

**ЕКСПЕРТНІ ВИСНОВКИ**  
**акредитаційної експертизи**  
**підготовки магістрів за спеціальністю**  
**8.03050701 «Маркетинг»**  
**галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво»**  
**у Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту**

Відповідно до 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 року №978 «Про затвердження Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах» та наказу Міністерства освіти і науки України від 16.03.2016 р. № 469 л експертна комісія у складі:

**Голова комісії:**

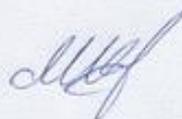
**Окландер Михайло Анатолійович** – завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету, доктор економічних наук, професор

**Член комісії:**

**Пилипчук Володимир Петрович** – заступник завідувача кафедри маркетингу Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», кандидат економічних наук, професор

розглянула подані матеріали та провела перевірку на місці діяльності Східноєвропейського університету економіки і менеджменту щодо підготовки фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» і встановила наступне:

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

## 1. Загальна характеристика ВНЗ і спеціальності

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту (СУЕМ) був заснований у 1992 році як товариство з обмеженою відповідальністю на основі колективної форми власності.

Статут Східноєвропейського університету економіки і менеджменту перереєстровано у виконкомі Черкаської міської Ради (рішення № 447 від 29.02.2004 р., реєстраційний № 10308 від 02.04.2004 р.) та узгоджено в Міністерстві освіти і науки України.

Ідентифікаційний код 14204539.

Установча угода укладена 29.02.2004 р., протокол № 1. Засновницькі угоди і внески засновників підтверджують фінансово-майнові гарантії щодо можливостей виконання університетом статутних зобов'язань.

Метою діяльності університету є підготовка та перепідготовка кадрів, організація наукової, інженерної, виробничої, видавничої та рекламної діяльності, включаючи міжнародну діяльність.

Скорочена назва: СУЕМ.

Адреса: вул. Нечуя-Левицького, 16, м. Черкаси, 18036, Україна

Телефон: +38 (0472) 64-70-55. Факс: +38 (0472) 64-73-00.

Веб-сайт: [http:// www.suem.edu.ua](http://www.suem.edu.ua). E-mail: [cim@cim.uch.net](mailto:cim@cim.uch.net).

Ректор Східноєвропейського університету економіки і менеджменту – Шпак Любов Олександрівна, доктор економічних наук, доцент.

Освітня діяльність у Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту здійснюється відповідно до ліцензії Міністерства освіти і науки України (серія АЕ № 458729) та сертифікату про акредитацію (серія РІ-ІІІ № 2470508) з дванадцяти напрямів підготовки та одинадцяти спеціальностей, ліцензованих та акредитованих магістерським рівнем вищої освіти.

Відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 8 липня 2014 року, протокол № 110, Східноєвропейський університет економіки і менеджменту визнано акредитованим за статусом вищого закладу освіти ІІІ (третього) рівня.

Контингент студентів університету становить 1568 осіб.

Відповідно до навчальних планів, підготовку фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» здійснюють випускова кафедра маркетингу і забезпечуючі кафедри: економічної кібернетики, менеджменту організацій, обліку і аудиту, фінансів і кредиту. Склад кафедр і характеристика науково-педагогічних працівників, що забезпечують підготовку фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» наведено в таблиці 1.1.

Комісія засвідчує, що якісний склад випускової та забезпечуючих кафедр відповідає нормативним вимогам.

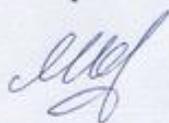
Таблиця 1.1

**Склад кафедр і характеристика науково-педагогічних працівників,  
що забезпечують підготовку фахівців за спеціальністю 8.03050701  
«Маркетинг»**

№	Назва кафедри	Науково-педагогічні працівники, осіб %	З них працюють								
			На постійній основі				Сумісники				
			Разом, осіб %	У тому числі			Разом, осіб %	У тому числі			
				Доктори наук, професори, осіб %	Кандидати наук, доценти, осіб %	Без наукових ступенів і вчених звань, осіб %		Доктори наук, професори, осіб %	Кандидати наук, доценти, осіб %	Без наукових ступенів і вчених звань, осіб %	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1.	Кафедра маркетингу (випускова)	6/54,5%	4/36,4%	2/18,2%	2/18,2%	-	2/18,2%	-	2/18,2%	-	-
2.	Кафедра економічної кібернетики	1/9,1%	1/9,1%	-	1/9,1%	-	-	-	-	-	-
3.	Кафедра обліку і аудиту	1/9,1%	1/9,1%	-	1/9,1%	-	-	-	-	-	-
4.	Кафедра менеджменту організацій	2/18,2%	2/18,2%	1/9,1%	1/9,1%	-	-	-	-	-	-
5.	Кафедра фінансів і кредиту	1/9,1%	1/9,1%	1/9,1%	-	-	-	-	-	-	-
	Разом	11/100%	9/81,8%	4/36,4%	5/45,4%	-	2/18,2%	-	2/18,2%	-	-

Розвиток спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» пов'язаний зі становленням в Україні ринкової інфраструктури, яка суттєво змінює економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств та зміст їхньої економічної та

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

фінансової діяльності. В умовах ринкової економіки зростає роль магістра з маркетингового менеджменту. Це вимагає підготовки маркетологів, що глибоко обізнані з теоретичних та практичних питань розробки маркетингових програм для підприємств, компаній та фірм, розробки та проведення маркетингових досліджень, планування та організації маркетингових підрозділів підприємства, вміють аналізувати стан ринку, кваліфіковано обґрунтовувати стратегічні плани, знаходити шляхи вирішення завдань щодо покращення економічної діяльності підприємства.

Сьогодні фахівці з маркетингу повинні отримувати знання щодо новітніх технологій в економічній галузі, вміти здійснювати аналіз, моделювання та синтез систем управління в сфері маркетингу на основі інформаційних технологій.

Міжнародна діяльність Університету спрямована на забезпечення його інтеграції в міжнародну університетську спільноту, підвищення якості навчання шляхом участі у спільних із закордонними ВНЗ проектах, академічного обміну та реалізацію програм студентської мобільності зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг». Діяльність з контактів з ВНЗ США проводиться з перших днів створення університету.

Зараз СУЕМ підтримує ділові зв'язки з такими зарубіжними навчальними закладами: Ліцей Фредеріка Озанама (м. Ліль, Франція); Алабамський агро cơханічний університет (шт. Алабама, США); Університет Кентуккі (США); Вища школа підприємництва і соціальних наук (м. Отвоцк, Польща); Університет фінансів і менеджменту (м. Білосток, Польща); Вища школа (м. Білефельд, Німеччина) та ін.

У 2012 році був підписаний договір про співробітництво в галузі освіти та підготовки кадрів з Тбіліським міжнародним учбовим університетом (м. Тбілісі, Грузія). Цей договір дозволяє здійснювати співпрацю в сфері вищої освіти, дає можливість розвитку перспективних освітніх проектів та програм, включає роботу з обміну студентами та викладачами, а також співпрацю в інноваційній науково-освітній діяльності.

