

ВИСНОВКИ

акредитаційної експертизи підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» у Київському національному торговельно-економічному університеті

Відповідно до підпункту 20 пункту 2 розділу XV «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про вищу освіту» та пункту 4 Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 9 серпня 2001 р. № 978 «Про затвердження Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах», з метою проведення первинної акредитаційної експертизи освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем у Київському національному торговельно-економічному університеті експертна комісія Міністерства освіти і науки України у складі:

голови комісії – Ковальчук Світлани Володимирівни, завідувача кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету, доктора економічних наук, професора;

членів комісії:

Буднікевич Ірини Михайлівни, завідувача кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктора економічних наук, професора;

Зайцевої Олени Іванівни, професора кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету, кандидата економічних наук, доцента

у період з 06 лютого по 08 лютого 2019 року розглянула подану акредитаційну справу та провела безпосередньо на місці перевірку діяльності Київського національного торговельно-економічного університету щодо акредитації освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

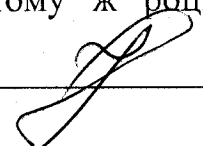
У підсумку експертного оцінювання комісія констатує:

1. Загальна характеристика

Київського національного торговельно-економічного університету та освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Київський національний торговельно-економічний університет є одним з найавторитетніших закладів вищої освіти України. Його історія бере свій початок від Київського філіалу Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі, створеного у 1946 році. Згідно з постановою Ради Міністрів УРСР від 14.01.1959 р. № 50 філіал передано у підпорядкування Харківському інституту радянської торгівлі, у тому ж році – Донецькому інституту

Голова експертної комісії



Ковальчук С.В.

радянської торгівлі. Відповідно до постанови Ради Міністрів УРСР від 04.03.1966 р. № 195 створено Київський торгово-економічний інститут. Постановою Кабінету Міністрів України від 29.08.1994 р. № 542 перетворено у Київський державний торговельно-економічний університет. Указом Президента України № 1059/2000 від 11.09.2000 р. надано статус національного. У 2006 році КНТЕУ приєднався до всесвітньо відомої Великої Хартії університетів.

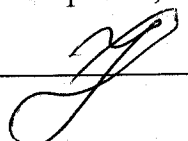
У 2015 році відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 22.11.15 р. № 1223-р «Про реорганізацію Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі» до КНТЕУ було приєднано Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі (далі – УДУФМТ).

Таким чином, КНТЕУ у 2018/2019 навчальному році – це 17 відокремлених структурних підрозділів у 10 містах країни; близько 40 тисяч студентів, які навчаються за 27 спеціальностями, в тому числі за 25 спеціальностями на першому (бакалаврському) рівні, за 21 спеціальністю на другому (магістерському) рівні та за 19 спеціальностями на третьому (освітньо-науковому) рівні. КНТЕУ має 6 спеціалізованих вчених рад із захисту докторських та кандидатських дисертацій. В університеті функціонують 6 факультетів: міжнародної торгівлі та права; економіки, менеджменту та психології; фінансів та банківської справи; обліку, аудиту та інформаційних систем; ресторанно-готельного та туристичного бізнесу; торгівлі та маркетингу. До складу КНТЕУ входять: Інститут вищої кваліфікації, Центр європейської освіти, Центр профорієнтаційної роботи, Центр тестування та моніторингу знань, Лабораторія дистанційного навчання, Центр підготовки до ЗНО, Підготовче відділення для іноземців та осіб без громадянства, Центр розвитку кар'єри, Центр трансферу технологій, Центр педагогічних та психологічних досліджень, Центр укладання договорів, Навчальний відділ, Бізнес інкубатор, Навчально-методичний відділ, Центр бізнес-тренінгу, Науково-технічний центр сертифікації продукції, послуг та систем якості, Культурно-мистецький центр, Відділ організаційно-виховної роботи та інформаційного забезпечення. На початку 2017 року – вперше в Україні серед закладів вищої освіти – КНТЕУ успішно пройшов сертифікацію Системи управління якістю на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015.

За результатами вступної кампанії 2018-ого року КНТЕУ входить до 5-ти найкращих закладів вищої освіти України, посідає 3-тє місце серед столичних вишів та 1-ше місце – серед закладів економічної освіти України.

Ректор Київського національного торговельно-економічного університету – Мазаракі Анатолій Антонович, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, голова наукової секції «Економіка» МОН України, член наукової ради Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Почесний член асоціації казначеїв України, голова редакційних колегій

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

журналів «Вісник КНТЕУ», «Товари та ринки», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», член редакційної колегії журналу «Економіка України».

Університет має потужний науково-педагогічний колектив, здатний успішно вирішувати завдання, які постають перед ним як національним закладом вищої освіти. Частка викладачів із науковим ступенем доктора та кандидата наук становить близько 85 відсотків.

Загальні показники розвитку Київського національного торговельно-економічного університету подано в табл. 1.

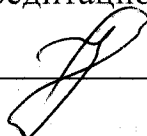
Таблиця 1

**Загальні показники розвитку
Київського національного торговельно-економічного університету**

№ пор.	Показник	Значення показника
1	Рівень акредитації ЗВО	IV
2	Кількість ліцензованих спеціальностей (відповідно до переліку 2015 року) в тому числі: за першим (бакалаврським) рівнем за другим (магістерським) рівнем за третім (освітньо-науковим) рівнем	26 24 21 19
3	Кількість спеціальностей (відповідно до переліку 2015 року), акредитованих* за: першим (бакалаврським) рівнем другим (магістерським) рівнем третім (освітньо-науковим) рівнем	21 20 0
4	Контингент студентів на всіх курсах навчання, осіб • на денній формі навчання • на заочній формі навчання • на вечірній формі навчання	17382 10374 6902 106
5	Кількість факультетів	6
6	Кількість кафедр	32
7	Чисельність співробітників (усього), осіб • у тому числі науково-педагогічних працівників	1734 638
8	Серед них: – докторів наук, професорів, осіб/% – кандидатів наук, доцентів, осіб/%	126/19,8 416/65,2
9	Загальна /навчальна площа будівель, м ²	77444/31338,8
10	Загальний обсяг державного фінансування, тис. грн.	194011,8
11	Кількість посадкових місць у читальних залах	470
12	Кількість робочих місць, обладнаних персональними комп'ютерами для студентів • у тому числі з виходом у Інтернет	2000 2000+WiFi

* наявність діючого сертифіката про акредитацію

Голова експертної комісії _____



Ковальчук С. В.

Підготовка фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться згідно з ліцензією Міністерства освіти і науки України, виданої на підставі наказу МОН України від 19.12.2016 № 1565, Відомостями щодо здійснення освітньої діяльності у сфері вищої освіти та сертифікату про акредитацію зі спеціальності 075 «Маркетинг» (серія НД № 1188325).

Обсяг освітньої програми становить 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,4 роки. За Національною рамкою кваліфікації України освітня програма належить до 8 рівня, за FQ-EHEA – до другого циклу, за EQF-LLL – до 7 рівня. Передумовою вступу на освітню програму виступає наявність ступеня бакалавра. Освітня програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» забезпечує як національну, так і міжнародну академічну мобільність. Київський національний торговельно-економічний університет бере участь у програмі Еразмус+ за напрямом K1 за укладеними угодами з: університетом Парі Ест Кретей (м. Париж, Франція); бізнес-школою «Ауденсія» (м. Нант, Франція); університетом Хоенхайм (м. Штутгарт, Німеччина).

Згідно з наказом ректора про закріплення спеціальностей підготовку магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг» здійснює кафедра маркетингу, яка є правонаступником реорганізованої у травні 2018 р. кафедри маркетингу та реклами. Кафедра є випусковою і входить до складу факультету торгівлі та маркетингу. Очолює кафедру доктор наук з державного управління, професор Ромат Євгеній Вікторович.

