

ЕКСПЕРТНІ ВИСНОВКИ

*з акредитаційної експертизи
підготовки фахівців освітнього рівня магістр
за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг»
спеціальності - 075 «Маркетинг»,
галузі знань - 07 «Управління та адміністрування»
в Одеському національному економічному університеті*

Згідно з наказом Міністерства освіти і науки України від 06.09.2018р. № 1401-л та 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 освітньо-професійної програми «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти в Одеському національному економічному університеті створена експертна комісія Міністерства освіти і науки України у складі:

Голова експертної комісії:

Ромат Євгеній Вікторович

доктор наук з державного управління,
професор, завідувач кафедри маркетингу
та реклами Київського національного
торгово-економічного університету

Член експертної комісії:

Тараненко Ірина Всеволодівна

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародного
маркетингу Вищого навчального закладу
«Університет імені Альфреда Нобеля»

безпосередньо в навчальному закладі в період з 11.09.2018 по 13.09.2018 р. розглянула подану Одеським національним економічним університетом акредитаційну справу та провела експертне оцінювання відповідності освітньої діяльності цього навчального закладу державним вимогам щодо підготовки фахівців за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

Під час проведення акредитаційної експертизи комісія перевірила достовірність інформації, поданої органу ліцензування разом з заявою, а також фактичний стан кадрового, навчально-методичного, матеріально-технічного, інформаційного забезпечення Одеського національного економічного

Голова комісії



Ромат Є.В.

університету та його відповідності вимогам чинного законодавства.

За результатами перевірки комісія встановила:

1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТА СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

Одеський національний економічний університет – один із найстаріших вищих навчальних закладів економічного профілю на Півдні України. Університет був заснований у 1921 році з метою підготовки висококваліфікованих фахівців з економіки, проведення досліджень усього спектру економічних проблем.

З моменту створення і до сьогодні університет витримав декілька перетворень: Одеський інститут народного господарства (1921р.), Одеський кредитно-економічний інститут (1931р.), Одеський інститут народного господарства (1966 р.). 13 серпня 1993 року Постановою Кабінету Міністрів України на базі Одеського інституту народного господарства створено Одеський державний економічний університет (ОДЕУ), відповідно до Указу Президента України від 11 листопада 2011 р. №1041/2011, – Одеський національний економічний університет (ОНЕУ).

Із початку ХХ століття університет робить важливий внесок у розвиток освіти і науки на теренах України та за її межами, був і залишається піонером у становленні багатьох пріоритетних напрямів сучасної науки й університетської освіти, є невід'ємною частиною світової та європейської університетських спільнот, підтримуючи постійні стосунки з такими міжнародними організаціями, як Fulbright program, British Council, Open Society Institute, ACCELS, AISEC, IREX, DAAD, «Альянс Франсез», Фонд Ромуальдо дель Б'янко (Італія), Гете інститут, USID та ін. У 2010 році університет приєднався до навчальних закладів, які підписали у Болонії Велику Хартію Університетів. Зростає кількість викладачів та студентів – учасників програм мобільності, випускові кафедри залучаються до участі в міжнародних програмах та проектах, поширюється викладання дисциплін англійською мовою, випускається науковий збірник університету англійською мовою, проводяться на базі університету Європейські студії, міжнародні наукові конференції. У 2016 році відкрито інформаційний центр Євросоюзу.

Ураховуючи інтереси регіону, університет здійснює підготовку фахівців за 4 галузями знань, 9 спеціальностями та 18 освітніми програмами професійного спрямування бакалаврського рівня, 9 спеціальностями та 19 освітніми програмами професійного спрямування магістерського рівня на очній та заочній формах навчання.

Навчально-виховний процес в університеті забезпечують 5 факультетів 22 кафедри, в тому числі 17 випускових. В структурі університету функціонують 2 навчальних центра із заочної та вечірньої підготовки студентів, а також інші структурні підрозділи, які забезпечують високу якість підготовки фахівців – Центри бізнес освіти та підвищення кваліфікації, підвищення якості освіти, сучасних освітніх технологій, інформаційний центр Євросоюзу, інформаційно-обчислювальний центр.

Незважаючи на складне демографічне становище в Україні загалом, на сьогодні за всіма напрямками та спеціальностями в університеті (за денною, заочною та вечірньою формами навчання) вищу освіту здобувають 3492 студента, із них 107 студентів – із зарубіжжя.

В аспірантурі за 9 науковими спеціальностями навчається 62 аспіранта, 38 здобувачів, у докторантурі за 4-ма науковими спеціальностями навчається 8 докторантів.

Університет користується високим авторитетом серед молоді, про що свідчить рейтингові показники ОНЕУ. За результатами вступної кампанії 2017р. конкурс на одне бюджетне місце становив 30,59 заяв, середній бал ЗНО на бюджетну форму навчання складав 175,55 балів, на контрактну форму – 144,78 балів.

Навчальний процес в університеті реалізується кваліфікованим складом науково-педагогічних працівників, який налічує 354 викладачів. Серед викладачів університету 72,4% мають наукові ступені та вчені звання, в тому числі 10,3% докторів наук, професорів. Середній вік викладача університету складає 46 рік, професора – 59 років, доцента – 50 років.

За результатами рейтингової оцінки Міністерства освіти і науки України, інших міжнародних організацій, а також за підсумками діяльності серед гуманітарних закладів та ЗВО університет стабільно входить до когорти лідерів.

Ректором Одеського національного економічного університету є Зверяков Михайло Іванович, – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, заслужений діяч науки і техніки України. Посідає цю посаду з 2000 року. Закінчив у 1975 році Одеський інститут народного господарства. В 1980 р. захистив кандидатську дисертацію. Працював в інституті асистентом, викладачем, доцентом кафедри. З 1988 по 1992 р. – проректор з міжнародних зв'язків і навчальної роботи з іноземними студентами. З 1992 по 1995 р. – докторант інституту. З 1994 по 1996р. – наукова праця від фонду А. Гумбольдта в університеті м. Кельна (ФРН). У 1996 році захистив докторську дисертацію. З 1997 по листопад 1998 працював начальником управління банку «Україна», а з листопада 1998 – першим заступником директора банку «Україна» по Одеській області.

Копії документів, що засвідчують рівень освіти, кваліфікації та громадянство ректора Одеського національного економічного університету додаються.