В Оксфорді (Велика Британія) у жовтні 2014 року Східноєвропейський університет економіки і менеджменту взяв участь у саміті лідерів Європейської Бізнес Асамблеї – щорічному форумі президентів та ректорів вищих навчальних

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

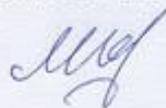
закладів, учених, лекторів і викладачів, бізнесменів та інвесторів – членів Європейської Бізнес Асамблеї з різних країн світу. Тема саміту – «Наука та освіта. Інноваційні моделі розвитку». Під час обговорення учасники саміту сконцентрували свою увагу на таких питаннях, як трансформування вищої освіти, розвиток транскордонної освіти, шляхи підвищення рейтингу та конкурентоспроможності навчального закладу, пошук шляхів залучення вітчизняних та іноземних студентів, міжнародна акредитація, інформаційні технології як інструмент розвитку освітнього процесу. Президент Східноєвропейського університету економіки і менеджменту Аблязов Р. А., який є почесним членом Оксфордського Клубу Ректорів, за вагомих внесок у розвиток науки та розбудову системи освіти в Україні був нагороджений почесним знаком у номінації «Ім'я в науці» («Name in Science»).

У 2014 році відбулося підписання договору про співпрацю з Вищою лінгвістичною школою у м. Ченстохові (Республіка Польща). За цим договором студенти Університету отримали можливість паралельного навчання у Польщі та отримання по його закінченню паралельного диплому (другого) Республіки Польща за обраними напрямками. Співпраця між навчальними закладами дає широкі можливості для впровадження програм дистанційної освіти у навчальний процес шляхом використання сучасних інтерактивних технологій.

Отже, комісією були перевірені наступні документи Східноєвропейського університету економіки і менеджменту: статут, довідка про включення до єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, ліцензія на надання освітніх послуг навчальним закладом, сертифікат про акредитацію навчального закладу за статусом вищого навчального закладу освіти (III рівня). Наявні документи та їх достовірність підтверджують правові основи діяльності Східноєвропейського університету економіки і менеджменту.

## **2. Формування контингенту студентів**

На випусковій кафедрі маркетингу створено ефективну систему профорієнтаційної роботи щодо вступу до навчального закладу на навчання за даною спеціальністю. Регулярно публікується рекламна інформація щодо спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» в газетах «Ринок», «Вечірні Черкаси», Голова експертної комісії



М.А. Окландер

«Молодь Черкащини» та ін., а також проводиться рекламна кампанія на радіо і телебаченні. Традиційним є проведення «Дня відкритих дверей» та презентації спеціальності, також до агітаційно-роз'яснювальної роботи залучаються студенти денної та заочної форм навчання за місцем проживання, роботи та проходження практики.

Приєм до СУЕМ здійснюється за результатами незалежного тестування та середнього балу атестату, незалежно від джерел фінансування.

Джерелами підготовки абітурієнтів для навчання за програмою «магістр» спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» є випускники бакалаврату Східноєвропейського університету економіки і менеджменту та інших вищих навчальних закладів області.

Динаміка формування контингенту студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» подано у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**ДИНАМІКА ФОРМУВАННЯ КОНТИНГЕНТУ СТУДЕНТІВ**  
(по денній формі навчання спеціальності 8.03050701 «Маркетинг»  
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту)

№ пп.	Показник	Роки		
		2013/2014	2014/2015	2015/2016
1.	Ліцензований обсяг прийому:	20	20	20
	Денна	10	10	10
	Заочна	10	10	10
2.	Прийнято на навчання:			
	• Всього	16	20	17
	- денна форма навчання	10	10	9
	- заочна форма навчання	6	10	8
	• в т.ч. за держзамовленням	-	-	-
3.	Подано заяв на одне місце	1,6	1,7	1,4
4.	Всього студентів на спеціальності	82	92	120
5.	Всього студентів у ВНЗ на 01.10. відповідного року	1294	1291	1568
6.	Кількість студентів, яких відраховано, всього:	2	-	-
	в т.ч.: - за невиконання навчального плану	-	-	-

Аналіз динаміки змін контингенту студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» показує стабільність контингенту за останні роки, що свідчить про ретельний підхід університету до зарахування студентів. Таким чином, показники формування та динаміка змін контингенту студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» наведені в табл. 2.1, свідчать про те, що перевищення ліцензійного обсягу не відбувалося.

Експертна комісія відмічає, що система формування контингенту студентів Східноєвропейського університету економіки і менеджменту за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» відповідає вимогам МОН України.

### 3. Кадрове забезпечення навчально-виховного процесу

Якісний склад науково-педагогічних працівників випускової та забезпечуючих кафедр Східноєвропейського університету економіки і менеджменту, що здійснюють підготовку фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» відповідає нормативним критеріям та вимогам щодо підготовки фахівців і забезпечує викладання дисциплін, визначених навчальним планом. Усі з науково-педагогічних працівників мають вищу освіту, яка відповідає профілю дисциплін, що викладаються, або пройшли відповідну перепідготовку.

Для виконання навчального плану підготовки фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» залучено 11 науково-педагогічних працівників, з них: 6 науково-педагогічних працівників випускової кафедри та 5 науково-педагогічні працівники інших кафедр (економічної кібернетики, фінансів і кредиту, менеджменту організацій, обліку і аудиту), з яких: докторів наук, професорів – 4 (36,4 %), кандидатів наук, доцентів – 7 (63,6 %).

Кафедру маркетингу очолює доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Савченко Сергій Олегович, стаж роботи якого у вищій школі становить 27 років, у тому числі на посаді завідувача кафедри 5 років. У 2011 році захистив докторську дисертацію, а в 2016 році отримав звання професора кафедри маркетингу. Є керівником чисельних науково-економічних програм. Зараз передає свій досвід студентам, працює з аспірантами (Цибенко Л.О. – тема кандидатської дисертації «Моделювання експортних можливостей українських підприємств

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

сільського господарства» (запланований захист – березень 2017 р.); Скомороха Н.М. – тема кандидатської дисертації «Моделювання маркетингових стратегій електронного бізнесу» (запланований захист – грудень 2016 р.)).

Розрахунок викладання лекційних годин навчальних дисциплін спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» свідчить, що 100 % лекційних годин циклу гуманітарних дисциплін за навчальним планом забезпечують науково-педагогічні працівники з науковими ступенями і вченими званнями, на постійній основі – 100 %; розрахунок викладання лекційних годин за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» свідчить, що 100% лекційних годин дисциплін професійної та практичної підготовки за навчальним планом забезпечують науково-педагогічні працівники з науковими ступенями і вченими званнями; на постійній основі – 73,0 %, з них доктори наук або професори, автори (співавтори) підручників або навчальних посібників з грифом МОНУ забезпечують викладання 50,0% лекційних годин.

Таким чином, якісний склад науково-педагогічного персоналу випускової кафедри та кафедр, що забезпечують навчальний процес спеціальності 8.03050701 «Маркетинг», підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників відповідають критеріям та вимогам щодо акредитації вищезазначеної спеціальності.

Комісія засвідчує достовірність документів, які підтверджують проходження науково-педагогічними працівниками форми підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації, стажування у базових ВНЗ України за останні п'ять років.

