співпрацю з ГУС у Черкаській області від 11.05.2023 р., меморандум про співпрацю з ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» від 28.12.2023 р. Співпраця відбувається за такими основними напрямками: розробка та реалізація освітніх програм і курсів, проєктів, спрямованих на підвищення компетенції працівників ЧДБК і ТОВ «Аудит Консалтинг Центр»; проведення спільних заходів (семінарів, тренінгів, воркшопів, лекцій, круглих столів, конференцій тощо); сприяння професійному розвитку здобувачів освіти, а також підвищення їх рівня професійної підготовки, перепідготовки, стажування, спеціалізації та підвищення кваліфікації працівників ЧДБК тощо). Також, на зустрічі 8 маркетингове ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» повідомила, що є випускницею ЧДБК і співпраця триває на постійній основі, зустрічі і заходи відбувалися у 2023-2025 рр., підприємство проводило конкурс присвячений маркетинговій спрямованості, переможець отримав пропозицію щодо працевлаштування. Директор ПП «Фаворит комплект 2016» повідомила, що співпраця з ЧДБК відбувається на постійній основі. Здобувачі на зустрічі 5 підтвердили, що періодично у них проходять зустрічі з роботодавцями у вигляді лекцій або круглих столів. На сайті ЧДБК розміщено анкету «Оцінювання якості ОП підготовки бакалаврів у ЧДБК зовнішніми стейкхолдерами (<https://surl.li/jvdlkb>), яка містить запитання щодо цілей ОПП, ПРН, і також є поле для рекомендацій щодо її вдосконалення або зауважень, що вказує на відкритість закладу до комунікації. ЕГ пересвідчилася, що рівень залучення роботодавців є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу.

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

Як показав аналіз ВСО і було підтверджено на зустрічах 1, 3, 7, 8, професійний розвиток викладачів здійснюється відповідно до нормативних документів: «Порядку підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників ЧДБК (зі змінами)» (<https://surl.li/jsiecn>) та «Положення про атестацію педагогічних працівників Черкаського державного бізнес-коледжу» (<https://surl.li/fmxxdo>). ЧДБК сприяє зростанню професійного розвитку НПП через участь у програмах академічної мобільності, підвищення кваліфікації, стажування. Як зазначено у ВСО з посиланням на сторінки соціальних мереж і уточнено на зустрічах 1, 3 та 7 у програмах академічної мобільності ERASMUS+ взяли участь 17 викладачів, ще 5 – у межах академічних обмінів DAAD. Також, коледж організовує мовні курси та заходи для викладачів з англійської мови, зокрема: воркшоп «Professional Development for Staff» від Prof. Andrea Apa, Broward College, USA; «Professional Development for the Faculty» від Dr. Johnson, USA. Крім того, на кафедрах регулярно проводяться науково-практичні семінари та дискусії для обміну досвідом (<https://surl.li/reiixh>). У ЧДБК реалізується комплексна система стимулювання професійного розвитку викладачів, що охоплює як матеріальні, так і нематеріальні заохочення відповідно до положень Статуту (<https://surl.li/ordegs>) та Колективного договору (<https://surl.li/mxahjl>). До матеріальних стимулів належать: призначення доплат і персональних надбавок, преміювання, розширення можливостей для участі викладачів у програмах академічної мобільності ERASMUS+. Нематеріальні стимули включають: номінування викладачів на державні та обласні премії; нагородження нагрудними знаками, грамотами, подяками, цінними подарунками. Зокрема, доценту кафедри Васильчуку Є.О. за наполегливу працю та вагомий внесок в науковий розвиток регіону було присудженням обласної премії молодим науковцям Черкащини (<https://surl.li/ccsxoye>). В ЧДБК з метою підвищення мотивації викладацького складу запроваджено систему рейтингування за результатами інтегральної оцінки професійної діяльності протягом року. Оцінювання відбувається відповідно до: «Положення про проведення конкурсу «Премія ЧДБК» (<https://surl.li/dmuldq>). Отже, ЕГ пересвідчилася, що в ЧДБК створено необхідні умови для професійного розвитку викладачів і їх заохочення до розвитку власної викладацької майстерності. Також, враховуючи те, що ЧДБК має чимало чинних меморандумів та угод про співпрацю розглянути можливість запровадження практики проходження короткострокових стажувань викладачів на підприємствах, що сприятиме підвищенню їхньої професійної компетентності у викладанні профільних дисциплін.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ЕГ досягла спільного висновку, для Критерію 6 визначено рівень відповідності «В», оскільки вимоги виконано повністю в п.6.2-6.4, в п.6.1 виявлено недолік, який не є суттєвим. Кадровий склад, який забезпечує підготовку на ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня ВО відповідає п.37-38 ліцензійних вимог щодо освітньої діяльності та мають щонайменше чотири досягнення. Наукова діяльність окремих НПП відзначається високим рівнем професіоналізму, що підтверджується їхньою активною участю в міжнародних стажуваннях і проєктах, розробкою авторських курсів і навчальних матеріалів. Професор кафедри Н.А. Азьмук є провідним науковим співробітником Інституту економіки промисловості НАН України (за сумісництвом), де бере участь у розробленні стратегій національного й регіонального рівнів, підготовці змін до законодавчих актів, виконанні науково-дослідних проєктів НАН України та застосовує отримані наукові результати у викладанні в коледжі. Участь НПП у програмах академ. мобільності та різних міжнародних проєктах сприяє оновленню ОК і розробці авторських курсів. НПП кафедри підтримують відповідний рівень публікаційної активності і беруть активну участь у всеукраїнських та міжнародних наукових конференціях. Склад та академічна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації ОПП «Маркетинг», достатні для досягнення цілей та ПРН, а процедури конкурсного добору викладачів у ЧДБК є регламентованими, достатньо прозорими, недискримінаційними і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОПП «Маркетинг». ЧДБК має чимало чинних меморандумів та угод про співпрацю і залучає роботодавців, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу, що сприяє практикоорієнтованості здобувачів. На сайті ЧДБК розміщено анкету «Оцінювання якості ОП підготовки

бакалаврів у ЧДБК зовнішніми стейкхолдерами, яка містить запитання щодо цілей ОПП, ПРН, і також є поле для рекомендацій щодо її вдосконалення або зауважень, що вказує на відкритість закладу до комунікації. ЧДБК сприяє зростанню професійного розвитку НПП через участь у програмах академічної мобільності, підвищення кваліфікації, стажування, мовних курсів тощо. У ЧДБК реалізується комплексна система стимулювання професійного розвитку викладачів, що охоплює як матеріальні, так і нематеріальні заохочення відповідно до положень Статуту та Колективного договору. З метою підвищення мотивації викладацького складу запроваджено систему рейтингування за результатами інтегральної оцінки професійної діяльності протягом року. Оцінювання відбувається відповідно до: «Положення про проведення конкурсу «Премія ЧДБК». В ЧДБК створено необхідні умови для професійного розвитку викладачів і їх заохочення до розвитку власної викладацької майстерності.