У підготовці фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» задіяний науково-педагогічний персонал 6 кафедр Київського національного торговельно-економічного університету. Це кафедри: маркетингу (7 осіб); журналістики та реклами (7 осіб); міжнародного приватного, комерційного та цивільного права (3 особи); адміністративного фінансового та інформаційного права (2 особи); менеджменту (1 особа); психології (1 особа). Всі 100% науково-педагогічних працівників працюють у КНТЕУ на постійній основі; також 100% мають наукові ступені, з яких 28,6% – доктори наук, професори; 71,4% – кандидати наук, доценти. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.

Експертна комісія перевірила оригінали і констатує наявність в університеті таких документів:

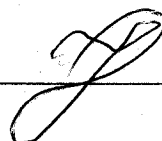
Статут Київського національного торговельно-економічного університету, затверджений Міністерством освіти і науки України (наказ МОН України № 31 від 10.01.2017 р.);

Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань №1003310978 від 29.11.2017 р.;

Ліцензія Міністерства освіти і науки України від 27.09.2016 р. (наказ МОН України від 27.09.2016 р. № 1433 л);

Відомості щодо здійснення освітньої діяльності у сфері вищої освіти;

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

Сертифікат про акредитацію Київського національного торговельно-економічного університету серія РД-IV № 1126591 від 05.08.2014 р.;

Сертифікат на систему управління якістю Київського національного торговельно-економічного університету № UA.C.203-17 від 06.01.2017;

Сертифікат про акредитацію спеціальності 075 «Маркетинг» серія НД № 1188325 від 10.07.2017 р.

Висновок:

усі необхідні установчі документи Київського національного торговельно-економічного університету, ліцензія, сертифікати є достовірними та дають правові підстави для здійснення освітньої діяльності. Загальні показники розвитку Київського національного торговельно-економічного університету відповідають акредитаційним вимогам щодо підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

2. Формування контингенту студентів

Київський національний торговельно-економічний університет в цілому та кафедра маркетингу зокрема проводять значний обсяг профорієнтаційної діяльності для формування контингенту студентів.

На факультетах організовані агітаційні та мобільні групи зі складу провідних науково-педагогічних працівників факультетів, кафедр та студентів. Профорієнтаційною роботою охоплено понад 200 закладів освіти. Проводиться постійний моніторинг, переукладення та укладення нових договорів про співробітництво з закладами освіти м. Києва та регіонів України. Профорієнтатори кафедр, факультетів, відповідальні за роботу у ліцеях, гімназіях, школах, технікумах, коледжах складають плани спільних заходів профорієнтаційної роботи з закладами освіти, а за результатами профорієнтаційних заходів подають звіти про проведення агітаційно-роз'яснювальної роботи.


На кафедрі маркетингу розроблено план заходів щодо збільшення контингенту студентів, із конкретизацією їх змісту та термінів виконання. За кожним з викладачів кафедри закріплені школи, у яких вони ведуть постійну профорієнтаційну, консультаційну, агітаційну та роз'яснювальну роботу серед школярів та їх батьків.

Основними формами профорієнтаційної роботи, що використовуються для формування контингенту студентів за освітньою програмою «Маркетинг», є:

- надання інформації про університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедру маркетингу, правила прийому на сайті КНТЕУ <https://www.knteu.kiev.ua/>;

- участь у Днях відкритих дверей університету;

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

- проведення Днів гостинності;
- проведення викладачами кафедри маркетингу у приміщеннях університету занять зі школярами «Школа молодого маркетолога»;
- відвідування представниками факультету торгівлі та маркетингу й кафедри маркетингу шкіл, ліцеїв, гімназій м. Києва та області;
- участь студентів, що навчаються зі спеціальності «Маркетинг», у різноманітних наукових конференціях та конкурсах, в тому числі поза межами університету.

Університетом розроблені і діють заходи щодо збереження контингенту студентів протягом повного циклу навчання. З цією метою в університеті працює чітка система контролю за станом успішності й дисципліни, головними ланками якої є: куратори академічних груп, органи студентського самоврядування, старостати й стипендіальні комісії.

Ліцензований обсяг підготовки студентів зі спеціальності 075 «Маркетинг» за трьома освітніми програмами, а саме: «Маркетинг», «Рекламний бізнес» та «Бренд-менеджмент», становив 195 осіб.

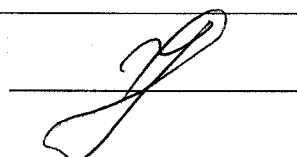
Показники формування контингенту студентів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти подані у табл. 2.

Таблиця 2

**Показники формування контингенту студентів
за освітньою програмою «Маркетинг»
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
Київського національного торговельно-економічного університету**

№ пор.	Показник	Роки		
		2016/17 н.р.	2017/18 н.р.	2018/19 н.р.
1	Ліцензований обсяг підготовки спеціальності	195	195	195
2	Прийнято на навчання, всього (осіб)	99	96	100
	• денна форма	38	33	24
	у тому числі за держзамовленням;	30	15	13
	• заочна форма	61	63	76
	у тому числі за держзамовленням;	7	2	2
	• нагороджених медалями, або тих, які отримали диплом з відзнакою;	11	2	14
3	Подано заяв на одне місце за формами навчання:			
	• денна	100	153	141
	• заочна	133	176	173
4	Конкурс абітурієнтів на місця державного замовлення:			
	• денна форма	3,3	10,2	10,8
	• заочна форма	19	88	86,5

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

Контингент здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня формується, в основному, з випускників-бакалаврів університету, а також осіб, які закінчили вищі навчальні заклади за відповідною або іншими спеціальностями (перехресний вступ) і мають диплом бакалавра чи спеціаліста.

Чисельність осіб, прийнятих на навчання, протягом 2016-2018 рр. в цілому залишалася стабільною (в межах 96-100 осіб), проте відбувся перерозподіл контингенту між денною та заочною формами навчання на користь заочної форми. Це спричинено зниженням купівельної спроможності населення і прагненням значної частки студентів сполучати навчання з роботою, щоб мати можливість оплатити навчання.

Висновок:

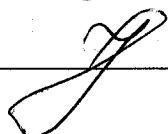
експертна комісія зазначає, що стан роботи стосовно формування контингенту студентів у Київському національному торговельно-економічному університеті відповідає умовам акредитації; організаційні, методичні та профорієнтаційні заходи забезпечують формування якісного складу студентів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти в межах ліцензованого обсягу.

3. Зміст підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

Основними документами, які визначають зміст підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», є:

- освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування, кваліфікація: ступень вищої освіти «магістр» спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг», затверджена вченою радою КНТЕУ (протокол № 10 від 23 лютого 2017 р.) та введена в дію з 01.09.2017 р. наказом № 662 від 28 лютого 2017 р.; освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування, кваліфікація: ступень вищої освіти «магістр» спеціальність 075 «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг», затверджена вченою радою КНТЕУ (протокол № 10 від 21 червня 2018 р.) та введена в дію з 01.09.2018 р. наказом № 1866 від 26 червня 2018 р.;
- навчальний план підготовки магістра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг», затверджений постановою вченої ради КНТЕУ від 23 лютого 2017 р. протокол № 10; навчальний план підготовки магістра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг», затверджений постановою вченої ради КНТЕУ від 21 червня 2018 р. протокол № 10;
- робочий навчальний план 075-М-Д-17 галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг»,

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

ступінь вищої освіти магістр, затверджений ректором КНТЕУ 23 лютого 2017 р.; робочий навчальний план 075-М-Д-18 галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг», ступінь вищої освіти магістр, затверджений вченою радою КНТЕУ 21 лютого 2018 р., протокол № 7.