Комісія відзначає, що якісний склад науково-педагогічних працівників, які беруть участь у підготовці фахівців зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» за своїми показниками відповідає нормативним вимогам.

#### **4. Зміст підготовки фахівців**

Основними нормативними документами навчально-методичного забезпечення навчального процесу є засоби діагностики якості вищої освіти, освітньо-професійна програма вищої освіти (ОПП) і освітньо-кваліфікаційна характеристика (ОКХ) спеціальності 8.03050701 «Маркетинг». На підставі ОПП та структурно-логічної схеми підготовки фахівців складений навчальний план, який визначає перелік та обсяг обов'язкових і вибіркових навчальних дисциплін, послідовність їх

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

вивчення, форми навчальних занять та їх обсяги, графік навчального процесу, форми проведення контролю, атестації, а також види практик.

Навчальний план, ОКХ (варіативна частина) та ОПП (варіативна частина) підготовки магістра зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг», а також Засоби діагностики якості вищої освіти, як складові стандарту вищої освіти ВНЗ (СВО СУЕМ), були затверджені ректором університету та погоджені у встановленому порядку.

Навчальний план зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» передбачає термін навчання магістрів 1,5 року для осіб, які отримали дипломи бакалавра (спеціаліста).

Цикл обов'язкових дисциплін в обсязі 51 кредиту ЄКТС включає цикл гуманітарних дисциплін, цикл дисциплін професійної та практичної підготовки, вивчення яких спрямовано на формування професійних компетенцій.

Вибіркові дисципліни введені для більш повного задоволення освітніх і кваліфікаційних запитів особи та потреб суспільства, ефективного використання можливостей закладу освіти, врахування галузевих та регіональних потреб тощо.

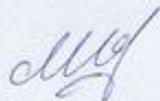
Співвідношення обсягу навчального часу становить: обов'язкові дисципліни: цикл гуманітарних дисциплін – 450 год. (16,7%); цикл дисциплін професійної та практичної підготовки, виробнича та переддипломна практика – 1080 год. (40,0%); вибіркові дисципліни: цикл дисциплін професійної та практичної підготовки – 720 год. (26,6%), атестація – 450 год. (16,7%), загальний обсяг годин за навчальним планом – 2700 год. (100%).

Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки передбачає проходження студентами двох практик: виробничої та переддипломної практики, основна мета яких практичний стан маркетингового управління, збір матеріалів для написання магістерської дипломної роботи.

Здобуття кваліфікації «магістр з маркетингового менеджменту» підтверджується атестацією, яка здійснюється екзаменаційною комісією на підставі результатів захисту магістерської дипломної роботи.

Комісія відзначає, що виконання навчального плану за показниками переліку дисциплін, обсягу навчальних годин і форм контролю складає 100%, що відповідає вимогам МОН України щодо акредитації спеціальності 8.03050701 «Маркетинг».

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

Аналіз підготовки фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» свідчить, що вона здійснюється відповідно до вимог МОН України та стандартів СУЕМ згідно до освітньо-кваліфікаційної характеристики, освітньо-професійної програми та навчального плану.

#### **5. Організаційне та навчально-методичне забезпечення навчально-виховного процесу. Наукова діяльність**

Навчально-виховний процес в СУЕМ, його організація та методичне забезпечення ґрунтуються на Законах України «Про освіту», «Про вищу освіту», Положенні про багатоступеневу освіту (Постанова КМУ від 20.01.1998 р. № 65), Положенні про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах (наказ МО України від 02.06.1993 р. № 161), інших документах Міністерства освіти і науки України та забезпечує належну організацію навчального процесу, а також внутрішніх положеннях і стандартах університету.

Система планування навчально-виховного процесу в університеті забезпечена такими документами, як навчальні плани спеціальностей, робочі навчальні плани на поточний рік, робочі програми навчальних дисциплін, графіки навчального процесу на кожний навчальний рік, розклади, графіки проведення занять, екзаменів, консультацій, атестації, рекомендацій до написання студентами магістерських дипломних робіт.

Для оптимізації організації, планування і управління навчальним процесом використовується програма «Деканат» (<http://nov.suem>).

В університеті відводиться більше часу на індивідуальну та самостійну роботу студентів. Зміст самостійної роботи студентів над конкретною дисципліною визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями та вказівками викладача.

Для діагностики знань з дисциплін навчального плану підготовки магістрів розроблені комплекти ККР, які використовуються при перевірці залишкових знань студентів під час проведення самоаналізу та експертних перевірок.

Основними підрозділами, які беруть участь у координації, здійсненні і підтримці навчально-методичного забезпечення навчального процесу в СУЕМ є: Навчально-методична рада СУЕМ, навчально-методичні комісії кафедр, наукова

бібліотека, сектор методичного забезпечення наукової бібліотеки, редакційно-видавничий відділ, центр дистанційно-заочного навчання; департамент інформаційних та інноваційних технологій в освіті.

Навчально-методична рада випускової кафедри координує свою навчально-методичну діяльність із забезпечуючими кафедрами шляхом проведення міжкафедральних науково-методичних семінарів, обговорення актуальних питань навчально-виховного процесу на засіданнях навчально-методичних комісій.

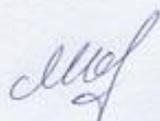
Підготовка фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» здійснюється відповідно до навчально-методичного комплексу спеціальності (НМКС), який включає нормативну та варіативну частини освітньо-кваліфікаційної характеристики та освітньо-професійної програми, структурно-логічну схему підготовки фахівців, навчальний план, програми практик, тематику магістерських дипломних робіт та методичні вказівки щодо їх написання, пакети контрольних завдань для комплексної перевірки знань студентів, карта методичного забезпечення навчальних дисциплін навчального плану спеціальності.

Крім цього, методична база спеціальності включає фонд методичних посібників і конспектів лекцій, фонд наукової та навчальної літератури, спеціалізованих періодичних видань, фонд електронних підручників і навчальних посібників. Упродовж 2010 – 2015 рр. в університеті видано 883 навчально-методичних розробок загальним накладом майже 50 тис. примірників, у тому числі для спеціальності «Маркетинг» (за всіма рівнями) - 82 найменувань методичних посібників у загальній кількості 4878 примірників.

У секторі методичного забезпечення наукової бібліотеки в єдиній інформаційній базі зберігаються електронні версії усіх методичних посібників, авторами яких є науково-педагогічні працівники університету, у форматі pdf, що є потужним інформаційним ресурсом з інформаційного забезпечення студентів навчально-методичними матеріалами.

Оперативне та якісне видання власних методичних розробок, конспектів лекцій, інших навчально-методичних розробок науково-педагогічних працівників СУЕМ забезпечує потужний видавничий комплекс, який оснащено сучасною комп'ютерною видавничою системою, копіювальною технікою, поліграфічним обладнанням.

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

Експерти засвідчують, що з усіх навчальних дисциплін, що входять до освітньо-професійної програми підготовки фахівців із заявленої спеціальності, у наявності є розроблені і затверджені навчально-методичні комплекси дисциплін (НМКД). Відповідно до затвердженого в СУЕМ Положення про структуру НМКД (2010 р.), він включає: програму навчальної дисципліни; робочу програму навчальної дисципліни; систему оцінювання знань; методичні вказівки і завдання для студентів денної та заочної форми навчання; опорний конспект лекцій; методичні рекомендації щодо вивчення навчальної дисципліни (у вигляді видання у формі «методичного посібника»); пакети екзаменаційних білетів та білетів ККР.