Випусковою кафедрою зі спеціальності 075 «Маркетинг» є кафедра «Маркетингу», що була створена відповідно до наказу ректора № 50 від 12 червня 2003 року в результаті відокремлення кафедри економіки і управління туризму.

З вересня 2012 року кафедру маркетингу очолює доктор економічних наук Литовченко Ірина Львівна.

Підготовка магістрів у сфері маркетингу здійснюється за спеціальністю 075 «Маркетинг» за ОПП «Стратегічний маркетинг». Станом на 2017-2018 навчальний рік ліцензійний обсяг спеціальності складає 100 осіб, з яких 60 – денна форма навчання, 15 – очна (вечірня) форма навчання, 25 – заочна форма навчання.

Підготовку магістрів ОПП «Стратегічний маркетинг» здійснюють 2 кафедри, а саме: випускова кафедра маркетингу, кафедра загальної економічної теорії та економічної політики.

Комісія констатує:

- звіт про діяльність за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти представлений в повному обсязі та відповідає існуючим вимогам і критеріям, відображає стан роботи навчального закладу;

- університет має повний комплект нормативно-правових документів в оригіналі, що підтверджують його право на провадження діяльності у сфері вищої освіти, що відповідає вимогам щодо акредитації освітньо-професійних програм в цілому та освітньо-професійної програми «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, зокрема.

2. ФОРМУВАННЯ КОНТИНГЕНТУ СТУДЕНТІВ

Для формування якісного складу студентів і підготовки молоді до вступу у заклад вищої освіти, в ОНЕУ створено центр підвищення якості освіти та центр сучасних освітніх технологій. Щорічно розробляється план заходів із профорієнтаційної роботи та правила вступної кампанії, які затверджуються на засіданні Вченої ради університету. На підставі рішення Вченої ради деканати факультетів та випускові кафедри університету розробляють плани профорієнтаційної роботи.

Профорієнтаційна робота здійснюється шляхом передач на телебаченні; проведення зустрічей деканів з абітурієнтами в коледжах, технікумах, гімназіях, ліцєях, школах та роз'яснення правил прийому до ЗВО, проведення «Дня відкритих дверей».

З метою стимулювання потенційних абітурієнтів до вступу у магістратуру на освітньо-професійну програму «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності «Маркетинг» працівники кафедри протягом всього навчального року проводять відповідну роз'яснювальну роботу. Її основними формами є відвідування інших ВНЗ міста; виступи у передачах місцевих каналів телебачення і радіо; публікація статей і повідомлень у місцевій пресі. Кафедра щорічно організовує міжнародний конкурс студентських робіт «Реклама-фест». Спільно з Спілкою рекламистів України щорічно проводиться сертифікація студентів другого рівня освіти зі спеціальності «Маркетинг» з дисципліни «Рекламний менеджмент».

Регулярно оновлюється сторінка випускової кафедри на сайті університету, розроблено презентацію спеціальності «Маркетинг», підготовлено рекламний буклет, якій містить найбільш важливу для майбутніх магістрів інформацію про дану спеціальність: перелік конкурсних предметів, спеціальних дисциплін, що викладаються студентам спеціальності «Маркетинг», характеристика первинних посад, які можуть обіймати випускники. Розроблено та створено сайт кафедри маркетингу, на якому постійно розміщується інформація щодо спеціальності та роботи кафедри, проводяться on-line маркетингові дослідження майбутніх абітурієнтів.

Формування контингенту студентів за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітнього рівня «Магістр» наведено у таблиці 2.

**Показники формування контингенту студентів другого
магістерського ступеня спеціальності 075"Маркетинг"**

№ п/п	Показник	Роки	
		2016	2017
1	Ліцензований обсяг підготовки (осіб)	100	100
2	Прийнято на навчання, всього (осіб) :	27	43
	• очна (денна) форма	15	21
	• в т.ч. за держзамовленням:	15	10
	• очна (вечірня) форма	4	0
	• заочна форма	8	22
	• в т.ч. за держзамовленням	5	1
	• з якими укладені договори на підготовку	8	32
3	Подано заяв за формами навчання	40	51
	• очна (денна) форма	19	27
	• очна (вечірня) форма	5	0
	• заочна форма	16	24
4	Конкурс абітурієнтів на місця держзамовлення		
	• очна (денна) форма	1,26	2,7
	• очна (вечірня) форма	—	—
	• заочна форма	3,2	24,0
5	Контингент студентів (осіб)	27	69
	• очна (денна) форма	15	37
	• в т.ч. за держзамовленням:	15	25
	• очна (вечірня) форма	4	3
	• заочна форма	8	29
	• в т.ч. за держзамовленням	5	6
7	Підготовлено магістрів за освітньою програмою "Стратегічний маркетинг" (осіб)	-	19
	• очна (денна) форма	-	12
	• в т.ч. за держзамовленням:	-	12
	• очна (вечірня) форма	-	3
	• заочна форма	-	4
	• в т.ч. за держзамовленням	-	3



В цілому експертна комісія відзначає, що формування контингенту здобувачів вищої освіти проводиться відповідно до встановлених вимог з дотриманням ліцензійного обсягу прийому.

3. ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

Підготовка студентів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти здійснюється у відповідності до освітньо-професійної програми (ОПП) другого рівня вищої освіти.

Відповідно до листа Міністерства освіти і науки України №1/9 – 239 від 28.04.2017 р. групою забезпечення спеціальності 075 «Маркетинг» розроблено ОПП магістра “Стратегічний маркетинг» у відповідності до освітньо-професійної програми (ОПП) другого рівня вищої освіти.

Відповідно до листа Міністерства освіти і науки України №1/9 – 239 від 28.04.2017 р. проектною групою розроблено ОПП магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг». ОПП затверджено Вченою радою Одеського національного економічного університету від 11 липня 2017 року, протокол № 10.

Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня магістр загальним обсягом 90 кредитів ЄКТС передбачає оволодіння студентами 14 навчальними дисциплінами, проходження міждисциплінарного тренінгу та виробничої практики за фахом, а також проведення підсумкової атестації у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи.

Навчання студентів здійснюється за навчальними планами, які складені на підставі освітньо-професійної програми підготовки магістрів. Навчальні плани узгоджені і затверджені у встановленому порядку.