Освітня програма спрямована на формування у майбутніх фахівців інтегральної компетентності – здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Набуття інтегральної компетенції передбачає оволодіння низкою загальних компетентностей та фахових компетентностей спеціальності, на формування яких спрямовані навчальні дисципліни освітньої програми. Перелік загальних та спеціальних компетенцій систематично доопрацьовується відповідно до нормативних вимог, що змінюються, а також змін у ринковому середовищі та вимог стейкхолдерів-роботодавців.

Навчальний план є основним нормативним документом, що визначає перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення. Обов'язковим є забезпечення можливості вибору студентом не менше 25% загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для певного рівня вищої освіти. Навчальний план підготовки фахівців освітнього ступеня «магістр» розраховано на 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці, частка (у відсотковому співвідношенні) обов'язкових дисциплін – 66,7%, дисциплін за вибором здобувача вищої освіти – 33,3%. Обов'язкові та вибіркові дисципліни належать до циклу професійної підготовки.

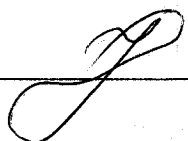
Навчальний план розроблено відповідно до освітньо-професійної програми згідно з Положенням про організацію освітнього процесу студентів; Положенням про розробку навчальних планів; Інструкцією до складання робочих навчальних планів.

Робочий навчальний план містить календарний графік на весь період навчання, бюджет часу студентів, де зазначено час на аудиторні заняття, самостійну роботу, контрольні заходи, практичну підготовку, канікули, атестацію. У робочому навчальному плані узгоджено та дотримано співвідношення навчального часу між циклами загальної та професійної підготовки, а також частки обов'язкових та вибіркових дисциплін.

Висновок:

зміст підготовки магістрів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти повністю відповідає нормативним документам та акредитаційним вимогам, спрямований на формування у студентів теоретичних та практичних навичок та компетентностей, що необхідні фахівцям з маркетингу.

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

4. Організаційне, навчально-методичне та інформаційне забезпечення навчально-виховного процесу підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

Організація освітнього процесу заснована на таких нормативно-правових документах: Конституції України, Законах України «Про освіту», «Про вищу освіту», Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження національної рамки кваліфікацій», стандартах освітньої діяльності, інших нормативно-правових актах із питань освіти, Статуті, внутрішніх положеннях, інструкціях, наказах, розпорядженнях. Провідною складовою системи внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в КНТЕУ є Положення про організацію освітнього процесу студентів.

Мета освітнього процесу в КНТЕУ полягає у підготовці конкурентоспроможних фахівців, забезпеченні розвитку та набутті ними необхідних загальних та фахових компетентностей відповідно до рівнів Національної рамки кваліфікацій, а також можливостей для особистісного розвитку. Навчально-виховний процес здійснюється відповідно до розроблених та затверджених в установленому порядку навчальних планів з урахуванням можливостей сучасних технологій навчання, завдань з формування гармонійно розвиненої особистості, здатної до постійного поновлення наукових знань, професійної компетентності та швидкої адаптації до змін і розвитку в сфері маркетингу.

Невід'ємною і важливою складовою навчального процесу є контроль знань студентів. Організаційно-методичні заходи щодо перевірки та оцінювання знань, умінь і навичок студентів, набуття ними фахових компетентностей здійснюються відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів», яке є складовою системи внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в КНТЕУ.

Реалізація основних завдань оцінювання результатів навчання здобувачів досягається системними підходами до оцінювання та комплексного застосування різних видів контрольних заходів. За місцем, яке посідає контрольний захід в освітньому процесі, розрізняють: вхідний контроль, поточний контроль, підсумковий модульний контроль, підсумковий семестровий контроль (залік або екзамен), атестацію здобувачів вищої освіти та контроль залишкових знань (ректорський контроль).

Основним документом, що регламентує освітній процес в межах кожної навчальної дисципліни, є робоча програма. Кафедрами маркетингу, журналістики та реклами, міжнародного приватного, комерційного та цивільного права, адміністративного, фінансового та інформаційного права, менеджменту, психології розроблені й затверджені у встановленому порядку робочі програми всіх навчальних дисциплін навчального плану підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Робочі програми включають: програму навчальної дисципліни, заплановані результати навчання, порядок оцінювання результатів навчання, рекомендовану літературу (основну й допоміжну), а також інформаційні ресурси в Інтернеті.

Всі дисципліни освітньої програми повністю забезпечені необхідними навчально-методичними матеріалами; під час виконання завдань для самостійної роботи студентів використовуються інформаційні технології, що забезпечується системою дистанційного навчання MOODLE. У Лабораторії дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з усіх навчальних дисциплін навчального плану (<http://dist.knteu.kiev.ua>). Лекційні заняття супроводжуються презентаціями в PowerPoint, відеоматеріалами.

Кафедра маркетингу приділяє постійну увагу організації самостійної роботи здобувачів. Зміст самостійної роботи здобувачів при вивченні кожної дисципліни навчального плану визначається стандартами вищої освіти КНТЕУ, освітньою програмою, робочою програмою дисципліни, методичними рекомендаціями до самостійної роботи здобувачів, завданнями викладача. Порядок організації самостійної роботи здобувачів визначається Положенням про самостійну роботу студентів КНТЕУ.

Протягом періоду навчання за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти студенти проходять виробничу (переддипломну) практику: 2 семестр, 270 годин (9 кредитів ЄТКС), форма контролю – диференційований залік. Кафедрою маркетингу розроблено програму з виробничої (переддипломної) практики.

Експертною комісією перевірено інформацію про забезпечення освітнього процесу за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти програмами і базами для проходження виробничої практики. Серед підприємств та організацій, з якими укладено договори про проходження студентами виробничої практики – Національний центр управління та випробувань космічних засобів, ТОВ «Стратегічний Бренд Хаб», ТОВ Торговий Дім «Будшляхмаш», ТОВ «ЗЛГЗ «Златогор», Дочірнє підприємство з 100% іноземною інвестицією «Бурда Україна», ТОВ «ЗЕЛЕНА АЛЬТЕРНАТИВА», ПАТ «Мультиплекс-Холдинг», ТОВ «Золотий коровай», ТОВ «СільпоФУД» та багато інших.

Фактична забезпеченість здобувачів підручниками, навчальними посібниками, довідковою та іншою навчальною літературою з кожної дисципліни навчального плану складає 100%. Кафедрами, за якими закріплені дисципліни, систематично відстежуються нові надходження і виконуються відповідні замовлення на поповнення необхідного інформаційного забезпечення.

Викладачі та студенти мають доступ до Інтернету як джерела інформації, є Wi-Fi. У КНТЕУ реалізовано доступ до міжнародної бази даних періодичних наукових видань SCOPUS (англійською мовою), а також до

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

низки електронних баз даних документів. У бібліотеці КНТЕУ наявні фахові періодичні видання в кількості 14 найменувань; студенти та викладачі мають змогу працювати з електронними фаховими виданнями з економічних наук (15 найменувань, з них 2 – англійською мовою).

Кафедрою маркетингу КНТЕУ розроблено методичні рекомендації щодо написання випускних кваліфікаційних робіт магістра галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми «Маркетинг». Атестація здобувачів вищої освіти за освітньою програмою здійснюється відповідно до Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації у КНТЕУ.

Викладачі кафедри маркетингу мають власний вагомий внесок щодо розроблення навчально-методичних матеріалів і навчальної літератури українською мовою, монографій, підручників, навчальних посібників (автори Ромат Є.В., Ортинська В.В., Яцишина Л.К. та ін.). Кафедра систематично впроваджує новітні технології навчання, використовує в навчальному процесі локальні та глобальні комп'ютерні мережі, використовує електронні посібники, застосовує нові інформаційні технології.