Комісія засвідчує, що з усіх навчальних дисциплін навчального плану підготовки магістрів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» розроблено робочі програми, які щорічно переглядаються і допускаються до використання у новому навчальному році рішенням кафедри. Затверджена робоча програма в оригіналі (паперовий варіант) зберігається на відповідній кафедрі. Електронні версії робочих програм зберігаються в електронній базі навчально-методичних матеріалів кафедри, а також у Центрі дистанційно-заочного навчання СУЕМ.

Експерти підтверджують уніфікований підхід щодо формування змісту робочої програми навчальної дисципліни, який структуровано за наступними розділами: опис навчальної дисципліни; структура залікового кредиту навчальної дисципліни; тематичний план лекцій, семінарських (практичних) занять; тематика і зміст практичних/семінарських, аудиторних занять з ІРС; самостійна робота студентів (СРС); індивідуальні завдання; засоби діагностики навчальних досягнень студентів (контрольні заходи).

Застосування робочої програми з будь-якої дисципліни забезпечується також системою базових підручників, у т.ч. розробленими провідними вченими профільних ВНЗ, списками літератури до вивчення дисципліни тощо.

Навчальний план спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» має конкретне наповнення, яке відповідає сучасним вимогам підготовки фахівців. Забезпеченість навчально-методичними комплексами дисциплін навчального плану підготовки магістрів за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» складає 100 %.

Відповідно до навчального плану підготовки магістрів передбачено два види практик – виробнича і переддипломна. Їх мета полягає в формуванні основних

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

вмінь і навичок практичної роботи, особистих якостей спеціаліста відповідно до кваліфікаційної характеристики, систематизації і закріпленні теоретичних знань шляхом самостійного виконання різних маркетингових завдань і функцій, зборі та аналізі матеріалів, первинної інформації до виконання магістерської дипломної роботи.

Для забезпечення студентів-магістрів методичними матеріалами з проходження обох видів практики випусковою кафедрою підготовлено та видано Методичні рекомендації. За результатами проходження обох практик студенти готують звіт, вимоги до якого також визначені зазначеними Методичними рекомендаціями.

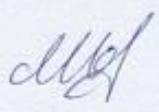
Базами для проведення практик є підприємства м. Черкаси та інших міст України, з якими укладені угоди, а саме: ТОВ «Малюк», ЗАТ «Консорціум», Філія ЗАТ «Агроєкопродукт», «Черкаський логістичний центр», ТОВ ТД «ЧіК», ТОВ «ПластТрейд», ТОВ «Старт-Партнер», ПП «Глобус», ПП «Мега Тур», Черкаської Дирекції парків, ПП «Софт», НВФ «Прорив», ТОВ «Смілянська швейна фабрика», ЗАТ «Тальнівський щебеневий завод», ТОВ «Світ ласощів», ТОВ «Черкасиміськбуд», ПП «Реном», ЗАТ «Юрія», ВАТ «Spar», ТОВ «Центр виконання зобов'язань», ТОВ «Круг-Терм», ТОВ «РЕ Фокстрот сервіс», ТОН «Анікс- Черкаси» та інші.

Отже, тематика і завдання переддипломної практики відповідають визначеним тематикам дипломних робіт, а методичне забезпечення практичної підготовки магістрів з маркетингового менеджменту відповідає критеріям і вимогам МОН України щодо акредитації спеціальності 8.03050701 «Маркетинг».

Формою атестації магістрів зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» є захист магістерської дипломної роботи, яка є кінцевим результатом самостійної індивідуальної науково-дослідницької діяльності студента, комплексним науковим дослідженням, у розробці якого зацікавлені підприємства, при цьому студент упорядковує накопичені факти та доводить їх наукову цінність або практичну значимість.

Тематика магістерських дипломних робіт розробляється випусковою кафедрою, переглядається і систематично оновлюється. Комісія засвідчує, що тематика магістерських дипломних робіт розроблена на основі сучасних тенденцій

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

розвитку маркетингового управління, і затверджена у встановленому порядку. Аналіз показав, що методичне забезпечення підготовки магістерських дипломних робіт відповідає критеріям та вимогам щодо акредитації спеціальності 8.03050701 «Маркетинг».

Таким чином, комісія засвідчує, що організація навчально-виховного процесу та його навчально-методичне забезпечення в СУЕМ із заявленої спеціальності відповідають нормативним вимогам щодо акредитації спеціальності 8.03050701 «Маркетинг».

Основними завданнями наукової діяльності в університеті є розвиток існуючих наукових напрямків, створення нових наукових напрямків, підготовка науково-педагогічних працівників, створення науково-практичної бази для забезпечення наукового і навчального процесу, забезпечення інтеграції освітньої, наукової та виробничої діяльності, забезпечення стандартів освіти через написання підручників та навчальних посібників, організація наукових, науково-практичних, науково-методичних семінарів та конференцій, організація олімпіад, конкурсів науково-дослідних і магістерських дипломних робіт студентів.

Щорічно в університеті формується та затверджується тематичний план виконання наукових робіт. Так, план наукової роботи на 2015-2016 навчальний рік містить 25 тем досліджень. Результати наукових досліджень оформлюються звітами, які затверджуються Вченою радою СУЕМ.

В СУЕМ з 2007 року видається науковий журнал «Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент». В ньому публікуються результати наукових розробок науково-педагогічних працівників кафедр, тези доповідей студентів, статті провідних вчених та спеціалістів.

У 2015 р. на засіданні Спеціалізованої вченої ради із захисту дисертаційних досліджень Східноєвропейського університету економіки і менеджменту відбувся захист кандидатської дисертації Дьячук І.В. зі спеціальності 08.00.11 – Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці (тема: «Моделювання промоційної діяльності підприємств виноробної галузі»).

Протягом 2010-2015 рр. кафедра маркетингу проводила науково-практичні семінари та конференції, деякі з них: «Особливості маркетингової діяльності  
Голова експертної комісії



М.А. Окландер

посередницьких підприємств», «Особливості політичної реклами», «Вимоги та правила оформлення звітів з практик та випускних робіт», «Наука 2013: проблеми та перспективи», «Стратегія та конкурентоспроможність підприємств-виробників товарів харчової промисловості», «Особливості маркетингових досліджень на ринку страхових послуг» та інші. У 2014-2015 н.р. проводився круглий стіл на тему: «Маркетингове забезпечення комерційної діяльності рекламних агенцій м. Черкас».

Особлива увага на кафедрі маркетингу приділяється залученню до наукової роботи студентів. Щорічно кафедра виконує окремий план науково-дослідної роботи студентів. В НДРС беруть участь студенти всіх курсів. Теми багатьох студентських досліджень на випускних курсах логічно переходять в тематику їх магістерських дипломних робіт.