Структура програми передбачає оволодіння поглибленими знаннями щодо стратегічного управління маркетинговою діяльністю.

Обов'язкова частина навчального плану має обсяг 43 кредитів ЄКТС (47,8,0%) і включає 3 дисципліни циклу загальної підготовки (9 кредитів), 7 дисциплін циклу професійної підготовки (34 кредитів). На міждисциплінарний тренінг (3 кредити), виробничу практику (12 кредитів), підготовку кваліфікаційної роботи (6 кредитів) та її захист (3 кредити) припадає 26,7% від загального обсягу кредитів. Вибіркова частина навчального плану має обсяг 23 кредити ЄКТС (25,5%) і складається з двох пакетів дисциплін професійної підготовки, один з яких обирається студентами для вивчення.

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Стратегічний маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи магістра та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр з маркетингу.

Одеським національним економічним університетом розроблено форми і методи контролю знань студентів та критерії оцінювання. Вони встановлюються чинним «Положенням про порядок оцінювання знань студентів ОНЕУ». Положення затверджено Вченою радою ОНЕУ, протокол № 8 від 25.05.2016 р.

Комісія констатує:

- освітньо-професійна програма «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», що акредитується, забезпечена відповідними документами (освітньо-професійною програмою, розробленою проектною групою та затвердженою Вченою радою ОНЕУ, та відповідними навчальними планами), які визначають зміст підготовки фахівців;

- зміст підготовки фахівців за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, а також оцінювання та контроль знань студентів в ОНЕУ відповідають державним вимогам щодо акредитації.

4. КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ

Експерти перевірили на місці наявність трудових книжок та достовірність записів щодо працевлаштування викладачів, які забезпечують навчальний процес за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». Комісія встановила, що професорсько-викладацький склад, який здійснює підготовку фахівців за освітнім рівнем магістр в Одеському національному економічному університеті формується у відповідності з акредитаційними вимогами щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти.

В якісному складі науково-педагогічних працівників випускової кафедри, які забезпечують навчальний процес підготовки магістрів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями становить 92,1%.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 «Про затвердження Ліцензійних умов впровадження освітньої діяльності в закладах освіти» в ОНЕУ було створено групу забезпечення спеціальності. У 2016 р. на кафедрі було створено групу забезпечення спеціальності, яка взяла на себе відповідальність за якісне впровадження освітньої діяльності за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг». Керівником групи забезпечення, гарантом освітньої програми зі спеціальності «Маркетинг» призначено завідувача кафедри, доктора економічних наук, професора Литовченко Ірину Львівну.

Завідувач кафедри доктор економічних наук, професор Литовченко Ірина Львівна має загальну кількість наукових та навчально-методичних публікацій – більш ніж 150 (включаючи монографії, статті, матеріали конференцій та навчальні посібники). Має велику кількість статей, що розміщені в міжнародних наукометричних базах даних (h-індекс в Google Scholar склав в травні 2018 г. – 8,

індекс цитування в Scopus – 2). Приймала активну участь в науковій співпраці з колегами з таких країн, як Білорусь, Росія, США, Польща, Литва, Німеччина, Кіпр та ін. Наукові праці д.е.н., професора Литовченко І.Л. опубліковано за кордоном – в Болгарії, Білорусі, Росії, Китаї. Є членом редакційної колегії міжнародного журналу Export Marketing (IExportM).

Постійно підвищує свій професійний рівень шляхом навчання на тренінгах та участі в міжнародних освітньо-тренінгових програмах. Пройшла навчання і має сертифікати за Програмою «Tacis» (480 годин за курсом «Загальний менеджмент і маркетинг для викладачів», 1996 г.); менеджмент-тренера за Програмою «Ost-West Management Training», Німеччина (з 05.1999 по 11.2000); сертифікати про участь у роботі семінарів, організованих Консорціумом з Вдосконалення бізнес-освіти в Україні (CEUME) у 2001-2002 роках; сертифікат про проходження навчання за програмою «ESIDEC» (Франція) в частині вивчення методів маркетингу (2005 р.)

Брала участь в Дворівневій навчальній програмі з е-комерції для обслуговування інформаційного суспільства в Росії, Україні та Ізраїлі 516813-TEMPUS-1-2011-1-LTTEMPUS-JPCR, в розробці навчального модулю «Інтернет-маркетинг», тривалість проекту з 15 жовтня 2011 по 14 жовтня 2014. Має Сертифікат про проходження навчання в рамках цієї програми (Литва, Вільнюс, ВТУ Гідемінуса, 2014 р.).

Брала участь в розробці більш ніж 50 науково-дослідних тем, в тому числі як науковий керівник.

Одна з перших серед вітчизняних маркетологів почала досліджувати та теоретично обґрунтовувала використання можливостей глобальної інформаційно-комунікаційної мережі (Інтернету) та інформаційних технологій в маркетинговій діяльності, запропонувала концепцію Інтернет-маркетингу та методологію її практичного застосування. Підготувала перший в Україні навчальний посібник з грифом МОН України з проблематики використання інформаційно-комунікаційних технологій в маркетингу «Інтернет-маркетинг» (Київ, Центр учбової літератури, 2008), яке було доповнено та вдосконалено в 2011 году – «Інтернет-маркетинг» (Київ, Центр учбової літератури, 2011)

Веде науково-педагогічну діяльність з підготовки наукових кадрів. Під її керівництвом підготовлено 3 кандидатські дисертації.

З 2014 по 2016 рік була членом Спеціалізованої Ради ОНЕУ за спеціальністю 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Є головою групи забезпечення спеціальності «Маркетинг».

З 2016 р. є членом науково-методичної підкомісії МОН України зі спеціальності 075 «Маркетинг», в складі якої розробляє стандарти вищої освіти із відповідної спеціальності за першим, другим та третім рівнями освіти.

Крім випускової кафедри в підготовці магістрів з маркетингу беруть участь викладачі спеціалізованої кафедри університету: «Загальної економічної теорії та економічної політики».

Всі викладачі кафедри мають базову освіту, яка відповідає змісту навчальних дисциплін, що викладаються.

Науково-педагогічна спеціальність викладачів в цілому відповідає дисциплінам, які вони викладають. Рівень кадрового забезпечення відповідає

вимогам акредитації.