Недоліки

1. Виявлено поодинокі випадки, коли тематика наукових публікацій НПП потребує більшої узгодженості зі змістом ОК, що ними забезпечуються.

Рекомендації

1. Гаранту ОП та завідувачу кафедри з метою посилення наукового супроводу навчального процесу до кінця навчального року здійснити моніторинг відповідності тематики наукових публікацій НПП змісту їх ОК та надати індивідуальні рекомендації щодо коригування напрямів наукових досліджень. Сприяти підготовці публікацій, безпосередньо пов'язаних із тематикою ОК. 2. Розглянути можливість більш активного залучення практиків-фахівців у галузі маркетингу (в т.ч. випускників) до освітнього процесу. 3. Гаранту ОП та завідувачу кафедри, враховуючи те, що ЧДБК має чимало чинних меморандумів та угод про співпрацю зі стейкхолдерами розглянути можливість запровадження практики проходження короткострокових стажувань викладачів на підприємствах, що сприятиме підвищенню їхньої професійної компетентності у викладанні профільних дисциплін.

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-технічна база коледжу включає 2 корпуси та 1 гуртожиток. Аудиторії оснащені мультимедійним обладнанням, також є спеціалізовані комп'ютерні класи. Комп'ютери, які є в навчальних аудиторіях, підключені до Інтернету, в корпусах безкоштовний Wi-Fi. ЕГ мала можливість оглянути у дистанційному режимі гуртожиток, корпуси коледжу, наявність пандусів, бомбосховище; аудиторії, що використовуються під час реалізації ОП, обладнані сучасними технічними засобами; інтернет-центр, обладнаний 15 комп'ютерами, 3 сканерами та 3 принтерами; бібліотеку; електронний кабінет студента та викладача; сервіс дистанційного навчання Moodle. На зустрічі 8 фахівців інтернет-центру наголосив, що вони постійно працюють зі студентами і консультують за потреби щодо використання різних програмних продуктів. Бібліотека <https://surli.cc/icwppj> має загальну площу 101,2 м² і вміщує 48 477 примірників навчальної та наукової літератури, має свої комп'ютери. На зустрічі 8 завідувач бібліотеки повідомила, що здобувачі мають відкритий доступ до електронних каталогів та міжнародних наукометричних баз <https://surli.cc/zhawxq>, таких як SCOPUS та Web of Science, Science Direct, Bentham Science та ін. Бібліотека допомагає студентам в оформленні бібліографічних списків, готує довідки, приймає культурні заходи. Навчально-методичне забезпечення є структурованим, для всіх дисциплін ОПП «Маркетинг», є методичні матеріали, силабуси, конспекти лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт та завдання для самостійних робіт, розміщені у системі дистанційного навчання Moodle <https://surli.cc/qsswdp>, тобто наявне навчально-методичне забезпечення дозволяє досягти результатів навчання за усіма ОК, в ній також розміщені розклад занять та розклад екзаменаційної сесії. При зустрічі було оглянуто електронні класи системи Moodle, і, варто зазначити, що навчальні матеріали систематизовано та належним чином оформлено. Аудиторії та навчальне обладнання, в тому числі мультимедійне, знаходяться у доброму стані, дотриманий стиль у фірмових кольорах. Відсутні освітні компоненти, для досягнення результатів навчання з яких необхідне спеціальне програмне забезпечення. Фактів використання неліцензійного ПЗ та ПЗ країни-агресора виявлено не було. В той же час ЗВО забезпечує використання ліцензійного або вільнопоширюваного ПЗ, в тому числі і у виді браузерних версій (Google AdSense). Також реалізуються заходи з періодичного оновлення та технічного обслуговування матеріально-технічного забезпечення; є кваліфіковані спеціалісти, що забезпечують відповідні процеси. ЕГ за результатами аналізу ВСО, та

проведених зустрічей засвідчує, що наявне навчально-методичне забезпечення та ресурси забезпечують досягнення мети та програмних результатів навчання на ОПП «Маркетинг».

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

Аналіз ВСО та результати зустрічей 1, 4, 5, 7, 8 дозволив ЕГ констатувати, що доступ до всіх інформаційних, наукових, навчально-методичних, науково-метричних, навчальних та інших ресурсів, що використовуються під час реалізації ОПП «Маркетинг», а також інфраструктури коледжу, надається безкоштовно для всіх здобувачів та викладачів. Було встановлено, що матеріально-технічна база та інформаційні ресурси ЧДБК забезпечують якісну підтримку освітнього процесу. Аудиторії обладнані проекторами, доступом до безкоштовного інтернету та сучасними комп'ютерними класами. Доступ до методичних матеріалів здобувачам освіти та викладачам є безкоштовним та забезпечений через розміщення їх на платформу Moodle <https://surli.cc/qsswdp>, що було переглянуто ЕГ під час зустрічі, в електронному репозитарії коледжу <https://surli.cc/bhebxp>, також завжди можна використати доступ до загального бібліотечного фонду <https://surli.cc/icwppj> та наукометричних баз <https://surli.cc/zhawxq>. Для врахування потреб і побажань здобувачів у коледжі регулярно проводиться моніторинг якості освіти, зокрема і на ОП «Маркетинг» <https://surli.cc/agzerc>. За результатами опитувань здобувачів навесні 2025 р. щодо якості викладання кожної ОК (анкета містила запитання щодо розуміння вимог оцінювання з ОК; наскільки добре викладач пояснює матеріал та у зрозумілій формі викладає його студентам; чи задоволені як викладає та вмів організує навчальний процес викладач кожної ОК; чи викладач вмів встановити і підтримувати добрий контакт з аудиторією у процесі викладання; чи достатньо навчальних матеріалів для самостійного вивчення дисципліни і чи вони зрозумілі; чи у процесі навчання викладач прагнув до навчання; чи викладач об'єктивно оцінює студентів) було опитано 72,7% здобувачів, які навчаються за даною ОП і загальна середня бальна оцінка для усіх освітніх компонент була в межах 4,0-5,0 і складала на 1 курсі 4,8; на 2 курсі 4,84; на 3 курсі 4,7 бали. Такі результати свідчать про задоволеність навчанням за даною ОП і відповідно забезпеченістю необхідними ресурсами. Під час зустрічі зі здобувачами ВО та представниками органів студентського самоврядування не було виявлено фактів порушення та перешкоджання у наданні доступу до інформаційних ресурсів та інфраструктури коледжу, здобувачі запевнили ЕГ, що їм все дуже подобається (і програма навчання і забезпеченість усіма ресурсами, потрібних для навчання). Так, здобувачі вищої освіти та НПП мають безоплатний доступ до інфраструктури коледжу, інформаційних ресурсів, бібліотечного фонду, науково-методичного забезпечення, що допомагає викладанню і навчанню на ОПП «Маркетинг».