Висновок:

організаційне, навчально-методичне та інформаційне забезпечення навчального процесу підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти повністю відповідає ліцензійним умовам та державним вимогам до акредитації. Разом з тим, доцільно активізувати підготовку викладачами кафедри підручників та навчальних посібників з дисциплін навчального плану за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

5. Кадрове забезпечення навчально-виховного процесу

Випусковою кафедрою за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» є кафедра маркетингу (до травня 2018 р. – кафедра маркетингу та реклами, на базі якої створено дві кафедри: маркетингу; журналістики та реклами). У своїй діяльності кафедра керується чинним законодавством, Статутом КНТЕУ, рішеннями вчених рад університету і факультету торгівлі та маркетингу.

Головним завданням кафедри є здійснення навчальної, виховної, методичної і науково-дослідної роботи, забезпечення підготовки науково-педагогічних кадрів, організація підвищення їх кваліфікації.

Завідувач випускової кафедри маркетингу – доктор наук з державного управління, професор Ромат Євгеній Вікторович. Працює в КНТЕУ за основним місцем роботи з 01.11.2004 р.

Дисертацію на здобуття наукового ступеня доктора наук з державного управління зі спеціальності 25.00.02 – «Механізми державного управління» захистив у 2004 р. Тема дисертації: «Державне управління рекламною діяльністю (теоретико-методологічний аспект)». Вчене звання професора кафедри маркетингу та комерційної діяльності присвоєне у 2006 р.

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

Член спеціалізованої Вченої Ради Д 26.055.01 у Київському національному торговельно-економічному університеті. Академік Академії економічних наук України, голова Співки рекламистів України, керівник комітету з державного маркетингу та реклами Громадської ради при Міністерстві інформаційної політики України; член Громадської ради зі свободи слова Верховної ради України; член науково-методичної комісії Міністерства освіти і науки з маркетингу. Нагороджений Почесною грамотою Міністерства освіти і науки України (2009 р.), Почесним знаком «Відмінник освіти України» (2016 р.). Сфера наукових інтересів: бренд-менеджмент, маркетингові комунікації, державне управління рекламною діяльністю, історія реклами.

Загальна чисельність науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу становить 16 осіб, з них 2 доктори економічних наук, професори; 1 доктор наук з державного управління, професор; 1 кандидат економічних наук, професор; 1 кандидат технічних наук, професор; 9 кандидатів економічних наук, 1 кандидат психологічних наук. Усі науково-педагогічні працівники кафедри за останні 5 років пройшли підвищення кваліфікації, що відповідає встановленим нормативним вимогам.

Навчальне навантаження на одного викладача не перевищує 600 годин на рік. Кількість дисциплін на 1 лектора не перевищує чотирьох.

В КНТЕУ, відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджено склад груп забезпечення, відповідальних за виконання освітніх програм за спеціальностями. До складу групи забезпечення зі спеціальності 075 «Маркетинг» ввійшли науково-педагогічні працівники, які працюють в університеті за основним місцем роботи, мають кваліфікацію відповідно до спеціальності та не входять (входили) до жодної групи забезпечення спеціальності КНТЕУ або іншого закладу вищої освіти в поточному семестрі.

Склад групи забезпечення 075 «Маркетинг» в Київському національному торговельно-економічному університеті відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності.

У забезпеченні освітнього процесу за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти задіяна 21 особа, з яких 7 працюють на кафедрі маркетингу, 7 – на кафедрі журналістики та реклами, 3 – на кафедрі міжнародного приватного, комерційного та цивільного права, 2 – на кафедрі адміністративного, фінансового та інформаційного права, 1 – на кафедрі менеджменту, 1 – на кафедрі психології. Із 21 викладача, що забезпечують освітній процес, 21 (100,0 %) мають науковий ступень, серед них 6 (28,6%) – доктори наук, професори, 15 (71,4 %) – кандидати наук, доценти. Фахову відповідність науково-педагогічній спеціальності (кваліфікації) до дисциплін, що викладаються, мають усі викладачі.

Проведення лекцій з навчальних дисциплін науково-педагогічними (науковими) працівниками, які мають науковий ступінь та/або вчене звання, за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

основним місцем роботи становить 100%, що перевищує встановлені нормативні вимоги на 50%.

Частка науково-педагогічних працівників, які мають науковий ступінь доктора наук або вчене звання професора, за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за основним місцем роботи становить 40,5%, що перевищує встановлені нормативні вимоги на 15,5%.

Частка науково-педагогічних працівників, які проводять лекції з навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей і є визнаними професіоналами з досвідом дослідницької та управлінської роботи за фахом, за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» становить 43,9%, що перевищує встановлені нормативні вимоги на 28,9%.

Професорсько-викладацький склад, який залучено до підготовки магістрів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», визначається високим рівнем фахової підготовки та спроможний забезпечити формування відповідних навичок професійної компетентності у майбутніх фахівців сфери маркетингу.

У процесі експертизи була перевірена наявність звітів та сертифікатів, що підтверджують проходження підвищення кваліфікації викладачів, які забезпечують підготовку магістрів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Висновок:

на підставі поданих документів експертна комісія встановила, що кадровий склад кафедри маркетингу і групи забезпечення відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності та необхідним акредитаційним вимогам для здійснення освітньої діяльності, викладачі є висококваліфікованими фахівцями, здатними забезпечити сучасний навчальний процес підготовки магістрів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

6. Матеріально-технічне забезпечення навчального процесу

Київський національний торговельно-економічний університет має сучасну матеріально-технічну базу, що відповідає міжнародним стандартам. КНТЕУ – цілісний територіально-майновий комплекс, що включає: 9 навчально-лабораторних корпусів; 5 гуртожитків для студентів; бібліотечний корпус; спорткомплекс у складі спортивних залів, відкритого спортивного майданчика та футбольного поля зі штучним газоном; навчально-виробниче об'єднання. Для обслуговування студентів облаштовано медичні пункти, вишукано оформлені їдальні та буфети.

КНТЕУ для здійснення навчально-виховного процесу при двозмінній роботі використовує загальну навчальну площу – 31338,8 кв. м. Площа навчальних приміщень для проведення освітнього процесу становить 3,6 кв.м на одного здобувача освіти з урахуванням двох змін навчання, що на 1,2 кв.м більше нормативних.

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

Усі кабінети та лабораторії університету обладнані сучасним устаткуванням, технічними засобами навчання, що забезпечує якісне проведення лекційних та семінарських (практичних) занять.

Значна частина аудиторій в університеті, а саме 41% (при нормативі 30%), має мультимедійне обладнання. При цьому, 62 аудиторії мають стаціонарне мультимедійне обладнання, а в інших аудиторіях є можливість встановити портативне мультимедійне обладнання, якого в університеті 40 комплектів.

Комп'ютеризація та інформатизація освітнього процесу залишається одним із пріоритетних напрямів розвитку університету. Для потреб освітнього процесу всі кафедри університету відповідно до встановлених вимог забезпечені необхідною комп'ютерною технікою.

До основних програмних пакетів, що використовуються в процесі підготовки студентів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», належать: MicrosoftOfficeProfessionalEnterpriseEdition 2003, AdobePageMaker 7.0.2, CreativeSuitePremium 2.0 Russian, AdobePremiereCS2, AdobePhotoshopCS2, Corel DRAW X2, Acrobat 8.0 Professional. Зазначені програмні пакети використовуються для проведення практичних занять з навчальних дисциплін (розв'язання задач, пошук інформації, аналітична робота, створення презентацій, графічних об'єктів, рекламних повідомлень тощо), а також для підготовки випускних кваліфікаційних робіт. У всіх аудиторіях є безкоштовний Wi-Fi, що дозволяє студентам користуватися матеріалами Інтернет не лише через комп'ютерні мережі, а й за допомогою власних смартфонів.