Частка науково-педагогічних працівників з науковим ступенем кандидата економічних наук та/або вченим званням відповідної спеціальності за основним місцем роботи, які забезпечують проведення лекцій з навчальних дисциплін для магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» складає 92,1 при нормативі 50% (відхилення від норми +42,1%).

Частка науково-педагогічних працівників, що мають науковий ступінь доктора наук та вчене звання професора відповідної спеціальності за основним місцем роботи, які забезпечують проведення лекцій з навчальних дисциплін для магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» складає 35,8% при нормативі 25% (відхилення від нормативу +10,8%).

Середньорічне педагогічне навантаження викладачів у 2017-2018 н. р. становить 600 годин.

Загальна кількість дисциплін на одного викладача не більше п'яти, що відповідає вимогам Ліцензійних умов надання освітніх послуг у сфері вищої освіти.

Усі викладачі, які працюють на кафедрі, за останні 5 років підвищували свою кваліфікацію у різних формах.

Таким чином, педагогічна та наукова кваліфікація викладацького складу університету і кафедри маркетингу сприяє належній підготовці студентів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» другого магістерського ступеня.

Комісія констатує:

- кадровий склад викладачів, які забезпечують підготовку фахівців за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, їх наукова та педагогічна кваліфікація відповідають вимогам МОН України.

- науково-педагогічний склад кафедри маркетингу повністю відповідає вимогам щодо акредитації освітньо-професійної програми.

5. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

Експертна комісія перевірила документи, що засвідчують право володіння Одеського національного економічного університету навчальними корпусами та гуртожитками. Університет має 7 (сім) власних навчальних корпусів з 140 аудиторіями на 7 324 посадкових місць. Загальна площа приміщень що використовується у навчальному процесі складає 70 287,44 м²

До послуг студентів – 3 гуртожитки загальною площею 22 383,4 м², їдальні та буфети загальною площею 519,25 м², 1 медичний пункт та 3 медичних кабінети загальною площею 46 м², спортивний зал, спортивні майданчики та тренажерні кімнати, бібліотека з читальними залами площею 1 508,8 м², спортивно-оздоровчий табір площею 2 700,0 м². Санітарно-технічний стан навчальних корпусів та гуртожитків задовільний.

Забезпеченість студентів гуртожитком становить 100% від потреби.

Голова комісії



Роман С.В.

Навчальні аудиторії кафедри обладнані мультимедійною технікою. Загальна кількість мультимедійних проекторів складає 93 шт.

Навчальна площа аудиторних та навчально-лабораторних приміщень відповідає вимогам МОН України – 2,4 м² і складає у розрахунку на одного студента денної форми навчання.

$$15\ 640 / 2\ 815 = 5,6\ \text{м}^2$$

В університеті створено локальну мережу, що об'єднує усі навчальні корпуси та має вихід на глобальну мережу Інтернет.

Студенти, що отримують підготовку за освітнім ступенем магістра з ОПП «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», мають змогу у повному обсязі користуватись загальноуніверситетськими ресурсами.

Для вивчення іноземних мов функціонують лінгафонні кабінети.

Тиражування навчально-методичної літератури, та організаційно-інструктивних матеріалів відбувається у відділі оперативної поліграфії.

Для збереження теплоенергетичних витрат встановлено теплові та газові лічильники відповідно до постанови КМУ.

Для освоєння охорони праці проводиться інструктаж працівників відповідно до Закону України «Про охорону праці». Розроблено за участю профспілок інструкції з безпеки праці та пожежної безпеки.

Частка занять, які проводяться з використанням комп'ютерної техніки від загальної кількості семінарських (практичних) занять – 90%. Частка курсових робіт, які виконуються з використанням комп'ютерної техніки – 100%.

Навчальне програмне забезпечення кафедри включає програмний комплекс «Парус Менеджмент», програмний комплекс «Бест-Маркетинг», програмний комплекс «SPSS», навчальну програму «ПЗ СУПр «SteERP»».

Санітарно-технічний стан навчальних корпусів та гуртожитків задовільний.

Комісія констатує:

- стан матеріально-технічного забезпечення відповідає критеріям та вимогам щодо акредитації;
- в університеті створено достатні умови для навчання, побуту та відпочинку студентів.

Матеріально-технічна база дозволяє повною мірою забезпечити навчальний процес з підготовки фахівців за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

6. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

Перевірка методичного забезпечення навчального процесу підготовки магістрів свідчить, що усі дисципліни навчального плану мають навчально-методичні комплекси (НМК) у друкованому та комп'ютерному вигляді, до складу яких входять:

- робочі програми;
- конспекти лекцій;
- плани практичних занять;
- методичні вказівки та завдання до самостійної роботи студентів;

- методичні вказівки та пакети контрольних завдань для поточного та підсумкового контролю знань студентів.

У всіх робочих програмах передбачено наявність необхідних розділів: мета і завдання дисципліни, тематичний план, зміст програми за темами, плани практичних (семінарських) занять, завдання для самостійної роботи студентів, критерії оцінок, рекомендована література.

Навчально-методичний комплекс кожної дисципліни підготовки магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг», забезпечений методичними матеріалами на 100%.

Методичне забезпечення викладання дисциплін в цілому має відповідні обсяги та тиражі.

Кваліфікаційні роботи магістрів виконуються за тематикою, що затверджена на кафедрі, на матеріалах реальної організації. Випусковою кафедрою розроблені відповідні методичні вказівки для виконання кваліфікаційних робіт для студентів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

Практична підготовка магістрів здійснюється відповідно до навчальних планів за програмами практики, розробленими на кафедрі маркетингу. З усіма підприємствами, де проходять практику студенти, укладені і юридично оформлені відповідні угоди.

Організація самостійної роботи студентів здійснюється відповідно до «Положення про організацію самостійної роботи в Одеському національному економічному університеті», (затверджено Вченою радою університету, протокол № 3 від 29.11.2011р.). Навчальний час, відведений для самостійної роботи студента, визначається навчальним планом і становить для магістрів 2/3 загального обсягу навчального часу, відведеного для вивчення певної дисципліни.

Кожна дисципліна має комплект комплексних контрольних робіт у 30 варіантах. Зміст ККР: 20 тестів та практичне завдання.