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

В ЧДБК облаштовано 2 укриття, до яких мають цілодобовий доступ учасники освітнього процесу, також задіяний персонал коледжу, який допомагає та контролює прохід здобувачів освіти в укриття. Розроблені інструкції дій учасників освітнього процесу під час надзвичайних ситуацій <https://surli.cc/xpodkd>, алгоритми дій під час ввімкнення сигналів повітряної тривоги <https://surli.cc/vvshln>, <https://surli.cc/ypzsvj> що оприлюднені на сайті та доведені до відома працівників та студентів коледжу. Встановлено, що стан укриттів добрий, забезпечена вентиляція, запаси води та їжі. Усі приміщення відповідають санітарним та протипожежним вимогам. Студенти належним чином проінформовані. Також працює медичний пункт, для медичної діагностики стану здоров'я та надання оперативної медичної допомоги. У разі потреби є навіть ізолятор, обладнаний усім необхідним для забезпечення ізоляції хворого студента і попередження поширення хвороби, на чому наголосила на зустрічі медичний працівник коледжу. На зустрічі 7 та 8 також було уточнено, що є план виховної роботи, який включає комплекс заходів із підтримки та зміцнення фізичного здоров'я здобувачів. Також, у закладі функціонує здоров'я пункт, психологічна та юридична служби, які забезпечують підтримку студентів. Безпека освітнього процесу в ЧДБК регулюється відповідно до «Положення про організацію роботи з охорони праці та безпеки життєдіяльності учасників освітнього процесу» <https://surli.cc/vtaxcc>. Створення безпечних умов для навчання, праці та побуту студентів, а також сприяння здоровому способу життя закріплено у Статуті коледжу <https://surli.cc/nkagqe> та Стратегії розвитку ЧДБК <https://surli.cc/dcnunm>. ЕГ було перевірено в тому числі і дотримання пожежної безпеки, варто відмітити, що вогнегасники є в аудиторіях і на сходах, також пожежні шланги, плани евакуації на кожному поверсі, дорожовказники «Укриття» тощо. Усі приміщення коледжу відповідають вимогам будівельних норм щодо експлуатації освітніх установ та правилам з охорони праці. У навчальних корпусах та гуртожитку є відділ охорони праці. На офіційному сайті міститься підрозділ «Охорона праці», де зібрані всі необхідні нормативні документи з цього питання (<https://surli.li/jvcmprj>). ЕГ за результатами аналізу ВСО та зустрічей пересвідчилася, що освітнє середовище коледжу є безпечним для життя, фізичного та ментального здоров'я здобувачів та надає можливість задовольнити їх потреби та інтереси.

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

Освітня і організаційна підтримка реалізується через сайт ЧДБК <http://csbc.edu.ua/>, де представлено документи, що регламентують механізми освітньої, організаційної, інформаційно-консультаційної та соціальної підтримки здобувачів. Інформаційна підтримка прав та обов'язків студентів організовується заступниками директора, завідувачами кафедр та кураторами академічних груп. Також існують механізми взаємодії викладачів зі студентами, діяльність студентського самоврядування та його співпраця з адміністрацією коледжу. В коледжі працює психолог, що надає необхідну психологічну допомогу учасникам освітнього процесу. Щоб оцінити рівень задоволеності студентів якістю освітніх послуг та організаційною і соціальною підтримкою, проводяться анонімні опитування за допомогою анкет <https://surli.cc/jkvcdm>. За результатами опитування 79% опитаних задоволені системою інформування щодо освітнього процесу впродовж навчального періоду та доступом до інформаційних електронних ресурсів (рис. 2 та рис.7). Проте, ЕГ зауважує, що анкета не містить відкритих запитань, які могли б забезпечити отримання конкретних зауважень або пропозицій з удосконалення освітнього процесу і тому рекомендує доповнити цей опитувальник відкритим запитанням, щоб здобувачі мали змогу анонімно висловити свою думку. Консультаційна підтримка здійснюється усіма підрозділами ЗВО з питань побудови кар'єри, програм стажування, стипендіальних програм і грантів. На сайті ЧДБК, у вкладці «Студенту» розміщена інформація щодо організація освіт. процесу, стипендіальні рейтинги, інформація про програми академічної мобільності, гуртки та спортивні секції, дозволяючи тощо <https://surli.cc/igpqj> Варто відмітити діяльність студентського клубу для маркетингових та наукового клубу «Відкритий простір» <https://surli.cc/eqnlhv>, що теж сприяє всебічному розвитку та дозволяючи студентів. На зустрічах ЕГ зі здобувачами та студентським самоврядуванням ця інформація була перевірена. Також варто позитивно відмітити активну роботу закладу з соціальними мережами, де також постійно здійснюється комунікація, та постійне наповнення сайту, фотозвіти про проведені заходи. ЕГ за результатами аналізу ВСО та зустрічами пересвідчилась, що ЧДБК забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за ОПП «Маркетинг».