У КНТЕУ забезпечено доступність навчальних приміщень для осіб з інвалідністю та інших мало мобільних груп населення, зокрема безперешкодний доступ до будівлі, навчальних приміщень та іншої інфраструктури.

КНТЕУ має 5 власних гуртожитків. Здобувачі вищої освіти, які потребують гуртожиток, забезпечені ним на 88%. Гуртожитки обладнано всім необхідним для нормального проживання, навчання та відпочинку студентів. Усі гуртожитки відповідають санітарним нормам і правилам пожежної безпеки. Для поліпшення умов проживання щорічно ремонтуються приміщення.

Кількість їдалень і буфетів на поточний момент становить 11, кількість студентів на одне місце в їдальнях і буфетах – 5 осіб. Пункти харчування відповідають усім нормативам санітарно-технічного стану та пожежної безпеки.

Високу розвиненість соціальної інфраструктури КНТЕУ підтверджують й інші показники: університет має 3 актових зали, 1 стадіон, 1 спортивний майданчик, а також студентський палац (клуб). В університеті функціонують найрізноманітніші гуртки: команда КВК, Народний студентський камерний академічний хор, студії вокалу та танців, спортивні гуртки.

Висновок:

вивчення стану та перспектив матеріально-технічної бази свідчить про наявність можливостей для забезпечення належного рівня підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг». Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним умовам, санітарним нормам та правилам, державним будівельним нормам.

7. Якість підготовки і використання випускників

Експертна комісія оцінила якість підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» шляхом аналізу результатів останньої екзаменаційної сесії, звітів з практик, матеріалів самоаналізу (результатів написання комплексних контрольних робіт).

За результатами останньої (перед акредитацією) екзаменаційної сесії абсолютна успішність студентів становила 100,0%, якісна успішність з дисциплін циклу спеціальної (фахової) підготовки – 51,6% (цикли гуманітарної та соціально-економічної підготовки, природничо-наукової підготовки не передбачені навчальним планом).

З метою сприяння плановій атестації група самоаналізу кафедри маркетингу організувала проведення та здійснила перевірку комплексних контрольних робіт магістрів, які навчаються за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Концептуально комплексні контрольні роботи базуються на положеннях освітньо-професійної програми підготовки студентів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», навчальному плані та програмах вивчення відповідних дисциплін. Рівень знань студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти під час самоаналізу становив: з циклу професійної та практичної підготовки абсолютна успішність – 100%, якісна успішність – 51,0%.


Експертною комісією було визначено перелік дисциплін циклу професійної та практичної підготовки, за якими проводилась перевірка показників успішності, а саме: «Маркетинговий аналіз», «Публічні закупівлі» та «Маркетинг інновацій».

За результатами перевірки виконання комплексних контрольних робіт під час акредитаційної експертизи (Додаток 1) рівень знань студентів з циклу професійної та практичної підготовки становив: абсолютна успішність 100%, якісна успішність 51,0%.

Аналіз наведених даних дозволяє зробити висновок про відповідність результатів комплексних контрольних робіт здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» акредитаційним вимогам підготовки фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

Обов'язковим елементом освітньо-професійної підготовки студентів є практична підготовка. Значна частина практичних умінь та навичок формується у студентів під час виробничої практики. Навчальними планами

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

підготовки магістрів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» передбачено проходження виробничої (переддипломної) практики у II семестрі.

Експертна комісія перевірила наявність договорів із базами практик, які укладені між КНТЕУ та наступними установами: Національний центр управління та випробувань космічних засобів, ТОВ «Стратегічний Бренд Хаб», ТОВ Торговий Дім «Будшляхмаш», ТОВ «ЗЛГЗ «Златогор», Дочірнє підприємство з 100% іноземною інвестицією «Бурда Україна», ТОВ «ЗЕЛЕНА АЛЬТЕРНАТИВА», ПАТ «Мультиплекс-Холдинг», ТОВ «Золотий коровай», ТОВ «СільпоФУД» та багато інших. Встановлено, що такі бази практик відповідають нормативним вимогам.

Перевірка звітів з практики свідчить про належну практичну підготовку фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг». У звітах відображається виконання завдань з усіх розділів практики, які відповідають вимогам щодо змісту та оформлення. Комісія підтверджує достатню якість звітів у розрізі повноти відображення аналізу об'єктів дослідження.

Висновок:

за підсумками перевірки експертна комісія вважає, що рівень підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти відповідає державним акредитаційним вимогам. Оцінка академічної успішності здобувачів вищої освіти за результатами самоаналізу є об'єктивною.

**8. Науково-дослідна діяльність та міжнародні зв'язки
випускової кафедри**

Кафедра маркетингу Київського національного торговельно-економічного університету (до травня 2018 р. – кафедра маркетингу та реклами) систематично здійснює активну науково-дослідну діяльність.

Протягом 2016-2018 рр. колективом кафедри виконувалися 2 держбюджетні (ініціативні) НДР:

- «Управління рекламною діяльністю підприємств» (номер ДР 0113U000520, керівник проф. Мельникович О.М.);

- «Управління маркетингом торговельного підприємства» (номер ДР 0117U000061, керівник – професор Ромат Є.В.).

У 2017 р. завершена НДР, що фінансувалася з коштів загального фонду державного бюджету України: «Економіко-організаційний механізм забезпечення ефективності державних закупівель в Україні в умовах євроінтеграції» (номер ДР 0116U000783, керівник – професор Ромат Є.В., замовник – МОН України). В ході впровадження результатів досліджень отримано 1 акт впровадження в навчальний процес КНТЕУ та 6 довідок про впровадження у виробництво.

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

Протягом 2016-2018 рр. кафедра виступила співорганізатором низки наукових заходів, серед яких:

- XIII та XIV Міжнародні науково-практичні конференції «Маркетингові дослідження: інструменти та технології Re:Mark»;
- IX, X та XI Міжнародна науково-практична конференція «Реклама: інтеграція теорії і практики»;
- X Національний фестиваль соціальної реклами;
- V, VI та VII Всеукраїнські конференції завідувачів кафедр маркетингу, реклами та суміжних спеціальностей;
- II Всеукраїнський науково-практичний семінар-тренінг «Театральний маркетинг»;
- Ювілейна конференція, присвячена 20-річчю створення журналу «Маркетинг та реклама»;
- круглий стіл «Брендинг ЗМІ»;
- круглий стіл «Нейромаркетинг – новий, перспективний інструмент впливу на покупців роздрібних мереж» тощо.

У 2016 р. викладачі кафедри взяли участь у 24 міжнародних, 12 всеукраїнських та 1 вузівській конференції, підготувавши загалом 104 доповіді. Відповідні показники за 2017 р. виявилися такими: 32 міжнародні конференції, 13 всеукраїнських та 2 вузівських, загалом 92 доповіді.

Науково-педагогічні працівники кафедри активно публікуються у вітчизняних та міжнародних наукових виданнях.

У 2016 р. викладачами кафедри опубліковано 185 наукових та науково-методичних робіт, серед них наукових – 125, науково-методичних – 60. Підготовлено 23 наукових публікації у виданнях, які входять до міжнародних наукометричних баз даних, з них 4 – у Scopus, 2 – у Web of Science та 17 в IndexCopernicus.

Показники публікацій 2017 р.: опубліковано 189 наукових та науково-методичних робіт, у т.ч. наукових – 151; науково-методичних – 38. Підготовлено 26 наукових публікації у виданнях, які входять до міжнародних наукометричних баз даних, з них 4 – у Scopus, 1 – у Web of Science та 21 в IndexCopernicus.