За останні 5 років науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу видано 25 навчальних посібників, рекомендованих рішенням Вченої ради ОНЕУ, що використовуються під час підготовки магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Комісія констатує:

- фахову підготовку магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» забезпечено на 100% навчально-методичними матеріалами у відповідності до вимог МОН України.

Навчально-методичне забезпечення навчального процесу підготовки студентів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти відповідає вимогам щодо акредитації.

7. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основним джерелом інформаційного забезпечення є власна бібліотека Одеського національного економічного університету.

Бібліотека університету має загальну площу 1508,8 м², у т. ч. для зберігання фондів – 715,22 м², для обслуговування читачів – 684,73 м².

Матеріальна база бібліотеки становить:

- обсяг фондів навчальної, наукової літератури – 415492 примірника;
- обсяг електронних видань – 426;
- кількість абонементів – 5;
- кількість читальних залів – 10;
- кількість місць для читачів – 335.

Співвідношення посадкових місць у власних читальних залах до загальної чисельності студентів становить: $335 / 3585 * 100 = 9,34 \%$, що відповідає нормативному значенню.

Студенти та викладачі мають можливість доступу до мережі Інтернет як джерела інформації. Кількість комп'ютерів, які мають доступ до мережі Інтернет – 550. Діє 28 автоматизованих робочих місць, у т. ч. 16 – для співробітників і 12 – для читачів.

Телекомунікаційна мережа бібліотеки підключена до локальної мережі університету та Інтернету. Є доступ до каталогу бібліотеки через Інтернет.

У базі даних електронного каталогу 244,04 тис. бібліографічних описів документів; окремо ведуться бази даних періодики, дисертацій, авторефератів, тощо; 22 707 записів містить електронна картотека статей. В репозитарії бібліотеки розміщено більш ніж 2 500 публікацій.

Кафедра формує свій фонд інформаційного забезпечення навчальних дисциплін. Зокрема, у лабораторії кафедри є в наявності навчальні посібники, опорні конспекти за усіма навчальними дисциплінами, у тому числі на електронних носіях.

Забезпеченість навчальною літературою відповідає встановленим вимогам.

Список фахових періодичних видань, які є в бібліотеці ОНЕУ та читальних залах, відповідає потребам навчання магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Комісія констатує:

фахову підготовку магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» забезпечено на 100% підручниками та навчальними посібниками у відповідності до вимог МОН України.

Інформаційне забезпечення навчального процесу відповідає вимогам щодо акредитації підготовки магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

8. ЯКІСТЬ ПІДГОТОВКИ ВИПУСКНИКІВ

В Одеському національному економічному університеті розроблено і діє «Положення про порядок оцінювання знань студентів ОНЕУ» (протокол № 8 від 25.05.2016 р).

Результати контролю знань за підсумками екзаменаційних сесій магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» свідчать, що здобувачам вищої освіти надається достатній рівень теоретичних знань і практичних навичок з дисциплін робочого навчального плану.

Показники успішності здобувачів вищої освіти за результатами останньої перед акредитацією екзаменаційної сесії відповідають акредитаційним вимогам.

З метою перевірки якості підготовки здобувачів освітнього ступеня «магістр» за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» викладачами відповідних кафедр було розроблено завдання комплексних контрольних робіт з дисциплін циклу загальної та професійної підготовки, які склалися з теоретичної частини (закритих тестів) та практичної частини (розрахункових завдань). Пакети завдань рекомендовані відповідними кафедрами та прорецензовані членами групи із забезпечення спеціальності.

Викладачами відповідних кафедр було проведено комплексні контрольні роботи згідно з затвердженим графіком. Заміри знань здобувачів освітнього ступеня магістр за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» з дисциплін загальної підготовки, що були проведені після сесії, такі: абсолютна успішність склала 100 %, якість успішності – 66,67%. З дисциплін професійної підготовки результати такі: абсолютна успішність склала 100 %, якість успішності – 82,33 %. Разом за циклами якість успішності – 74,5%.

В ході акредитаційної експертизи в університеті були проведені заміри залишкових знань студентів із дисциплін загальної та професійної підготовки (наказ ОНЕУ №77 від 7 вересня 2018 р.) у період з 11.09.2018 р. по 13.09.2018 р.

За участю експертів було проведено контрольний замір знань з таких навчальних дисциплін: «Рекламний менеджмент», «Товарна інноваційна політика», «Брендинг», «Глобальна економіка» (додаток А). Отримані під час перевірки результати якості підготовки здобувачів освітнього ступеня магістр такі:

- з дисциплін загальної підготовки – абсолютна успішність склала 100 %, якість успішності – 61,9%;

- з дисциплін професійної підготовки результати такі: абсолютна успішність склала 100 %, якість успішності – 77,77 %.

Розбіжність між результатами перевірки знань студентів при акредитаційній експертизі і встановленими нормативами знаходяться в допустимих межах, що дає підставу зробити висновок про відповідність якості підготовки фахівців акредитаційним вимогам.

Показники залишкових знань студентів наведені у Додатках А, Б.

Під час акредитаційної експертизи було перевірено 7 кваліфікаційних робіт магістрів. Перевірені роботи виконані на актуальні теми. Результати експертної оцінки кваліфікаційних робіт магістрів представлені в таблиці 3.

Таблиця 3

Підсумки оцінювання експертами якості кваліфікаційних робіт магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»

№ п/п	Курс	Шифр академічної групи	Прізвище, ініціали студента	Оцінка	
				на захисті кваліфікаційної роботи	за експертною перевіркою
1	2	3	4	5	6
1	6	65	Анцупова М.Л.	Відмінно (5)	Відмінно (5)
2	6	65	Матчина В.В.	Відмінно (5)	Відмінно (5)

1	2	3	4	5	6
3	6	65	Сисоєва А.В.	Відмінно (5)	Відмінно (5)
4	6	65	Киркілан Є. В.	Відмінно (5)	Відмінно (5)
5	6	65	Коваленко А.С	Відмінно (5)	Відмінно (5)
6	6	65	Неупокоева К.М.	Добре (4)	Добре (4)
7	6	65	Озмитель Ю.І.	Добре (4)	Добре (4)
Середній бал				4,71	4,71
Відхилення					не має

Розбіжності в результатах перевірки і оцінки кваліфікаційних робіт магістрів не виявлено.