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

Під час експертизи, ЕГ було виявлено, що в ЧДБК створено достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами. В навчальному корпусі коледжу облаштовано пандус, укриття облаштовано ліфтом, спеціально облаштовані санітарні приміщення в навчальному корпусі та укритті <https://surli.cc/xehbau>, що було перевірено на Зустрічах. Існує Порядок супроводу осіб з обмеженими можливостями та інших маломобільних груп студентства у ЧДБК <https://surli.cc/qmdmcp>. Відділ супроводу освітнього процесу та роботи з ЄДЕБО забезпечує інформаційний супровід таких здобувачів освіти, надаючи навчальні матеріали, консультації та організаційну підтримку під час підсумкових контрольних заходів. Це здійснюється через систему Moodle, електронну пошту та інші засоби комунікації. Працює медичний пункт та служба психологічної підтримки. На думку ЕГ, ці заходи ЧДБК достатні на даний момент, але вимагають покращення в майбутньому. На даний час у коледжі є обмаль студентів з особливими потребами і під них легко підлаштуватись, надавати супровід, тощо. Рекомендовано працювати над покращенням умов для прийому абітурієнтів з особливими потребами у майбутньому.

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

Статут ЧДБК <https://surli.cc/qmqptz> гарантує захист здобувачів освіти під час навчального процесу від будь-яких проявів фізичного чи психологічного насильства, приниження, дискримінації за будь-якими ознаками. На сайті закладу на вкладці «Студенту» існує суттєвий перелік ліній довіри, куди можна звернутись у разі виникнення складних та конфліктних ситуацій <https://surli.cc/sjqirm>. На думку ЕГ, важливою і ефективною практикою для уникнення і профілактики відповідних ситуацій є сильно розвинене студентське самоврядування, з власним кабінетом, мерчем, додатковими балами в стипендіальних рейтингах ітп., яке перебуває в контакті з керівництвом закладу. Антикорупційна політика в коледжі здійснюється на підставі Положення про уповноважений підрозділ (уповноважену особу) з питань запобігання та виявлення корупції <https://surli.cc/gqwmcl>, «Положення про комісію з оцінки корупційних ризиків» <https://surli.cc/tkwghb>, створено скриньку про повідомлення про випадки корупції. Також на сайті закладу розміщені нормативні документи щодо боротьби з корупцією <https://surli.cc/ruefmq>. Етичний кодекс ЧДБК <https://surli.cc/psxosi> містить норми поведінки адміністрації та викладачів, зокрема зобов'язання запобігати конфліктам та, у разі їх виникнення, вирішувати їх неупереджено, існує Порядок реагування на випадки булінгу <https://surli.cc/qgbake> та Порядок подання та розгляду заяв про випадки булінгу <https://surli.cc/bkknph>. При Зустрічах ЕГ зі здобувачами, на відкритій зустрічі, на зустрічі із студентським самоврядуванням ніяких зауважень виявлено не було, в коледжі існує чітка і зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з цькуванням, сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), яка є доступною для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації ОП.

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП «Маркетинг» повністю відповідає вимогам критерію 7 за такими підкритеріями: 7.1; 7.2; 7.3; 7.5; 7.6, та частково підкритерію 7.4, який містить недолік, що не є суттєвим. Навчально-методичне забезпечення є структурованим, для всіх дисциплін ОПП «Маркетинг», є методичні матеріали, силабуси, конспекти лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт та завдання для самостійних робіт, розміщені у системі дистанційного навчання Moodle і дозволяє досягти результатів навчання за усіма ОК. Фактів використання неліцензійного ПЗ та ПЗ країни-агресора виявлено не було. Коледж забезпечує використання ліцензійного або вільнопоширюваного ПЗ. Здобувачі вищої освіти та НПП мають безоплатний доступ до інфраструктури коледжу, інформаційних ресурсів, бібліотечного фонду, науково-методичного забезпечення, що допомагає викладанню і навчанню на ОПП «Маркетинг». Освітнє середовище коледжу є безпечним для життя, фізичного та ментального здоров'я здобувачів та надає можливість задовольнити їх потреби та інтереси, а НПП та інші працівники коледжу всебічно підтримують високий рівень комунікації та підтримки здобувачів. Інформаційна підтримка прав та обов'язків студентів організовується заступниками директора, завідувачами кафедр та кураторами академічних груп. Також існують механізми взаємодії викладачів зі студентами, діяльність студентського самоврядування та його співпраця з адміністрацією коледжу. В коледжі працює психолог, що надає необхідну психологічну допомогу учасникам освітнього процесу. Позитивною практикою є те, що в ЧДБК створені широкі можливості для освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів, яка надається на постійній основі. Ця підтримка реалізується через широкий перелік засобів комунікації, зокрема систему дистанційного навчання Moodle. Позитивною практикою також є розвинуте студентське самоврядування, яке органічно вписується в педагогічний процес і підтримує правильний вектор розвитку студентського колективу, здійснює профілактику виникнення конфліктних ситуацій. В ЧДБК створено достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами. В навчальному корпусі коледжу облаштовано пандус, укриття облаштовано ліфтом, спеціально облаштовані санітарні приміщення в навчальному корпусі та укритті. У ЧДБК існує Порядок супроводу осіб з обмеженими можливостями та інших маломобільних груп студентства. В коледжі існує чітка і зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з цькуванням, сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), яка є доступною для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації ОП. Усі процедури, що стосуються прав та обов'язків здобувачів, є чіткими, зрозумілими та доступними, також вони регламентовані опублікованими внутрішніми документами. Це створює передумови для формування безпечного та підтримуючого освітнього середовища для всіх учасників освітнього процесу.

Недоліки

1. Анкетування (опитування) здобувачів освіти щодо рівня якості освітнього процесу не передбачає відкритих запитань щодо пропозицій з удосконалення освітнього процесу, покращення матеріально-технічного забезпечення, формування безпечного освітнього середовища, а також не містить можливості оцінювання ситуацій, пов'язаних із плагіатом, фабрикацією, фальсифікацією, списуванням, обманом, необ'єктивним оцінюванням чи дискримінацією.

Рекомендації

1. У рамках моніторингу якості освіти до січня 2026 року додати до анкетування здобувачів освіти форму для подання конкретних пропозицій щодо вдосконалення освітнього процесу, покращення матеріально-технічного забезпечення, формування безпечного середовища, а також для оцінювання ситуацій, пов'язаних із плагіатом, фабрикацією, фальсифікацією, списуванням, обманом, необ'єктивним оцінюванням чи дискримінацією тощо. 2. Продовжувати роботу над покращенням умов для прийому абітурієнтів з особливими освітніми потребами, зокрема щодо облаштування гуртожитку пандусами та відповідними вбиральнями.