Студенти спеціальності є постійними учасниками науково-практичних конференцій, круглих столів як у межах університету, так і таких, що проводяться базовими ВНЗ зі спеціальності (конференція «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління», конференція «Б2Б МАРКЕТИНГ», конференція «Маркетинг та логістика в системі менеджменту», конференція «Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу та логістики: особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі»).

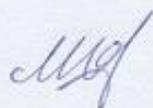
Отже, комісія засвідчує, що організація наукової діяльності відповідає нормативним вимогам щодо підготовки фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг».

#### **6. Матеріально-технічне забезпечення навчального процесу**

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту здійснює навчально-виховний процес переважно у власних та декількох орендованих приміщеннях.

Загальний обсяг площ, які використовуються у навчальному процесі (власні та орендовані), становить 50632,05 кв. м. З них, в 2000 році університетом придбано у власність чотириповерховий та двоповерховий корпуси за адресою: вул. Нечуя-Левицького, 16 та вул. Ільїна, 421, які реконструйовані і капітально відремонтовані в 2004 році. Аудиторний фонд з розрахунку на одного студента відповідає

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

критеріям та вимогам щодо ліцензування та акредитації.

У 2006 році завершено будівництво нового головного корпусу університету за адресою вул. Нечуя –Левицького, 16.

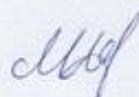
Серед спеціалізованих приміщень створених за останні роки можна виділити: зал синхронного перекладу, лінгвістичні лабораторії, інтернет-клуб, електронна бібліотека на 20 комп'ютерів, електронний методкабінет, зал дистанційного навчання на 40 комп'ютерів, зал комп'ютерної самопідготовки на 45 комп'ютерів, 9 комп'ютерних лабораторій, обладнаних сучасними комп'ютерами, нове приміщення бібліотеки загальною площею 700 кв.м. з бібліотечним фондом 85830 примірників, читальна зала для студентів, оснащена новими меблями, зала періодичних видань, інформаційно-бібліографічний відділ, каталоги, читальна зала для дипломного проектування, абонемент та фонд абонементу, художня майстерня ландшафтного дизайну, музей університету, кіноконцертний зал на 300 посадкових місць загальною площею 324 кв.м. тощо. Для забезпечення навчального процесу університетом створені та відповідно обладнані власним інвентарем 143 навчальних аудиторій, лабораторій та кабінетів.

Східноєвропейським університетом економіки і менеджменту обладнаний технічний центр з достатньою кількістю комп'ютерних лабораторій, а саме: лабораторією інформаційних технологій; лабораторією моделювання економічної динаміки; лабораторією управління економічним розвитком підприємств; лабораторією систем обліку і аудиту; лабораторією інформаційних систем в менеджменті; лабораторією дистанційної освіти; лабораторією базової комп'ютерної підготовки; лінгвістичною лабораторією; лабораторією мультимедійних засобів; Інтернет-лабораторією; електронною бібліотекою тощо.

Загальний фонд навчальної та наукової літератури бібліотеки становить 85830 примірників. З кожної з дисциплін навчального плану спеціальності передбачено базові підручники, фахові і навчальні посібники з грифом МОН України, які є в достатній кількості в бібліотечному фонді СУЕМ. При поповненні фонду навчальної літератури для спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» особлива увага зосереджується на нових виданнях базових вищих навчальних закладів даного напрямку – зокрема видавництво КНЕУ.

Забезпеченість студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» підручниками, навчальними посібниками, що містяться у власній бібліотеці, складає 100%.

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

Фонд бібліотеки комплектується також за рахунок періодичних видань. Всього на 2015-2016 н.р. передплачено 122 назв газет та журналів з усіх напрямів діяльності університету, в т.ч. фахового спрямування для заявленої спеціальності, серед яких: «Маркетинг в Україні», «Актуальні проблеми економіки (укр.)», «Логістика», «Стандартизація, сертифікація, якість», «Вісник СУЕМ», «Економіка України», «Економіка і прогнозування», «Маркетинг і реклама», «Бренд-менеджмент».

Наявна кількість навчальної літератури відповідає нормативним показникам, що дозволяє забезпечити студентів відповідними підручниками і навчальними посібниками.

В університеті створено потужний видавничий центр, оснащений сучасною комп'ютерною та копіювальною технікою, поліграфічним обладнанням. Видавничий центр повністю забезпечує випуск власних методичних розробок, конспектів лекцій, робочих зошитів, допоміжного навчального матеріалу.

Наявна соціальна інфраструктура (їдальня, буфет, медичний центр, спортивний зал та майданчики, тренажерний зал тощо) відповідає нормативним вимогам щодо підготовки фахівців зазначеного рівня.

Експерти перевірили повноту і вірогідність документів, що характеризують стан матеріально-технічної бази та прийшли до висновку, що вони відповідають вимогам та дозволяють вести підготовку магістрів зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг».

#### **7. Якість підготовки і використання випускників**

Підсумки поточних заліково-екзаменаційних сесій, результати контрольних вимірювань залишкових знань студентів у процесі виконання ККР під час самоаналізу та акредитаційної експертизи у цілому засвідчили достатній рівень знань, умінь і навичок, показаний студентами спеціальності 8.03050701 «Маркетинг».

Результати захисту магістерських дипломних робіт студентами денного відділення свідчать про достатній рівень якості їх виконання: 2012-2014 рр.

(середній показник успішності становить 100%, якості – 65,0%), 2015-2016 н.р. (середній показник успішності становить 100%, якості – 70,0%), що відповідає нормативним вимогам. Керівництво магістерськими дипломними роботами покладено на науково-педагогічних працівників відповідної кваліфікації. Якість виконаної роботи відображено у відгуках та рецензіях.

Експертами було проаналізовано 20% магістерських дипломних робіт. Розбіжність між оцінками закладу освіти та експертною оцінкою складає (в балах): мінус 0,17 балів.

Проведений експертами аналіз звітів про виробничу практику та переддипломну практику студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» дозволяє констатувати, що вони відображають основні положення програми практики, висновки та пропозиції студентів. Тематика і завдання переддипломної практики відповідають визначеній тематиці магістерських дипломних робіт.

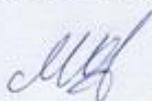
Експертами було проаналізовано 20% звітів з виробничої практики та переддипломної практики студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг». Розбіжність між оцінками закладу освіти та експертною оцінкою складає (в балах): мінус 0,15 балів.

Аналіз рівня гуманітарної підготовки студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» з дисциплін: глобальна економіка, інноваційний розвиток підприємства, соціальна відповідальність, проведений в ході ККР під час акредитаційної експертизи, свідчить, що в цілому абсолютна успішність складає 100 %, якість – 67,5 %. Ці ж показники під час самоаналізу були відповідно 100 % і 69,2%.

Комісія констатує, що рівень знань студентів з циклу гуманітарних дисциплін спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» засвідчує, що майбутні фахівці володіють необхідним обсягом теоретичних знань, вмінь та можуть їх застосовувати на практиці під час вирішення економічних завдань, ситуаційних задач.