Протягом 2016-2018 рр. викладачами та аспірантами кафедри захищено 1 докторську (доц. Кіслов Д.В.) та 12 кандидатських дисертацій (Ніколаєва Я.В., Коноплянникова М.А., Іртлач М.О., Гамова І.В., Чаплай І.В., Юшко В.В., Савчук А.М., Юсупова О.В., Кияниця Є.О., Юрчак Е.В., Алданькова Г.В., Кармазінова В.Д.). У 2016 р. до аспірантури зараховано 2 аспіранти зі спеціальності 075 «Маркетинг», у 2017 р. – 4 аспіранти (того ж року 1 відрахована за власним бажанням), у 2018 р. – 3 аспіранти.

Викладачі кафедри пройшли підвищення кваліфікації за кордоном:

- доц. Чикусова М.Ю. – програма «Ділова англійська мова для академічного персоналу рівня B2» в рамках програми Еразмус+ «Навчальна (академічна) мобільність», Великобританія, 10.07.2017 р. – 04.08.2017 р.;
- доц. Гурджиян К.В. – програма підвищення кваліфікації «Організація навчального процесу, наукові проекти та публікаційна

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

діяльність в університетах Євросоюзу» в Празькому інституті підвищення кваліфікації (Чехія), 20-30 листопада 2017 р.; Туреччина, «MCNCompanu», 15.05.2018-22.05.2018 р.;

- доц. Підлісна О.В. – програма підвищення кваліфікації в Академії Техніко-гуманітарній в м. Бельсько-Бяла (Польща) «Маркетингові аспекти економічного розвитку у контексті інтеграції до Європейського простору», 14-20 січня 2018 р.;

- доц. Янковець Т. М. – програма підвищення кваліфікації у Варненському економічному університеті в м. Варна (Болгарія) «Збалансовані економіко-правові процеси у суспільстві та бізнес-середовищі в умовах глобалізації», Сертифікат № 00069, 15 вересня – 01 жовтня 2018 року.

Завідувач кафедри проф. Ромат Є.В. проходив стажування та проводив навчальні заняття у рамках програми «Міжнародний бренд-менеджмент» літньої школи Талліннського університету (Естонія, Талліннський університет, 7-17 липня 2013 р. та 14-21 липня 2014 р.).

Крім того, кафедра постійно розширює міжнародну співпрацю, користуючись перевагами участі університету у Програмі імені Жана Моне (Проект «Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі з Європейським Союзом: переваги та недоліки для українського суспільства»), Програмі ЕРАЗМУС+, усталеній співпраці університету з Університетським Агентством Франкофонії, Університетом Бремену (м. Бремен, Німеччина), Білоруським торгово-економічним університетом споживацької кооперації (м. Гомель, Білорусь), Вроцлавським університетом економіки (Польща), Університетом Порто (м. Порто, Португалія), Університетом Міннесоти (м. Міннеаполіс, США), Університетом Національної та світової економіки (м. Софія, Болгарія), Університетом Мессіни (Мессіна, Італія), Університетом Марконі (рим, Італія), Балтійською міжнародною академією (м. Рига, Латвія) та багатьма іншими.

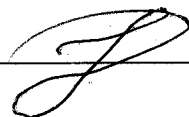
До науково-дослідної роботи кафедри маркетингу активно залучаються студенти, які беруть участь у дослідженнях за держбюджетною (ініціативною) тематикою кафедри. Щорічно кафедра організує проведення Українського студентського фестивалю реклами.

Висновок:

експертна комісія зазначає:

- науково-дослідна діяльність кафедри маркетингу КНТЕУ відповідає сучасним вимогам вищої школи України, теми наукових досліджень викладачів і аспірантів є актуальними та перспективними, форми і методи роботи викладачів задовольняють потреби навчального процесу, відповідають акредитаційним вимогам та спрямовані на поглиблену підготовку фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти щодо їх майбутніх наукових досліджень; разом з тим доцільно підвищити рівень науково-дослідної роботи кафедри маркетингу

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

шляхом збільшення кількості публікацій викладачів та аспірантів у наукових виданнях, які індексуються у міжнародних наукометричних базах даних;

- розвиток міжнародного співробітництва в галузі освіти і науки здійснюється відповідно до чинного законодавства, а отже, відповідає вимогам МОН України для закладів вищої освіти; рекомендовано продовжити роботу щодо розширення міжнародних зв'язків кафедри з закладами вищої освіти інших країн з метою запровадження наукових обмінів та стажувань викладачів та студентів.

9. Перелік зауважень (приписів) контролюючих органів та заходи щодо їх усунення


Експертна комісія перевірила виконання зауважень акредитаційної експертизи щодо підготовки магістрів зі спеціальності «Маркетинг» та встановила, що на виконання зазначених зауважень здійснено такі заходи:

- проведено роботу щодо покращення якісного складу випускової кафедри; так, частка професорів у професорсько-викладацькому складі кафедри збільшилася з 22,2 до 31,3%, частка осіб, що мають дипломи кандидата та доктора наук – з 88,9 до 93,8%;

- підвищено результативність аспірантури; протягом 2016-2018 рр. викладачами та аспірантами кафедри захищено 1 докторську (доц. Кіслов Д.В.) та 12 кандидатських дисертацій (Ніколаєва Я.В., Коноплянникова М.А., Іртлач М.О., Гамова І.В., Чаплай І.В., Юшко В.В., Савчук А.М., Юсупова О.В., Кияниця Є.О., Юрчак Е.В., Алданькова Г.В., Кармазінова В.Д.). Захист ас. Кармазінової В.Д. відбувся 25.10.2018 р.; після отримання нею диплома кандидата економічних наук частка професорсько-викладацького складу, що мають дипломи кандидата та доктора наук, становитиме 100%;

- удосконалено технології проведення навчальних занять; зокрема, усі лекційні заняття мають комп'ютерне візуальне супроводження; переважна частина практичних занять проводяться з використанням кейс-методів та сучасного програмного забезпечення: 1С – Управління підприємством версія 7, SPSS, AdobePageMaker 7.0.2, AdobePhotoshopCS2, Corel DRAW X2, Acrobat 8.0 Professional тощо. Самостійна робота студентів організована у тому числі із використанням дистанційних курсів у системі дистанційного навчання КНТЕУ на підставі різних форм та методів контролю результатів навчання (автоматичне тестування, дистанційне розв'язання задач). Для проведення лекцій та практичних занять залучаються видатні фахівці-практики з підприємств, маркетингових, дослідницьких та рекламних агенцій, всеукраїнських та міжнародних організацій (зокрема, Спілка рекламистів України, ВГО «Українська Асоціація маркетингу», міжнародна рекламна компанія Saatchi&SaatchiUkraine, консалтингова агенція D&D, компанія SEO UA Master, міжнародна рекламна компанія BBDOUkraine, дослідна компанія «Українська маркетингова група», бренд-консалтингова компанія «Слідопит», ТОВ «Вікант» та багато інших);

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

- поширюються міжнародні зв'язки з закладами вищої освіти, зарубіжними установами та організаціями; зокрема, здійснюється співпраця з Університетом Центрального Ланкаширу UCLAN (м. Престон, Великобританія), Празьким інститутом підвищення кваліфікації (м. Прага, Чехія), Краківським економічним університетом (м. Краків, Польща), Техніко-гуманітарною академією (м. Бельсько-Бяла, Польща), Варненським економічним університетом (м. Варна, Болгарія), Талліннським університетом (м. Таллінн, Естонія). Кафедра маркетингу як структурний підрозділ КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямом К1 за укладеними угодами з: Університетом Парі Ест Кретеї (м. Париж, Франція), Бізнес-школою «Ауденсія» (м. Нант, Франція), Університетом Хоенхайм (м. Штутгарт, Німеччина). Завідувач кафедри проф. Ромат Є.В. проходив стажування та проводив навчальні заняття у рамках програми «Міжнародний бренд-менеджмент» літньої школи Талліннського університету (Естонія, Талліннський університет, 7-17 липня 2013 р. та 14-21 липня 2014 р.).