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

Досліджуючи нормативні документи ЧДБК, ЕГ встановила, що регулювання процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в коледжі здійснюється на основі «Порядку розробки, затвердження, періодичного перегляду та закриття освітніх програм» (<https://surl.li/wghano>). Вимоги щодо необхідності регулярного оприлюднення інформації про освітні програми на офіційному веб-сайті бізнес-коледжу відображені у розділі 15 «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти»

(<https://surl.li/ilbqzx>). Згідно п. 3.6 «Порядку...» рішення про необхідність перегляду освітніх програм приймається (випусковою кафедрою та гарантом ОПП) у разі потреби, але не рідше одного разу за повний курс навчання за ОПП на основі аналізу та оцінки результатів моніторингу. На зустрічах 1, 2, 3, 7 та на зустрічі з гарантом ЕГ знайшла підтвердження того, що ОП в ЧДБК переглядаються на основі моніторингу, який здійснює гарант та робоча група ОП. ЕГ зауважує, що ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня, починаючи з 2023 року заснування, переглядалась двічі у 2024 і 2025 роках (<https://surl.li/dsjemn>, <https://surl.li/cc/lpdehp>), тобто вимоги «Порядку...» в частині перегляду ОПП дотримано. В нижній частині сторінки з оприлюдненими ОПП (<https://surl.li/ttfmmr>) веб-сайту коледжу також є розділ «Проекти освітніх програм» де розміщені проекти ОПП Маркетинг 2024 і 2025 років (<https://surl.li/nihmfq>, <https://surl.li/xyiihx>). Напроти кожного із проектів ОПП наявна зручна форма зворотного зв'язку, за допомогою якої є можливість в усіх зацікавлених сторін подати свої пропозиції до проекту ОПП. На основі порівняльного аналізу усіх ОПП «Маркетинг», починаючи із затвердженої у 2023 році, а також за результатами зустрічей 2, 3, 7 та зустрічі із гарантом, ЕГ констатує, що в кожному нову редакцію ОПП вносились зміни, які покращували наповнення описової частини ОПП (формулювання унікальних СК та ПРН) та пул ОК (вилучення застарілих ОК, введення нових ОК, розширення змісту ОК). Таким чином, ЕГ вважає дієвими процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в ЧДБК.

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

На зустрічах 4 та 5 зі здобувачами та представниками студентського самоврядування ЕГ отримала підтвердження того, що і здобувачі коледжу, і студентське самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості як партнери, а їх пропозиції здобувачів вищої освіти беруться до уваги під час переглядів ОПП «Маркетинг». На зустрічі 4 були присутні здобувачі 2023-2025 років вступу і усі вони підтвердили свою участь в процесі оновлення ОП: на заняттях під час спілкування з викладачами і обговорення тем, через повідомлення у системі Moodle, через форму зворотного зв'язку на сторінці «Перелік освітніх програм» (<https://surl.li/ttfmmr>). Здобувачі на зустрічі 4 та випускники на відкритій зустрічі зауважили, що вони мають можливість пропонувати зміни до ОП також за результатами проходження практики після отримання практичного досвіду, зокрема випускниця навела приклад удосконалення наповнення окремих тем ОК «ІКТ в рекламі та просуванні товарів» за результатами отримання досвіду на практиці на ТОВ «Аудит Консалтинг Центр». На зустрічі 7 ЕГ встановлено, що на інституційному рівні коледжу «ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи» систематично здійснюється моніторинг якості освітнього процесу в цілому, та за спеціальністю «Маркетинг» ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зокрема (<https://surl.li/vfdvsc>), з метою аналізу задоволення студентів рівнем якості отриманих освітніх послуг. Також «ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи» проводиться опитування здобувачів щодо якості викладання освітніх компонент (<https://surl.li/ejzirr>), з метою встановлення рівня задоволеності здобувачів якістю викладання окремих освітніх компонент. Здобувачі підтвердили, що вони беруть участь в опитуваннях. На зустрічі 5 ЕГ переконалась, що студентське самоврядування (<https://surl.li/wqoojd>) через участь у Педагогічній раді коледжу залучені до процесу перегляду освітніх програм в ЧДБК. На зустрічі з представниками студентського самоврядування були присутні дві представниці ОПП Маркетинг, які легко орієнтувались в процесах оновлення освітніх програм коледжу, що дозволяє ЕГ зробити висновок, щодо активної участі здобувачів ОПП Маркетинг в роботі студентського самоврядування ЧДБК, в тому числі у реалізації питань забезпечення якості освітньої діяльності та участі в процедурах перегляду освітніх програм.

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

Моніторинг новинної стрічки сайту ЧДБК (<https://surl.li/jtxnhb>) та результати зустрічей 2-6 та 8 дозволив ЕГ переконатись, що в ЧДБК на інституційному рівні (<https://surl.li/kdymnt>) і на рівні кафедри бізнес-економіки та маркетингу активно, на партнерських засадах, залучаються роботодавці до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості. Аналіз ЕГ меморандумів та договорів про співпрацю, що були надані на запит, підтвердив, що ЧДБК має тісні взаємозв'язки з представниками бізнесу, міської та обласної адміністрацій Черкаського регіону. Одним із ключових напрямів співпраці є розробка та реалізація освітніх програм, курсів та проектів, спрямованих на підвищення якості та практичної спрямованості освітнього процесу. На зустрічі 6 зі стейкхолдерами ЕГ отримала підтвердження того, що роботодавці, зокрема ТОВ «Аудит консалтинг Центр» та ПП «Фаворит комплект 2016» на постійній основі залучені до процесу розробки, моніторингу та періодичного перегляду ОПП «Маркетинг». Зокрема директор ПП «Фаворит комплект 2016» акцентувала увагу на тому, що її рекомендації стосувались спрямування окремих освітніх компонент на регіональний аспект, де б вивчалися особливості маркетингу та його технологій у сфері агропромислового комплексу, що було враховано робочою групою – ОК «Маркетинг агропромислового комплексу» займає чільне місце в ОПП. Аналіз протоколів засідань кафедри, наданих на запит ЕГ, рецензій роботодавців (ТОВ «Прем'єр Плаза ЛТД» та ПП «Фаворит комплект 2016»), наведених у ВСО, та результати зустрічі 6 дозволили ЕГ зробити висновок, що роботодавці долучені до формулювання мети, унікальних ПРН, змістового наповнення ОК, формування у випускників soft i hard skills, до проведення практик, до роботи ДЕК, семінарів, тренінгів, воркшопів, лекцій, круглих столів, конференцій тощо, що, на думку ЕГ, сприяє підвищенню якості реалізації ОПП Маркетинг в ЧДБК. Наприклад, під час презентаційної зустрічі представників ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» зі студентами ЧДБК (<https://surl.li/ktvliiv>)

було наголошено на тому, що український бізнес сьогодні потребує фахівців із розвиненими комунікативними навичками, знаннями та навичками володіння інформаційними технологіями, умінням працювати в команді, навичками вирішення проблем та креативного мислення. В цілому ЕГ констатує достатній рівень залученості роботодавців до періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості.