Аналіз рівня професійної та практичної підготовки студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» з дисциплін: логістичний менеджмент, рекламний менеджмент, маркетинговий аналіз, проведений в ході ККР під час акредитаційної

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

експертизи, свідчить, що в цілому абсолютна успішність складає 100 %, якість – 68,9 %. Ці ж показники під час самоаналізу були відповідно 100% і 70,0 %.

Комісія констатує, що студенти спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» обізнані з теоретичних та практичних питань розробки маркетингових планів і програм для підприємств, компаній та фірм, розробки та проведення маркетингових досліджень, планування та організації маркетингових заходів, вміти аналізувати стан кон'юнктури ринку та конкуренції, знаходити шляхи вирішення завдань щодо підвищення економічної ефективності діяльності підприємства.

Результати освітньої діяльності університету щодо рівня підготовки фахівців зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» та їх відповідність вимогам акредитації подається в таблиці 7.1.

Робота щодо працевлаштування випускників має різноманітний характер. Це постійна участь університету у регіональних ярмарках вакансій, співпраця на договірних умовах з кадровими агенціями, обласним центром зайнятості, підприємствами, установами та організаціями міста Черкаси та області. Згідно представлених відомостей, середній відсоток працевлаштування за фахом у період між акредитаціями складав 90%, що вказує на необхідну якість підготовки випускників, які користуються попитом на ринку праці. Зворотній зв'язок з випускниками спеціальності здійснюється шляхом письмового, усного, електронного спілкування, під час опитування для актуалізації рекламних матеріалів зі спеціальності, улаштування студентів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» для проходження практики в установи, де працюють випускники спеціальності.

Таким чином, якість підготовки відповідає державним вимогам МОН України щодо акредитації за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг».

Таблиця 7.1.

**Зведена відомість**  
**РЕЗУЛЬТАТИ ВИКОНАННЯ КОМПЛЕКСНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ**  
**студентами спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» Східноєвропейського університету економіки і менеджменту**

№ п/п	Дисципліна	Шифр і назва спеціальності	Група	Кількість студентів	Виконували ККР		Одержали оцінки при акредитаційній експертизі (кількість, %)					Абсолютна успішність, %	Якість, %	Самоаналіз			
					Кількість	%	5	4	3	2	1			Абсолютна успішність, %	Якість, %		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			
За циклом гуманітарних дисциплін																	
1.	Глобальна економіка	8.03050701 «Маркетинг»	ММ-01	10	10	100%	2	20,0%	5	50,0%	3	30,0%	-	-	100%	70,0%	100%
2.	Інноваційний розвиток підприємства		ММ-91	10	10	100%	3	30,0%	5	50,0%	2	20,0%	-	-	100%	80,0%	100%
3.	Соціальна відповідальність		ММ-91	10	10	100%	1	10,0%	6	60,0%	3	30,0%	-	-	100%	70,0%	100%
<b>Всього за циклом</b>				<b>40</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>17,5%</b>	<b>20</b>	<b>50,0%</b>	<b>13</b>	<b>32,5%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>	<b>67,5%</b>	<b>100%</b>
За циклом дисциплін професійної та практичної підготовки																	
1.	Логістичний менеджмент	8.03050701 «Маркетинг»	ММ-01	10	10	100%	2	20,0%	4	40,0%	4	40,0%	-	-	100%	60,0%	100%
			ММ-91	10	9	90,0%	2	22,2%	5	55,6%	2	22,2%	-	-	100%	77,8%	100%
2.	Рекламний менеджмент		ММ-01	10	10	100%	2	20,0%	4	40,0%	4	40,0%	-	-	100%	60,0%	100%
		ММ-91	10	10	100%	2	20,0%	6	60,0%	2	20,0%	-	-	100%	80,0%	100%	
3.	Маркетинговий аналіз	ММ-01	10	9	90,0%	3	33,3%	3	33,3%	3	33,3%	-	-	100%	66,6%	100%	
		ММ-91	10	10	100%	3	30,0%	4	40,0%	3	30,0%	-	-	100%	70,0%	100%	
<b>Всього за циклом</b>				<b>60</b>	<b>58</b>	<b>96,7%</b>	<b>14</b>	<b>24,1%</b>	<b>26</b>	<b>44,8%</b>	<b>18</b>	<b>31,1%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>	<b>68,9%</b>	<b>100%</b>
<b>Всього</b>				<b>100</b>	<b>98</b>	<b>98,0%</b>	<b>21</b>	<b>21,5%</b>	<b>46</b>	<b>46,9%</b>	<b>31</b>	<b>31,6%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>	<b>68,4%</b>	<b>100%</b>

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

## 8. Перелік попередніх зауважень контролюючих органів та заходи з їх усунення

Згідно Наказу Міністерства освіти і науки України від 21.02.2011 р. № 281 л та постанови Кабінету Міністрів України від 09.08.2001 р. № 978 «Про затвердження Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах» експертна комісія, розглянувши подану Східноєвропейським університетом економіки і менеджменту справу щодо проведення акредитаційної експертизи підготовки фахівців спеціальності «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр», провела експертне оцінювання відповідності освітньої діяльності даного вищого навчального закладу державним вимогам щодо спроможності здійснювати освітню діяльність за спеціальністю «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр».

Експертна комісія здійснила експертну перевірку діяльності Східноєвропейського університету економіки і менеджменту.

Ретельно вивчивши умови та правила провадження освітньої діяльності у Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту, комісія зробила позитивний висновок.

Разом з тим експерти вважають за необхідне висловити окремі зауваження та рекомендації, які не впливають на загальний позитивний висновок щодо акредитації, але сприятимуть удосконаленню освітньої діяльності за зазначеною спеціальністю, а саме:

- продовжити роботу щодо вдосконалення методичних рекомендацій з організації самостійної роботи студентів з дисциплін професійної підготовки згідно вимог КМСОНП та активізувати впровадження інтерактивних методів навчання, виходячи з вимог Болонського процесу;
- продовжити роботу щодо поповнення та оновлення бібліотечного фонду університету фаховою літературою професійного спрямування;

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

- активізувати роботу щодо проведення науково-дослідної роботи за замовленням підприємств;
- здійснити заходи щодо залучення студентів – магістрів до участі у наукових конференціях у інших вищих навчальних закладах;
- продовжити роботу щодо активізації підготовки науково-педагогічних працівників через аспірантуру університету.

По суті висловлених зауважень та пропозицій випусковою кафедрою було розроблено план, який містив заходи щодо усунення зауважень експертів і види робіт, сформованих з урахуванням висловлених експертами пропозицій. На виконання зауважень експертів було зроблено наступне:

1. За міжкредитаційний період проведено комплекс робіт:

1.1. З метою реалізації наказу МОН України від 17.09.2014 р. № 1050 «Про визнання таким, що втратив чинність, наказ МОН України від 30.12.2005 р. № 774 «Про впровадження кредитно-модульної системи організації навчального процесу (КМСОНП)» та наказу МОН України від 26.01.2015 р. № 47 «Про особливості формування навчальних планів на 2015/2016 н.р.»: внесено корективи в робочі програми навчальних дисциплін, систему оцінювання знань, навчальні видання для студентів, у т.ч. в методичне забезпечення самостійної роботи студентів (СРС) та оцінювання результатів її виконання; уведено в дію внутрішній стандарт університету «Вимоги до змісту і структури методичних вказівок для студентів до вивчення навчальної дисципліни» (чинні від 01.11.2015 р.), в які включено розділ, що містить вимоги до організації СРС, формулювання завдань СРС, оформлення методичної документації з СРС, оформлення результатів виконання СРС, а також форми перевірки виконання завдань СРС; доопрацьовано розділ «СРС» у складі НМКД для навчальних дисциплін професійної підготовки фахівців, зокрема, уточнено види і форми СРС; чітко сформульовані завдання з використанням форми інфінітива (наприклад: ознайомитися, порівняти, проаналізувати, законспектувати, розв'язати, зробити схему тощо) для самостійної роботи, зазначено зміст навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання, рекомендовану

літературу, форми подання звіту та контролю за виконанням (наприклад: тестування, усне опитування, захист реферату, перевірка виконання вправ, розв'язання задач, конспекту та ін.).