Викладачі кафедри пройшли підвищення кваліфікації за кордоном: доц. Чикусова М. Ю. (Великобританія), доц. Гурджиян К. В. (Чехія, Туреччина), доц. Підлісна О. В. (Польща), доц. Янковець Т. М. (Болгарія).

Таким чином, всі зауваження, висловлені експертною комісією під час попередньої акредитації підготовки магістрів зі спеціальності «Маркетинг», були усунені.

Висновок:

експертна комісія перевірила роботу кафедри маркетингу над зауваженнями, які отримано під час попередньої акредитації підготовки магістрів зі спеціальності «Маркетинг», і встановила, що рекомендації контрольних органів прийнято до уваги й проведено відповідні заходи з їх усунення. За період підготовки фахівців за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти зауважень (приписів) органів, що здійснюють контроль за дотриманням ліцензійних умов, а також скарг юридичних та фізичних осіб щодо освітньої діяльності навчального закладу за освітньою програмою, що акредитується, не було.

10. Опис внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності

Протягом останніх років відбулося перезавантаження Системи управління якістю КНТЕУ (функціонує з 2009 р.): інтегровано в єдину систему вимоги міжнародного стандарту ISO 9001:2015, Закону України «Про вищу освіту» та Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти в Європейському просторі.

Унікальною особливістю стала розробка внутрішніх стандартів вищої освіти КНТЕУ за всіма спеціальностями та спеціалізаціями першого, другого, третього рівнів вищої освіти відповідно до Національної рамки кваліфікацій, які складаються з наступних розділів: освітня програма; навчальний план; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

вимоги професійного стандарту (у разі їх наявності); додаткові вимоги (у разі потреби); процедура розробки і введення освітньої програми; підготовка до акредитації освітньої програми; особливості розробки освітніх програм іноземною мовою викладання; перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти.

Крім того, відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015, який набрав чинності в Україні в липні 2016 р., розроблено відповідний пакет документів СУЯ КНТЕУ – Настанову з якості, Політику в сфері якості, документовані процедури.

Згідно з діючими процедурами проведено навчання внутрішніх аудиторів, консультування відповідальних у підрозділах, що входять до СУЯ КНТЕУ, а також учасників процесів щодо особливостей функціонування Системи в умовах дії ДСТУ ISO 9001:2015.

Весь зазначений комплекс заходів дозволив вже на початку 2017 року – вперше в Україні серед вищих навчальних закладів – успішно пройти сертифікацію Системи управління якістю на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015.

Незалежний зовнішній аудит, проведений Національним органом із сертифікації в грудні 2016 р., підтвердив ефективність функціонування Системи управління якістю КНТЕУ (системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти) на відповідність вимогам ISO 9001:2015. Сертифікат про відповідність виданий українською, англійською, французькою та німецькою мовами.

Кафедра маркетингу відповідно до принципів та положень Системи управління якістю КНТЕУ проводить належним чином роботу для забезпечення якості освітньої програми, у тому числі здійснюються заходи щодо вдосконалення системи управління ЗВО за рахунок впровадження сучасних інформаційних технологій.

Висновок:

експертна комісія зазначає, що існуюча в Київському національному торговельно-економічному університеті внутрішня система забезпечення якості освітньої діяльності сприяє підвищенню якості підготовки фахівців за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти та відповідає державним вимогам до акредитації спеціальності.

11. Загальні висновки та пропозиції

На підставі поданих на акредитацію матеріалів та проведеної акредитаційної експертизи безпосередньо у Київському національному торговельно-економічному університеті експертна комісія дійшла висновку, що організаційне, навчально-методичне, кадрове, матеріально-технічне, інформаційне забезпечення, внутрішня система забезпечення якості та якість підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

відповідають встановленим акредитаційним вимогам та дозволяють забезпечити держану гарантію якості освіти.

Вважаємо за необхідне також висловити зауваження, які носять рекомендаційний характер і не впливають на позитивне рішення про акредитацію, але дозволять поліпшити якість підготовки фахівців:

- підвищити рівень науково-дослідної роботи кафедри маркетингу шляхом збільшення кількості публікацій викладачів та аспірантів у наукових виданнях, які індексуються у міжнародних наукометричних базах даних;

- активізувати підготовку викладачами кафедри підручників та навчальних посібників з дисциплін навчального плану за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», а також монографій за спорідненою науковою тематикою;


- продовжити роботу щодо розширення міжнародних зв'язків кафедри з закладами вищої освіти інших країн з метою запровадження наукових обмінів та стажувань викладачів та студентів.

Висновок:

експертна комісія вважає за необхідне акредитувати освітньо-професійну програму «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти у Київському національному торговельно-економічному університеті.


Голова експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету, доктор економічних наук, професор



С. В. Ковальчук

Члени експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктор економічних наук, професор


І. М. Буднікевич

професор кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету, доктор економічних наук, професор


О. І. Зайцева

З висновками експертної комісії ознайомлений:

Ректор Київського національного торговельно-економічного університету


А. А. Мазаракі

Голова експертної комісії




Ковальчук С. В.

**Порівняльна таблиця відповідності освітньої діяльності
Київського національного торговельно-економічного університету
Державним вимогам до акредитації освітньої програми «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»**

Назва показника (нормативу)	Норматив	Фактично	Відхилення (+, -)
1	2	3	4
Якісні характеристики підготовки фахівців			
1. Умови забезпечення державної гарантії якості вищої освіти	100	100	-
1.1. Виконання навчального плану за показниками: перелік навчальних дисциплін, години, форми контролю, %	100	100	-
1.2. Підвищення кваліфікації викладачів постійного складу за останні 5 років, %	100	100	-
1.3. Чисельність науково-педагогічних (педагогічних) працівників, що обслуговують спеціальність і працюють у навчальному закладі за основним місцем роботи, які займаються вдосконаленням навчально-методичного забезпечення, науковими дослідженнями, підготовкою підручників та навчальних посібників, %	100	100	-
2. Результати освітньої діяльності (рівень підготовки фахівців), не менше %			
2.1. Рівень знань студентів з гуманітарної та соціально-економічної підготовки:		Не передбачено навчальним планом	
2.1.1. Успішно виконані контрольні завдання, %	90		
2.1.2. Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50		
2.2. Рівень знань студентів з природничо-наукової (фундаментальної) підготовки:		Не передбачено навчальним планом	
2.2.1. Успішно виконані контрольні завдання, %	90		
2.2.2. Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50		
2.3. Рівень знань студентів зі спеціальної (фахової) підготовки:			
2.3.1. Успішно виконані контрольні завдання, %	90	100	+10

Голова експертної комісії

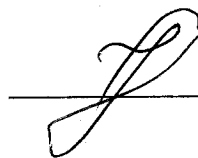


Ковальчук С. В.