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

ЕГ під час вивчення матеріалів, поданих у ВСО та наведених на web-ресурсах ЧДБК, а також під час зустрічей 2, 3, 8 та з випускниками на відкритій зустрічі встановила, що питанням збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників приділяється достатня увага. Зокрема, на зустрічі 8 маркетолог ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» повідомила, що є випускницею коледжу, зустрічі і заходи відбувалися у 2023-2025 рр. ТОВ «Аудит Консалтинг Центр» проводить окремі конкурси маркетингової спрямованості для здобувачів коледжу, переможці отримували пропозицію щодо працевлаштування. На сторінці відділення менеджменту та маркетингу ЧДБК (<https://surl.lu/kdymnt>) є розділи із виділенням можливих сфер працевлаштування випускників, а також акцентовано увагу на «гордості відділення» – випускниках, які після закінчення коледжу досягли вагомих здобутків, побудувавши успішну професійну кар'єру, зокрема: начальник відділу маркетингу нових ринків та комерційної техніки корпорації «Богдан»; трейд-маркетолог на ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»; маркетолог в компанії «Графіті», м. Одеса; трейд-маркетолог каналу продажів HoReCa «Lactalis Україна» тощо. На зустрічі 8 представниця відділу кар'єрного розвитку та академічної мобільності ЧДБК (<https://surl.lt/orpbwvc>) наголосила на тому, що випускники економічних спеціальностей ЧДБК, в тому числі і випускники ОПП Маркетинг, мають унікальну можливість вступити до магістратури на програму «Управління підприємницькою діяльністю» Університету прикладних наук ISMA, м. Рига – всього 15 випускників, в тому числі маркетологів, скористались такою можливістю. Також було зазначено, що в ЧДБК створено «Асоціацію випускників» (<https://surl.li/zvjwztz>), основною метою якої є встановлення і розвиток зв'язків між коледжем і випускниками. Щодо пріоритетних напрямів діяльності «Центру кар'єри» ЧДБК, то на зустрічі 8 ЕГ встановила, що це: пошук для студентів місця проходження виробничої практики із можливістю подальшого працевлаштування та співпраця з роботодавцями щодо: проведення «Ярмарок кар'єри»; створення бази даних вакансій, необхідних роботодавцям; інформування студентів щодо існуючих вакансій через дошки оголошень, електронні розсилки, розміщення інформації на сторінці «Центру кар'єри»; розміщення безпосередньо роботодавцем інформації про вакансію на сторінці «Центру кар'єри». На сторінці «Центру кар'єри» є можливість ознайомитись із відгуками випускників про навчання (<https://surl.cc/hxlrif>) та працевлаштування випускників, в тому числі спеціальності Маркетинг (<https://surl.cc/ajrann>) – позитивним прикладом ЕГ вважає відкриття випускниками власного бізнесу (SMM агенцій) та працевлаштування у системні компанії, що свідчить про достатньо високу якість освітнього процесу в ЧДБК.

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

ЕГ встановлено, що в ЧДБК організовано роботу для забезпечення вчасного реагування на результати моніторингу ОПП «Маркетинг». Зокрема, в ЧДБК розроблено нормативну базу, що створює умови для реалізації вчасного реагування на результати моніторингу ОПП Маркетинг: «Порядок розробки, затвердження, періодичного перегляду та закриття освітніх програм» (<https://surl.li/wghano>). Зміст п. 3.3 «Порядку...» чітко визначає мету та спосіб моніторингу, що передбачає моніторинг якості освітніх програм, хто залучається до моніторингу, терміни моніторингу та відповідальних за проведення моніторингу. Основною формою моніторингу освітньої діяльності з реалізації ОПП «Маркетинг» в ЧДБК є опитування студентів, результати яких відображаються на офіційному сайті ЧДБК в розділі «Про нас – ВЗЯО – Опитування студентів» (<https://surl.li/kytbua>). ЧДБК оприлюднює такі «Результати моніторингу якості освіти»: «Моніторинг якості освітнього процесу» (<https://surl.li/cuycyt>) та «Результати опитування студентів щодо якості викладання освітніх компонент» (<https://surl.lt/aicwkk>). Позитивною практикою ЕГ вважає аналіз методики опитування та обсягу вибірки респондентів. Окрім проведено аналізу запитань анкет аналітичні звіти також включають загальні висновки, рекомендації та чіткі завдання, які має виконати «ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи» ЧДБК. Зокрема, за результатами опитувань у 2024-2025 н.р. «ННЦ...» отримав завдання щодо розроблення та впровадження нових форм силабусів з 2025-2026 н.р, що містить більш деталізовану систему та критерії оцінювання, й запровадження кросдисциплінарних семінарів, круглих столів з обміну досвідом та обговорення найкращих практик викладання протягом 1 семестру 2025-2026 н.р. На зустрічі 7 начальник «ННЦ...» повідомила, що отримані завдання щодо впровадження нових форм силабусів вже виконані, а підготовка до проведення кросдисциплінарних семінарів на завершальній стадії. ЕГ відмічає, що зазначені види опитувань студентів проводяться на постійній основі – результати опитувань і рішення, що прийняті на їх основі, публікуються з 2020 року. Отримані на запит ЕГ, документи (протоколи, акти тощо) різних інституційних рівнів коледжу, що засвідчують розгляд питань, що стосуються внутрішнього забезпечення якості, підтвердили системність розгляду питань моніторингу реалізації ОПП «Маркетинг» в ЧДБК. Водночас, виявлені ЕГ під час аналізу ОП, НП та силабусів, завантажених до системи НАЗЯВО, технічні помилки, а також наявність у деяких силабусах ОК посилання на літературні джерела зарубіжних авторів, перекладених на російську мову свідчать про те, що СВЗЯО ЧДБК спрацювала не чітко, у зв'язку із цим ЕГ рекомендує на рівні коледжу переглянути порядок взаємодії у ланцюжку «гарант – завідувач кафедри – ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи» в напрямі удосконалення процедур перевірки документів, що забезпечують освітню діяльність.