Якість підготовки студентів повністю відповідають вимогам щодо акредитації підготовки магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

9. НАУКОВО-ДОСЛІДНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА МІЖНАРОДНІ ЗВ'ЯЗКИ

Науково-дослідна робота ОНЕУ координується науково-дослідною частиною. Науково-дослідна робота кафедри маркетингу спрямована на подальше поглиблення наукових досліджень та виконується у рамках пріоритетного тематичного напрямку: **«Маркетингова діяльність в умовах цифрової економіки».**

За звітний період на кафедрі проводились дослідження за такими комплексними темами:

- **Маркетингові інструменти інноваційного розвитку економічних систем.** За результатами наукової роботи з даної теми науково-викладацьким складом кафедри опубліковано: дисертації – 2; монографії – 11; навчальні посібники – 6; наукові статті в зарубіжних виданнях – 9; статті у наукових фахових виданнях – 45; наукові статті в інших фахових виданнях та збірниках наукових праць – 2; публікації за результатами участі у конференціях – 31.

- **Експортно-орієнтована маркетингова діяльність підприємств в умовах промислової революції 4.0.** За результатами наукової роботи з даної теми науково-викладацьким складом кафедри опубліковано: монографії – 2; наукові статті – 26; публікації за результатами участі у конференціях – 8.

- **Держбюджетна тема кафедри: «Кон'юнктурний супровід та імплементація стратегії просування наукових розробок та промислової продукції на експорт».** За результатами наукової роботи з даної теми науково-викладацьким складом кафедри опубліковано: публікації (статті) – 12; монографії (розділи) – 3; захист магістерських робіт – 3.

- **Госпрозрахункова тема кафедри: «Розробка методологічних та методичних основ застосування маркетингу взаємовідносин посередницької структури на ринку B2B з урахуванням сучасних інформаційних технологій».** За результатами наукової роботи з даної теми науково-викладацьким складом кафедри опубліковано 2 наукові статті.

Основні результати науково-дослідної роботи професорсько-викладацького складу кафедри представлені в навчальних посібниках, монографіях, збірниках наукових праць, навчально-методичних виданнях, статтях, доповідях та інших публікаціях.

Кафедра веде обширну міжнародну діяльність, має активну позицію і позитивний імідж в міжнародному науковому співтоваристві. З 2010 року колектив кафедри тісно співпрацює з Кіпрським університетом, (факультетом економіки та менеджменту) – найпрестижнішим з університетів Республіки Кіпр. Проводиться постійна робота з обміну делегаціями та науковими досягненнями в області маркетингу. Значно поповнена бібліотека ОНЕУ завдяки спонсорській підтримці з Кіпрського університету.

За останні роки співробітники кафедри активізували міжнародне співробітництво з університетами Китаю. У 2012 році, знаходячись у складі делегації наукових співробітників з України, завідувач кафедри підготувала підписання договору про співпрацю з аналогічним до ОНЕУ за профілем підготовки Китайським південно-західним фінансово-економічним університетом (КНР, провінція Сичуань, Ченду). У червні 2018 року відбулось наукове стажування завідувача кафедри в Дечжоуському університеті (м. Дечжоу, КНР) в департаменті бізнесу і соціальних наук.

Викладачі кафедри брали активну участь в розробці проекту TEMPUS "Two cycle E-Commerce curricular to serve Information Society", що фінансувався ЄС в період 2012-2014 рр., що підтримує проекти партнерства, та заходи з мобільності у сфері освіти.

В рамках багаторічного міжнародного студентського фестивалю «Реклама-Фест» традиційно бере участь в його журі колега з Грузії Ivane Javakhishvili – Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor Faculty of Economics and Business, Tbilisi State University.

Регулярно ведеться обмін науковими публікаціями з колегами з Болгарії, Польщі, Білорусії.

Викладачі кафедри маркетингу приймають активну участь у налагодженні міжнародних зв'язків, проходять стажування у зарубіжних країнах, перебувають у ділових зарубіжних відрядженнях.

Комісія констатує:

- організація та результати науково-дослідницької роботи випускової кафедри відповідають вимогам МОН України;
- до науково-дослідницької роботи ефективно залучаються студенти;
- міжнародна діяльність університету відповідає вимогам МОН України.

Організація науково-дослідницької роботи на кафедрі маркетингу відповідає умовам щодо акредитації освітньо-професійної програми «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Міжнародні зв'язки ОНЕУ спрямовані на розвиток освітньо-професійної програми «Стратегічний маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг».

10. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ПЕРЕВІРКУ ДЕРЖАВНИМИ КОНТРОЛЮЮЧИМИ ОРГАНАМИ, ПЕРЕЛІК ЗАУВАЖЕНЬ (ПРИПИСІВ) КОНТРОЛЮЮЧИХ ОРГАНІВ ТА ЗАХОДИ З ЇХ УСУНЕННЯ

В результаті попередньої акредитаційної експертизи у лютому 2013 року експертною комісією були зроблені наступні зауваження та рекомендації:

1. Активізувати науково-дослідну роботу студентів, посилювати її прикладний характер.
2. Ефективніше використовувати матеріально-технічну базу ОНЕУ, кафедри та базу підприємств, з якими укладені договори про співпрацю.
3. Удосконалювати роботу щодо поліпшення забезпечення студентів навчальною літературою та фаховими періодичними виданнями
4. Збільшувати кількість дисциплін, що викладаються іноземними мовами, та поповнювати бібліотечний фонд університету іншомовними виданнями.

Виконано наступне: 1) Активізовано науково-дослідну роботу студентів з 1-го бакалаврського по 2-й магістерський рівень, вони приймають активну участь у наукових семінарах та конференціях, друкуються в університетському журналі «Науковий вісник ОНЕУ».

2) Продовжується робота щодо покращення матеріально-технічної бази структурних підрозділів факультету. Комп'ютерний парк збільшується щорічно. Кожна комп'ютерна мережа має вихід до інформаційних ресурсів Інтернету і локальної мережі університету. Комп'ютери розміщені в 30 спеціалізованих класах: діє студентський комп'ютерний зал, в кожному гуртожитку є комп'ютерні зали з вільним доступом для студентів. Щорічно збільшується кількість мультимедійного обладнання для проведення лекційних та практичних занять.