1.2. У частині впровадження інтерактивних методів навчання виходячи з вимог Болонського процесу: продовжується використання в освітньому процесі мультимедійних технологій, засобів дистанційного навчання в СДО «Прометей», відеоконференцій, контролю знань в електронному форматі та ін.; лекції, тести та методичні вказівки в електронному варіанті доступні для інтерактивного навчання в програмі «Прометей»; проводяться дистанційні інтерактивні консультації студентів, використовуючи Skype та e-mail; проводяться інтерактивні лекції в рамках роботи освітньо-інформаційного клубу «Інвестор», де лекції проводять фахівці-практики поза навчальною програмою.

2. За міжкредитаційний період для забезпечення навчального плану підготовки фахівців з маркетингу фаховою літературою професійного спрямування було придбано 42 назви підручників і навчальних посібників. Зокрема, у 2011/2015 н.р. бібліотечний фонд поповнено новими позиціями, що стосуються навчальних дисциплін підготовки магістрів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг»: Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг; Турченко М.О., Швець М.Д. Маркетинг; Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент; Крикавський Є.В., Дейнега І.О., Дейнега О.В., Лорві І.Ф. Маркетинговий менеджмент; Ромат Є.В. Бренд-менеджмент; Штефан Д.А. Маркетинговий аналіз; Балабан П.Ю. Комерційна діяльність; Божкова В.В. Мерчандайзинг; Крикавський Є.В., Чернописька Н.В. Логістичні системи; Тягунова Н.М. Торговельна логістика; Григорак М.Ю., Марчук В.Є., Косарев О.Й., Ремига Ю.С. Логістичний інжиніринг та ін.

На кафедральному ПК сформовано базу наукових публікацій в електронному форматі з тематики навчальних дисциплін підготовки магістрів, які також використовуються при підготовці магістерських дипломних робіт.

3. Студенти спеціальності «Маркетинг» приймають участь у студентському

науковому гуртку «Маркетолог» та у роботі «Центру маркетингових досліджень», який є структурним підрозділом Департаменту інформаційної політики університету та створений з метою підвищення ефективності інформаційної та рекламної діяльності. До Центру маркетингових досліджень надходять замовлення від підприємств міста Черкаси щодо досліджень ринку. Студенти, під час проходження практики у Центрі: досліджують ефективність рекламної діяльності підприємств; здійснюють постійний моніторинг засобів інформації та співпраці з друкованими виданнями, рекламними агенціями, Інтернет ресурсами для створення та поширення позитивної інформації про товари та послуги, які надаються підприємствами; розробляють анкети та проводять опитування серед споживачів з метою покращення якості товарів та послуг, які надають підприємства; приймають участь у промоційних заходах, які ініціюються підприємствами з метою просування товарів та послуг на ринок; аналізують дані після проведених маркетингових досліджень та на їх основі здійснюють планування подальшої маркетингової діяльності підприємств.

4. За акредитаційний період студенти – магістри приймали участь у наукових конференціях вищих навчальних закладів України

5. В університеті за рішенням Міністерства освіти і науки України (наказ № 461 від 25 квітня 2013 р.) діє аспірантура зі спеціальності 08.00.11 – «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці», а з жовтня 2013 р. відкрито спеціалізовану вчену раду із захисту дисертаційних досліджень зі спеціальності 08.00.11 – «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці». З початку роботи спеціалізованої вченої ради К 73.138.02 захищено 36 дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, це науковці з Черкас, Запоріжжя, Дніпропетровська, Харкова, Жовтих Вод, Києва, Львова.

В аспірантурі університету за спеціальністю 08.00.11 – «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» навчаються науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу.

В спеціалізованій вченій раді із захисту дисертаційних досліджень зі спеціальності 08.00.11 – «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» Дьячук І.В. захистила дисертацію на тему «Моделювання промоційної діяльності підприємств виноробної галузі», 2015 р.

#### **9. Опис внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту**

Система забезпечення Університетом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти передбачає здійснення таких процедур і заходів: визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти; здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу; забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників університету і здобувачів вищої освіти; інших процедур і заходів.

Комісія відмічає, що питання розробки найбільш ефективної системи управління якістю освітньої діяльності знаходяться під постійною увагою та постійним контролем ректорату.

#### **ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ**

Акредитаційна експертиза щодо спроможності Східноєвропейського університету економіки і менеджменту вести підготовку фахівців за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» була проведена відповідно до постанови Кабінету

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

Міністрів України від 9 серпня 2001 року №978 «Про затвердження Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах».

На підставі поданих на акредитацію матеріалів Східноєвропейського університету економіки і менеджменту та перевірки результатів діяльності на місці, експертна комісія дійшла висновку, що програма освітньої підготовки магістрів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» з ліцензованим обсягом 10 (десять) осіб за денною формою навчання та 10 (десять) осіб за заочною формою навчання у Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту, його кадрове, навчально-методичне та матеріально-технічне забезпечення в цілому відповідають встановленим вимогам до названого рівня і можуть забезпечити державну гарантію якості освіти.

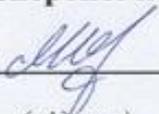
Спеціальність 8.03050701 «Маркетинг» може бути акредитована за зазначеним рівнем.

Вважаємо за необхідне висловити наступні зауваження та пропозиції, які не впливають на рішення про акредитацію, але дозволять удосконалити якість підготовки магістрів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» у Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту:

- активізувати роботу викладачів кафедри з підготовки підручників, навчальних посібників, методичних рекомендацій щодо підготовки нормативних і варіативних дисциплін фахової підготовки маркетологів;
- завершити роботу по формуванню методичних комплексів з варіативних дисциплін фахової підготовки магістрів-маркетологів у відповідності з галузевими вимогами з урахуванням галузевих та регіональних особливостей розвитку економіки області;
- з метою ефективного використання наукового потенціалу кафедри зосередити увагу на встановлення зв'язків з провідними навчальними закладами, науково-дослідними установами та передовими підприємствами для підвищення кваліфікації та вивчення досвіду з організації та ведення учбового процесу;

- посилити роботу щодо формування електронної бази сучасної фахової навчально-методичної літератури а також створення електронних підручників та посібників для студентів спеціальності «Маркетинг»;
- забезпечити впровадження комп'ютерного тестування студентів з нормативних і варіативних дисциплін підготовки магістрів з маркетингу.