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

У ВСО зазначено, що акредитація ОПП «Маркетинг» проводиться вперше, тому результатів зовнішнього забезпечення якості освіти за цією ОПП не має. Проте, на зустрічі керівником та менеджментом ЧДБК, а також на зустрічах 5, 7 та 8 ЕГ встановлено, що в ОПП Маркетинг враховані зауваження та пропозиції, сформовані під час акредитацій в ЧДБК інших ОП. Зокрема, більш активно залучається студентська рада до процесів моніторингу ОП, ЕГ переконала, що в цьому на зустрічі з представниками студентського самоврядування; запроваджено анкетування стейкхолдерів для збору зворотного зв'язку під час обговорення проєкту ОПП Маркетинг (<https://surl.lu/qmehzy>); удосконалено організацію навчальних матеріалів в інформаційній системі Moodle – в документах, наданих ЕГ на запит, розглянуто питання удосконалення якості навчальних матеріалів у системі Moodle; збільшено кількість і якість заходів, спрямованих на популяризацію академічної доброчесності (<https://surl.li/sgtnhv>, <https://surl.li/pfyuec>). Начальник «ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи» на зустрічі 7 повідомила, що за результатами акредитаційної експертизи ОП «Комп'ютерна інженерія» на інституційному рівні переглянуто структуру силябусів ОК в частині деталізації та введення тем і змісту для практичних занять. В цілому ЕГ відмічає, що врахуванню результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти в ЧДБК приділяється належна увага (<https://surl.li/pykibh>).

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

Підсумовуючи результати усіх зустрічей ЕГ із представниками ЧДБК, а також ознайомлення із ресурсами коледжу, відчувається, що формуванню культури якості в коледжі приділяється достатня увага. Зокрема, в ЧДБК розроблені нормативні документи, що сприяють формуванню культури якості (<https://surl.li/pwmsvh>): правила внутрішнього розпорядку черкаського державного фахового бізнес-коледжу, план заходів, спрямованих на запобігання та протидію булінгу, порядок перевірки академічних і наукових текстів на унікальність, порядок розробки, затвердження, періодичного перегляду та закриття освітніх програм, положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості), концепція національно-патріотичного виховання студентської молоді, положення про ЕНМКД, кодекс академічної доброчесності, положення про комісію з питань академічної доброчесності тощо, що свідчить про належну увагу адміністрації до усіх аспектів організації діяльності університету, тобто про формування культури якості. На зустрічах 3, 4 і 5 ЕГ переконала, що всі учасники освітнього процесу в ЧДБК залучені до формування культури якості і розуміють ступінь відповідальності за порушення певних норм доброчесності. Так, під час огляду матеріальної бази гуртожитку було наголошено на тому, що доступ до спортивних кімнат з настільним тенісом і більярдом узгоджується із розкладом занять. На зустрічах 1 та 7 ЕГ отримала підтвердження, що під конкурсного відбору враховуються результати рейтингування НПП та опитування здобувачів щодо якості викладання ОК і перевага в укладанні контрактів надається найкращим викладачам. Огляд матеріально-технічної бази переконав ЕГ, що в ЧДБК докладаються значні зусилля для її покращення: закуповується мультимедійне і комп'ютерне обладнання, меблі, облаштовуються нові укрита що безумовно позитивно впливає на якість освітнього процесу в коледжі. ЕГ переконала, що на кафедрі бізнес-економіки та маркетингу формуванню культури якості також приділяється належна увага. НПП кафедри постійно підвищують кваліфікацію, силябуси в розділі «Політика дисципліни» містять поле «Академічна доброчесність», здобувачів продемонстрували належну обізнаність щодо політики перевірки текстів на плагіат та політики використанні ІІІ, що, на думку ЕГ, підтверджує зусилля кафедри в частині формування культури якості. Важливим складником формуванні культури якості в ЧДБК є впровадження в освітній процес коледжу результатів міжнародної діяльності та міжнародних стажувань адміністрації і викладачів, яскравим прикладом цьому є реалізація «Політики використання штучного інтелекту в освітній діяльності ЧДБК», затвердженої Педагогічною радою ЧДБК 29 серпня 2025 року (<https://surl.li/osrhvp>).

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

ОПП «Маркетинг» повністю відповідає якісним характеристикам критерію 8 за такими підкритеріями: 8.1; 8.2; 8.3; 8.4; 8.6; 8.7 та частково відповідає за підкритеріями 8.5. ЧДБК послідовно здійснює визначені в нормативних документах процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОПП «Маркетинг». Здобувачі і студентське самоврядування ЧДБК залучені до процесу періодичного перегляду ОПП «Маркетинг» та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Роботодавці активно, на партнерських засадах, залучаються до процесу періодичного перегляду ОПП Маркетинг та інших процедур забезпечення її якості шляхом долучення до формулювання мети, унікальних ПРН, змістового наповнення ОК, формування у випускників soft і hard skills, проведення практик, роботи ДЕК, семінарів, тренінгів, воркшопів, лекцій, круглих столів, конференцій тощо. В ЧДБК питанням збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників приділяється належна увага. Як позитивну сторону ЕГ відмічає створення «Асоціації випускників», основною метою якої є встановлення і розвиток зв'язків між коледжем і випускниками. В ЧДБК розроблено нормативну базу, що створює

умови для реалізації вчасного реагування на результати моніторингу ОПП «Маркетинг». Основною формою моніторингу освітньої діяльності з реалізації ОПП «Маркетинг» в ЧДБК є опитування студентів. Позитивною практикою ЕГ вважає аналіз методики опитування та обсягу вибірки респондентів. Врахуванню результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти в ЧДБК приділяється належна увага. На всіх рівнях академічної спільноти ЧДБК відчувається, що формуванню культури якості приділяється належна увага: розроблено нормативні документи, що сприяють формуванню культури якості, на систематичній основі здійснюються опитування здобувачів і впроваджуються результати аналізу цих опитувань, докладається багато зусиль для покращення матеріально-технічної бази ЧДБК, реалізуються проєкти із удосконалення укриттів, НПП, задіяні в освітньому процесі ОПП Маркетинг підвищують як професійну, так і педагогічну кваліфікацію, в т. ч. й на міжнародному рівні, в освітній і нормативній документації культивується академічна доброчесність, що формує культуру якості в середовищі як викладачів, так і здобувачів ЧДБК.