1	2	3	4
2.3.2. Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50	51,0	+1,0
3. Організація наукової роботи			
3.1. Наявність у структурі навчального закладу наукових підрозділів	+	+	-
3.2. Участь студентів у науковій роботі (наукова робота на кафедрах та в лабораторіях, участь в наукових конференціях, конкурсах, виставках, профільних олімпіадах тощо)	+	+	-

Голова експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету, доктор економічних наук, професор



С. В. Ковальчук

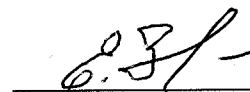
Члени експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктор економічних наук, професор



І. М. Буднікевич

професор кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету, доктор економічних наук, професор



О. І. Зайцева

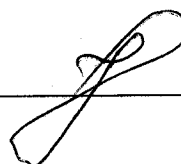
З висновками експертної комісії ознайомлений:

Ректор Київського національного торговельно-економічного університету



А. А. Мазаракі

Голова експертної комісії




Ковальчук С. В.

ДЕКЛАРУВАННЯ
про дотримання ліцензійних умов у сфері вищої освіти у Київському
національному торговельно-економічному університеті
за освітньою програмою «Маркетинг»
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Найменування показника (нормативу)	Значення показника (нормативу)	Фактичне значення показника	Відхилення фактичного значення показника від нормативного
1	2	3	4
Кадрові вимоги щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти			
1.Наявність у закладі освіти підрозділу чи кафедри, відповідальних за підготовку здобувачів вищої освіти	+	+	-
2. Проведення лекцій з навчальних дисциплін науково-педагогічними (науковими) працівниками відповідної спеціальності за основним місцем роботи (мінімальний відсоток визначеної навчальним планом кількості годин):			
1) які мають науковий ступінь та/або вчене звання (до 6 вересня 2019 р. для початкового рівня з урахуванням педагогічних працівників, які мають вищу категорію)	50	100	+50
2) які мають науковий ступінь доктора наук або вчене звання професора	25	40,5	+15,5
3) які мають науковий ступінь доктора наук та вчене звання			
3.Проведення лекцій з навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей, науково-педагогічними (науковими) працівниками, які є визнаними професіоналами з досвідом роботи за фахом (мінімальний відсоток визначеної навчальним планом кількості годин):			
1) дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом	15	43,9	+28,9
2) практичної роботи за фахом			

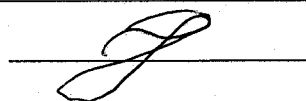
Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

1	2	3	4
4. Проведення лекцій, практичних, семінарських та лабораторних занять, здійснення наукового керівництва курсовими, дипломними роботами (проектами), дисертаційними дослідженнями науково-педагогічними (науковими) працівниками, рівень наукової та професійної активності кожного з яких засвідчується виконанням не менше чотирьох умов, зазначених у пункті 30	підпункти 1-18 пункту 30	+	-
5. Наявність випускової кафедри із спеціальної (фахової) підготовки, яку очолює фахівець відповідної або спорідненої науково-педагогічної спеціальності:			
1) з науковим ступенем доктора наук та вченим званням			
2) з науковим ступенем та вченим званням	+	+	-
3) з науковим ступенем або вченим званням			
6. Наявність трудових договорів (контрактів) з усіма науково-педагогічними працівниками та/або наказів про прийняття їх на роботу	+	+	-
Технологічні вимоги щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти			
1. Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів (кв. метрів на одну особу для фактичного контингенту студентів та заявленого обсягу з урахуванням навчання за змінами)	2,4	3,6	+1,2
2. Забезпеченість мультимедійним обладнанням для одночасного використання в навчальних аудиторіях (мінімальний відсоток кількості аудиторій)	30	41	+11
3. Наявність соціально-побутової інфраструктури:			
1) бібліотеки, у тому числі читального залу	+	+	-
2) пунктів харчування	+	+	-
3) актового чи концертного залу	+	+	-
4) спортивного залу	+	+	-

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

1	2	3	4
5) стадіону та/або спортивних майданчиків	+	+	-
6) медичного пункту	+	+	-
4. Забезпеченість здобувачів вищої освіти гуртожитком (мінімальний відсоток потреби)	70	88	+18
5. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями, лабораторіями, полігонами, обладнанням, устаткуванням, необхідними для виконання навчальних планів	+	+	-
Технологічні вимоги щодо навчально-методичного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти			
1. Наявність опису освітньої програми	+	+	-
2. Наявність навчального плану та пояснювальної записки до нього	+	+	-
3. Наявність робочої програми з кожної навчальної дисципліни навчального плану	+	+	-
4. Наявність комплексу навчально-методичного забезпечення з кожної навчальної дисципліни навчального плану	+	+	-
5. Наявність програми практичної підготовки, робочих програм практик	+	+	-
6. Забезпеченість студентів навчальними матеріалами з кожної навчальної дисципліни навчального плану	+	+	-
7. Наявність методичних матеріалів для проведення атестації здобувачів	+	+	-
Технологічні вимоги щодо інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти			
1. Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді	не менш як шість найменувань	29	+23
2. Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти)	+	+	-

Голова експертної комісії

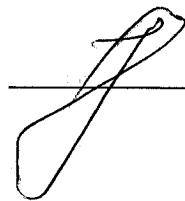


Ковальчук С. В.

1	2	3	4
3. Наявність офіційного веб-сайту закладу освіти, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація)	+	+	-
4. Наявність електронного ресурсу закладу освіти, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану, в тому числі в системі дистанційного навчання (мінімальний відсоток навчальних дисциплін)	60	100	+40

Голова експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету, доктор економічних наук, професор



С. В. Ковальчук

Члени експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктор економічних наук, професор



І. М. Буднікевич

професор кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету, доктор економічних наук, професор



О. І. Зайцева

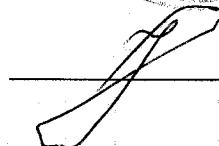
З висновками експертної комісії ознайомлений:

Ректор Київського національного торговельно-економічного університету




А. А. Мазаракі

Голова експертної комісії



Ковальчук С. В.

Зведені результати перевірки комплексних контрольних робіт (при проведенні акредитаційної експертизи) студентів за освітньою програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

Назви дисциплін, за якими проводиться контроль	Курс, група	Чисельність студентів, осіб	Виконували ККР		3 нин одержали оцінки:										Абсолютна успішність, %		Якісна успішність, %		Самоаналіз		Відхилення	
			осіб	%	«5»		«4»		«3»		«2»		Абсолютна	Якісна	Абсолютна	Якісна	Абсолютна	Якісна	Абсолютна	Якісна		
					осіб	%	осіб	%	осіб	%	осіб	%										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19				
1. Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки																						
Не передбачено навчальним планом																						
2. Цикл природничо-наукової підготовки																						
Не передбачено навчальним планом																						
3. Цикл професійної та практичної підготовки																						
Маркетинговий аналіз	2, 2м	32	32	100,0	6	18,7	11	34,4	15	46,9	-	-	100,0	53,1	100,0	50,0	-	-	-3,1			
Публічні закупівлі	2, 2м	32	32	100,0	5	15,6	11	34,4	16	50,0	-	-	100,0	50,0	100,0	53,1	-	-	+3,1			
Маркетинг інновацій	2, 2м	32	32	100,0	3	9,4	13	40,6	16	50,0	-	-	100,0	50,0	100,0	50,0	-	-	-			

Голова експертної комісії




Ковальчук С. В.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Разом		96	96	100,0	14	14,6	35	36,4	47	49,0	-	-	100,0	51,0	100,0	51,0	-	-

Голова експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу і торговельного підприємництва
Хмельницького національного університету, доктор економічних
наук, професор


С. В. Ковальчук

Члени експертної комісії:

завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального
розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія
Федьковича, доктор економічних наук, професор



І. М. Буднікевич


професор кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського
національного технічного університету, доктор економічних
наук, професор


О. І. Зайцева

З висновками експертної комісії ознайомлений:

Ректор Київського національного
торговельно-економічного університету


А. А. Мазаракі



Голова експертної комісії


Ковальчук С. В.