Голова експертної комісії:

  
 \_\_\_\_\_  
 (підпис)

**Окландер Михайло Анатолійович** – завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету, доктор економічних наук, професор

Експерт:

  
 \_\_\_\_\_  
 (підпис)

**Пилипчук Володимир Петрович** – заступник завідувача кафедри маркетингу Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», кандидат економічних наук, професор

«25» березня 2016 року

З експертними висновками ознайомлений:

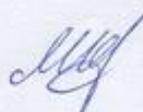
Ректор  
 Східноєвропейського університету  
 економіки і менеджменту





Л.О. Шпак

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

**Порівняльна таблиця відповідності освітньої діяльності  
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту  
спеціальності 8.03050701 «Маркетинг»  
критеріям та вимогам МОН України**

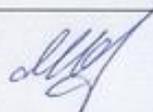
№ п/п	Показники	Норма	Факт	Відхилення
1	2	3	4	5
<b>1. Загальні вимоги</b>				
1.1	Концепція діяльності за заявленим напрямом (спеціальністю), погоджена з обласною державною адміністрацією	+	+	-
1.2.	Заявлений ліцензований обсяг (денна форма навчання/заочна форма навчання)	10/10	9/8	1/2
<b>2. Кадрове забезпечення підготовки фахівців заявленої спеціальності</b>				
2.1.	Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин гуманітарних дисциплін навчального плану спеціальності (% від кількості годин)	95	100	+5
	у тому числі які працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи	50	100	+50
2.2.	Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин фундаментального циклу дисциплін навчального плану спеціальності (% від кількості годин) (за винятком військових навчальних дисциплін)	95	-	не передбачено навчальним планом
	у тому числі які працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи	50		
	з них: докторів наук або професорів (при розрахунку частки докторів наук або професорів дозволяється прирівнювати двох кандидатів наук, доцентів, які мають стаж безперервної науково-педагогічної роботи в даному навчальному закладі не менше 10 років, а також є авторами (співавторами) підручників або навчальних посібників з грифом Міністерства освіти і науки України або монографій, до одного доктора наук або професора)	40, але не менше ніж 1 доктор наук або професор на 25 осіб ліцензованого обсягу		

2.3	Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступеннями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин фахових дисциплін навчального плану спеціальності (% від кількості годин)	95	100	+5
	у тому числі які працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи	50	73,0	+23,0
	з них: докторів наук або професорів (при розрахунку частки докторів наук або професорів дозволяється прирівнювати двох кандидатів наук, доцентів, які мають стаж безперервної науково-педагогічної роботи в даному навчальному закладі не менше 10 років, а також є авторами (співавторами) підручників або навчальних посібників з грифом Міністерства освіти і науки України або монографій, до одного доктора наук або професора)	40, але не менше ніж 1 доктор наук або професор на 25 осіб ліцензованого обсягу	50,0	+10,0 (два докто ра наук, профе сора)
2.4.	Частка педагогічних працівників вищої категорії, які викладають лекційні години дисциплін навчального плану спеціальності та працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи (% від кількості годин для кожного циклу дисциплін навчального плану)	-	-	-
2.5.	Наявність кафедри з фундаментальної підготовки	+	+	-
2.6.	Наявність кафедри зі спеціальної (фахової) підготовки, яку очолює фахівців відповідної науково-педагогічної спеціальності:	+	+	-
	доктор наук або професор	+	+	-
	кандидат наук, доцент	-	-	-
<b>3. Матеріально-технічна база</b>				
3.1	Забезпеченість лабораторіями, полігонами, обладнанням, устаткуванням, необхідним для виконання навчальних програм (у % від потреби)	100	100	-
3.2	Забезпеченість студентів гуртожитком (в % від потреби)	70	100	+30
3.3	Кількість робочих комп'ютерних місць на 100 студентів (крім спеціальностей, які належать до галузей знань 0102 „Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини” і 0202 „Мистецтво”, крім спеціальності „Дизайн”)	12	12,1	+0,1

3.4	Наявність пунктів харчування	+	+	-
3.5	Наявність спортивного залу	+	+	-
3.6	Наявність стадіону або спортивного майданчика	+	+	-
3.7.	Наявність медичного пункту	+	+	-
<b>4. Навчально-методичне забезпечення</b>				
4.1	Наявність освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівця (у т.ч. варіативної компоненти)	+	+	-
4.2	Наявність освітньо-професійної програми підготовки фахівця (у т.ч. варіативної компоненти)	+	+	-
4.3	Наявність навчального плану, затвердженого в установленому порядку	+	+	-
4.4	Наявність навчально-методичного забезпечення для кожної дисципліни навчального плану (% від потреби):			
4.4.1	Навчальних і робочих навчальних програм дисциплін	100	100	-
4.4.2	Планів семінарських, практичних занять, завдань для лабораторних робіт (% від потреби)	100	100	-
4.4.3	Методичних вказівок і тематик контрольних, курсових робіт (проектів)	100	100	-
4.5	Наявність пакетів контрольних завдань для перевірки знань з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної та фахової підготовки (% від потреби)	100	100	-
4.6	Забезпеченість програмами усіх видів практик (% від потреби)	100	100	-
4.7	Наявність методичних указівок щодо виконання дипломних робіт (проектів), державних екзаменів	+	+	-
4.8	Дидактичне забезпечення самостійної роботи студентів (у т.ч. з використанням інформаційних технологій), (% від потреби)	100	100	-
4.9	Наявність критеріїв оцінювання знань і вмінь студентів	+	+	-
<b>5. Інформаційне забезпечення</b>				
5.1	Забезпеченість студентів підручниками, навчальними посібниками, наявними у власній	100	100	-

	бібліотеці (% від потреби)			
5.2	Співвідношення посадкових місць у власних читальних залах до загальної чисельності студентів (% від потреби)	5	6	+1
5.3	Забезпеченість читальних залів фаховими періодичними виданнями	8	9	+1
5.4	Можливість доступу викладачів і студентів до Інтернет як джерела інформації: - наявність обладнаних лабораторій - наявність каналів доступу	+ +	+ +	- -
<b>6. Організація наукової роботи</b>				
6.1.	Наявність у структурі навчального закладу наукових підрозділів	+	+	-
6.2.	Участь студентів у науковій роботі (наукова робота на кафедрах та в лабораторіях, участь в наукових конференціях, конкурсах, виставках, профільних олімпіадах тощо)	+	+	-
<b>Якісні характеристики підготовки фахівців</b>				
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 підготовки:			
2.1.1.	Успішно виконані контрольні завдання, %	90	100	+10,0
2.1.2.	Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50	67,5	+17,5

Голова експертної комісії



М.А. Окландер

2.2.	Рівень знань студентів з природничо-наукової (фундаментальної) підготовки:			
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	+10,0
2.3.2.	Якісно виконані контрольні завдання (оцінки «5» і «4»), %	50	68,9	+18,9
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



М.А. Окландер

Член комісії



В.П. Пилипчук

Ректор




Л.О. Шпак

Голова експертної комісії



М.А. Окландер