Недоліки

1. Виявлені ЕГ під час аналізу ОП, НП та силабусів, завантажених до системи НАЗЯВО, технічні помилки, а також наявність у деяких силабусах ОК посилання на літературні джерела зарубіжних авторів, перекладених російською мовою, свідчать про недостатньо чітку роботу системи внутрішнього забезпечення якості освіти ЧДБК у частині перевірки документів, що забезпечують освітню діяльність.

Рекомендації

1. На інституційному рівні коледжу переглянути порядок взаємодії у ланцюжку «гарант – завідувач кафедри – ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи» з метою удосконалення процедур перевірки документів, що забезпечують освітню діяльність.

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

У ЧДБК визначені чіткі та зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Вони регулюються зокрема наступними документами: Статут Черкаського державного бізнес-коледжу <https://surli.cc/qmqptz>; Колективний договір ЧДБК <https://surli.cc/pgffww>; Правила внутрішнього розпорядку <https://surli.cc/cguxmy>; Положення про організацію освітнього процесу <https://surl.lu/solnox>; Положення про повторне вивчення навчальних дисциплін <https://surli.cc/xhyhcm>; Положення про академічну мобільність студентів <https://surli.cc/onsagr>; Положення про відрахування, переривання навчання, поновлення та переведення <https://surli.cc/vjlqwb>; Етичний кодекс ЧДБК <https://surli.cc/psxosi>. Документи, що регулюють діяльність структурних підрозділів, посадові інструкції та інші внутрішні положення, які знаходяться у відкритому доступі <https://surli.cc/azomu>. У вищезазначених документах, правилах та положеннях чітко і зрозуміло сформульовано права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу і вони послідовно дотримуються їх під час реалізації ОП. Під час зустрічей з учасниками освітнього процесу, ЕГ було встановлено, що персонал ЗВО та учасники освітнього процесу керуються відповідними положеннями, що регулюють їх діяльність. Усі нормативні документи, у тому числі вищезазначені, опубліковані на офіційному сайті ЗВО.

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

ЗВО кожного року публікує ОП «Маркетинг» на офіційному сайті ЗВО в розділі Освітні програми <https://surli.cc/tahkco>. Програми опубліковано за 2023, 2024, 2025 роки. Також активна гугл форма для обговорення пропозицій щодо ОП. <https://surli.cc/ecjzbg> Як зазначив гарант ОП під час організаційної зустрічі, отримані від зацікавлених сторін зауваження та пропозиції обговорюються проєктною групою, виносяться на засідання кафедри і лише після цього проєкт ОП переходить до наступних етапів затвердження. Стейкхолдери на зустрічах підтвердили, що їх зауваження та пропозиції беруться до уваги при формуванні ОП.

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

ЕГ за результатами аналізу інформації, представленої на офіційному сайті ЧДБК було зроблено висновки про те, що представлена інформація є актуальною, достовірною та прозорою і не вводить в оману вступників/здобувачів вищої освіти, що сприяє відкритості освітнього процесу. Інформація публікується в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства (ОПП у повному обсязі, навчальні плани, силабуси, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти тощо). На відкритій зустрічі та зустрічі з роботодавцями, практиками та випускниками ЕГ було встановлено, що ЗВО веде активну співпрацю із зацікавленими сторонами, у тому числі бізнесом та роботодавцями щодо оновлення та реалізації ОП. За результатами аналізу ВСО та інформації отриманої на зустрічі з Гарантом, зустрічах 1, 4-8, зацікавлені сторони отримують інформацію про ОП з офіційного сайту ЧДБК, соціальних мереж ЗВО або напряму спілкуючись з працівниками кафедри. Коледж веде активне інформування щодо подій у закладі на офіційному сайті та у соцмережах. ЕГ робить висновок, що ЗВО забезпечує відкритий доступ до інформації та документів відповідно до законодавства, на його веб-сайті достатньо інформації для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

В результаті акредитаційної експертизи, враховуючи відповідність всім підкритеріям, ЕГ зробила висновок про відповідність критерію 9 на рівні В: У ЧДБК визначені чіткі та зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу і регулюються відповідними документами (Статут, Колективний договір тощо). Персонал ЗВО та учасники освітнього процесу керуються відповідними положеннями, що регулюють їх діяльність. Усі нормативні документи опубліковані на офіційному сайті ЧДБК. Представлена на офіційному сайті ЧДБК інформація є актуальною, достовірною та прозорою і не вводить в оману вступників/здобувачів вищої освіти, що сприяє відкритості освітнього процесу. Інформація публікується в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства (ОПП у повному обсязі, навчальні плани, силабуси, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти тощо). Всі нормативні документи є у вільному доступі на сайті ЧДБК, інформація в них актуальна, чітка та зрозуміла. Політику прозорості та публічності коледж здійснює та підтримує на постійній основі. На сайті розміщено інформацію про ОП «Маркетинг» в обсязі достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін. Активна співпраця зі стейкхолдерами сприяє розвитку та вдосконаленню ОП. Коледж забезпечує відкритий доступ до інформації та документів відповідно до законодавства, на його веб-сайті достатньо інформації для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

Недоліки

не виявлено

Рекомендації

1. Проводити політику регулярного оновлення та відкритості інформації про освітню діяльність коледжу на офіційному сайті й у соціальних мережах для підтримання прозорості та публічності.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Критерій 10. Навчання через дослідження:

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

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

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Висновок щодо відповідності критерію. Позитивні практики за критерієм

не застосовується

Недоліки

не застосовується

Рекомендації

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

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

дані відсутні

V. Підсумки

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

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

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

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

Додатки до звіту:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	Додаток до звіту ЕГ Перелік суттєвих недоліків_ID29834.xlsx	wHy0+2/cpvPrXCOETp2NgnsUZHDB6BFhVOPNk4zgPmM=

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

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Яременко Світлана Степанівна

Члени експертної групи

Карпенко Віталій Леонідович

Мальнов Дмитро Валерійович