3) В університеті впроваджено інтегровану бібліотечну систему ІРБС, що передбачає ведення каталогу, облік та контроль за видачею літератури, адміністрування бібліотечних процесів. Уся науково-методична та мультимедійна база кафедри маркетингу завантажена на офіційний сервер Одеського національного економічного університету. Наукові публікації викладачів кафедри розміщені в Репозитарії університету.

4) В університеті щороку збільшується кількість дисциплін, що викладаються іноземною мовою. На сьогодні в університеті навчаються студенти у 4-х іноземно-мовних групах (з 1 по 4 курси). Викладачами кафедри проводиться навчання англійською мовою дисциплін «Маркетинг» та «Міжнародний маркетинг». За підтримки Кіпрського національного університету поповнено бібліотеку англomовною літературою з проблем маркетингу.

Зауваження, висловлені експертною комісією, усунуті повністю.

11. ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами проведеної експертизи Одеського національного економічного університету відповідно до вимог щодо акредитації освітньої діяльності, пов'язаної з підготовкою магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг», експертна комісія відзначає:

1. Освітньо-професійна програма «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг», навчальні плани для здобувачів освіти другого магістерського рівня відповідають встановленим вимогам до освітніх програм і забезпечують державну гарантію якості освіти.

2. Кадровий склад випускової кафедри маркетингу та кафедр, що забезпечують підготовку магістрів, відповідає вимогам до акредитації освітньо-професійних програм. Випускову кафедру очолює доктор економічних наук, професор.

3. Заклад освіти – Одеський національний економічний університет – за встановленими критеріями стосовно матеріально-технічного, навчально-методичного та інформаційного забезпечення спроможний здійснювати підготовку магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг».

4. Експертна комісія вважає доцільним звернути увагу керівництва Одеського національного економічного університету на наступні рекомендації:

- покращити міжнародну співпрацю кафедри з метою підвищення рівня академічної мобільності магістрів за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»;
- активізувати діяльність викладачів з написання наукових публікацій до наукових видань, що індексуються у міжнародних наукометричних базах ;
- здійснювати подальший розвиток бази навчальної та наукової літератури на іноземній мові.

5. На підставі вищевикладених фактів та порівняння фактичних показників діяльності Одеського національного економічного університету і вимог до акредитації, поданих у порівняльних таблицях 4, 5 експертна комісія зробила висновок про можливість акредитації освітньо-професійної програми «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти з ліцензійним обсягом 100 осіб.

Голова експертної комісії:

доктор наук з державного управління,
професор, завідувач кафедри маркетингу
та реклами Київського національного
торгово-економічного університету

Є.В. Ромат

Член експертної комісії:

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародного
маркетингу Вищого навчального закладу
«Університет імені Альфреда Нобеля»

І.В. Тараненко

З матеріалами ознайомлений:

Ректор Одеського національного
економічного університету
«13» вересня 2018 р.



М.І. Зверяков

**Зведені результати виконання комплексних контрольних робіт та екзаменаційної сесії студентів
за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

Назва дисциплін, за якими проводився контроль	Група	Кількість студентів	Виконувало ККР		Одержали оцінки під час самоаналізу								Абсолютна успішність, %	Якісна успішність, %	Відхилення від результатів екзаменаційної сесії	
			кількість	%	«5»		«4»		«3»		«2»				Абсолютна успішність, %	Якісна успішність, %
					кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Цикл загальної підготовки																
1. Глобальна економіка	55	23	21	91	6	29	8	38	7	33	-	-	100	66,7	-	-4,7
Всього за циклом													100,00	66,7	-	-4,7
Цикл професійної підготовки																
2.1. Рекламний менеджмент	55	23	21	91	9	43	10	48	2	19	-	-	100	90,5	-	-4,5
2.2. Товарна інноваційна політика	55	23	21	91	4	19	12	57	5	24	-	-	100	76,2	-	-9,8
2.3. Брендинг	55	23	21	91	6	29	11	52	4	19	-	-	100	80,1	-	-9,9
Всього за циклом													100,00	82,3	-	- 8
Разом за циклами													100,00	74,5	-	-6,4

Голова експертної комісії:

Завідувач кафедри

(підпис)

(підпис)

Ромат Є.В.

(ініціали, прізвище)

Литовченко І.Л.

(ініціали, прізвище)

ЗВЕДЕНІ РЕЗУЛЬТАТИ ВИКОНАННЯ КОМПЛЕКСНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

при акредитаційній експертизі студентами зі спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійної програми «Стратегічний маркетинг»

№ з/п	Дисципліна	Група	Кількість студентів, осіб	Виконували ККР		Одержали оцінки під час проведення акредитаційної експертизи								Абсолютна успішність, %	Якість успішності, %	Самоаналіз	
				осіб	%	«5»		«4»		«3»		«2»				Абсолютна успішність, %	Якість успішності, %
						осіб	%	осіб	%	осіб	%	осіб	%				
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
	1. Цикл загальної підготовки																
1.	Глобальна економіка	55	23	21	91	5	23,8	8	38,1	8	38,1	-	-	100	61,9	-	-4,8
	Всього за циклом													100	61,9		-4,8
	2. Цикл професійної підготовки																
1.	2.1. Рекламний менеджмент	55	23	21	91	9	42,9	9	42,9	3	14,2	-	-	100	85,7	-	-4,8
2.	2.2. Товарна інноваційна політика	55	23	21	91	4	19,0	11	52,4	6	28,6	-	-	100	71,4		-4,8
3.	2.3. Брендинг	55	23	21	91	5	23,8	11	52,4	5	23,8	-	-	100	76,2		-3,9
	Всього за циклом														77,8		-5,5

Експерт

Завідувач кафедри

(підпис)

(підпис)

Тараненко І.В.

(ініціали, прізвище)

Литовченко І.Л.

(ініціали, прізвище)

Голова комісії

Роман Є.В.

ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ ДОТРИМАННЯ КАДРОВИХ ВИМОГ
щодо забезпечення провадження освітньої діяльності
за другим рівнем (магістерським) зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг»

Найменування показника (нормативу)	Значення показника (нормативу)*	Фактичне значення показника	Відхилення фактичного значення показника від нормативного
1	2	3	4
Започаткування провадження освітньої діяльності			
1. Наявність у закладі освіти підрозділу чи кафедри, відповідальних за підготовку здобувачів вищої освіти	+	+	немає
2. Наявність у складі підрозділу чи кафедри, відповідальних за підготовку здобувачів вищої освіти, тимчасової робочої групи (проектної групи) з науково-педагогічних працівників, на яку покладено відповідальність за підготовку здобувачів вищої освіти за певною спеціальністю	три особи, що мають науковий ступінь та вчене звання, з них один доктор наук або професор	+	немає
3. Наявність у керівника проектної групи (гаранта освітньої програми):			
1) наукового ступеня та/або вченого звання за відповідною або спорідненою спеціальністю	+	+	немає
2) наукового ступеня та вченого звання за відповідною або спорідненою спеціальністю	-	-	-
3) стажу науково-педагогічної та/або наукової роботи не менш як 10 років (до 6 вересня 2019 р. для початкового рівня з урахуванням стажу педагогічної роботи)	+	+	немає
Проведення освітньої діяльності			
4. 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 стажу педагогічної роботи)	50,0	92,1	+42,1
2) які мають науковий ступінь доктора наук або вчене звання професора	25,0	35,8	+10,8
3) які мають науковий ступінь доктора наук та вчене звання	-	-	-

Голова комісії



Роман С.В.

21

1	2	3	4
5. 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	15,0	28,9	+13,9
2) практичної роботи за фахом	-	-	-
6. 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 за останні п'ять років не менше трьох умов, зазначених у пункті 5 приміток	підпункти 1—16 пункту 5 приміток	100%	немає
7. 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	+	+	немає
2) з науковим ступенем та вченим званням			
3) з науковим ступенем або вченим званням			
8. Наявність трудових договорів (контрактів) з усіма науково-педагогічними працівниками та/або наказів про прийняття їх на роботу	+	+	немає

ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ ДОТРИМАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ВИМОГ
щодо матеріально-технічного забезпечення провадження освітньої діяльності
за другим рівнем (магістерським) зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг»

Найменування показника (нормативу)	Значення показника (нормативу)*	Фактичне значення показника	Відхилення фактичного значення показника від нормативного
Започаткування провадження освітньої діяльності			
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	5,6	+3,2
2. Забезпеченість мультимедійним обладнанням для одночасного використання в навчальних аудиторіях (мінімальний відсоток кількості аудиторій)	30	93	+63
3. Наявність соціально-побутової інфраструктури:			
3.1. бібліотеки, у тому числі читального залу	+	+	немає
3.2. пунктів харчування	+	+	немає
3.3. актового чи концертного залу	+	+	немає
3.4. спортивного залу	+	+	немає
3.5. стадіону та/або спортивних майданчиків	+	+	немає
3.6. медичного пункту	+	+	немає
4. Забезпеченість здобувачів вищої освіти гуртожитком (мінімальний відсоток потреби)	70	100	+30
Проведення освітньої діяльності			
5. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями, лабораторіями, полігонами, обладнанням, статкуванням, необхідними для виконання навчальних планів	+	+	немає

**ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ ДОТРИМАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ВИМОГ
щодо навчально-методичного забезпечення провадження освітньої діяльності
за другим рівнем (магістерським) зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг»**

Найменування показника (нормативу)	Значення показника (нормативу)*	Фактичне значення показника	Відхилення фактичного значення показника від нормативного
1	2	3	4
Започаткування провадження освітньої діяльності			
1. Наявність опису освітньої програми	+	+	немає
2. Наявність навчального плану та пояснювальної записки до нього	+	+	немає
Проведення освітньої діяльності			
3. Наявність робочої програми з кожної навчальної дисципліни навчального плану	+	+	немає
4. Наявність комплексу навчально-методичного забезпечення з кожної навчальної дисципліни навчального плану	+	+	немає
5. Наявність програми практичної підготовки, робочих програм практик	+	+	немає
6. Забезпеченість студентів навчальними матеріалами з кожної навчальної дисципліни навчального плану	+	+	немає
7. Наявність методичних матеріалів для проведення атестації здобувачів	+	+	немає

ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ ДОТРИМАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ВИМОГ

щодо інформаційного забезпечення провадження освітньої діяльності
за другим рівнем (магістерським) зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг»

Найменування показника (нормативу)	Значення показника (нормативу)*	Фактичне значення показника	Відхилення фактичного значення показника від нормативного
1	2	3	4
Започаткування провадження освітньої діяльності			
1. Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді	не менш як п'ять найменувань	20	+15
2. Наявність доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти)	+	+	немає
Проведення освітньої діяльності			
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)	+	+	немає
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



**Відомості про дотримання Державних вимог до акредитації
в Одеському національному економічному університеті
з підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньо-професійною програмою «Стратегічний маркетинг»
(Відповідно до наказу МОН № 689 від 13.06. 2012 р.)**

Якісні характеристики підготовки магістрів

Назва показника (нормативу)	Нормативне значення показника (нормативу)	Фактичне значення показника	Відхилення фактичного значення показника від нормативного
1	2	3	4
1. Умови забезпечення державної гарантії якості вищої освіти			
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 (загальної) підготовки:			
2.1.1. Успішно виконані контрольні завдання, %	90	100	+10,0
2.1.2. Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50	61,9	+11,9
2.2. Рівень знань студентів з природничо-наукової (фундаментальної) підготовки:			
2.2.1. Успішно виконані контрольні завдання, %	90	Цикл не передбачений навчальним планом	Цикл не передбачений навчальним планом
2.2.2. Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50		
2.3. Рівень знань студентів із професійної (фахової) підготовки:			
2.3.1. Успішно виконані контрольні завдання, %	90	100	+10,0
2.3.2. Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50	77,8	+27,8

Голова комісії

Ромат Є.В.

26

1	2	3	4
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:

доктор наук з державного управління,
професор, завідувач кафедри
маркетингу та реклами Київського
національного торгово-економічного
університету



Є.В. Ромат

Член експертної комісії:

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародного
маркетингу Вищого навчального закладу
«Університет імені Альфреда Нобеля»



І.В. Тараненко

З матеріалами ознайомлений:

Ректор Одеського національного
економічного університету
«13» вересня 2018 р.




М.І. Зверяков

