

Результати анкетування по оцінюванню якості ОПП Маркетинг здобувачами вищої освіти

При оцінюванні рівня задоволеності навчанням за ОПП Маркетинг у ПДАУ (за п'ятибальною шкалою, де 5 - дуже задоволений, а 1-не задоволений) 60,3% респондентів вказали найвищий рівень задоволеності, 27,6% - високий рівень, 6,9% - достатній рівень і лише 1,7% та 3,4% вказали на низький рівень задоволеності і не задоволений відповідно.



Рис. 1. Рівень задоволеності навчанням за ОПП Маркетинг



Рис. 2. Обізнаність у понятті «індивідуальна освітня траєкторія»

На питання «Чи знайомі Ви з поняттям «індивідуальна освітня траєкторія?» 22,4 % студентів відповіли – «Ні» і 77,6 % – «Так».

3. Чи мали Ви можливість самостійно обрати освітні компоненти та ознайомитися з навчальним контентом освітніх компонентів вільного вибору студента.

58 відповідей

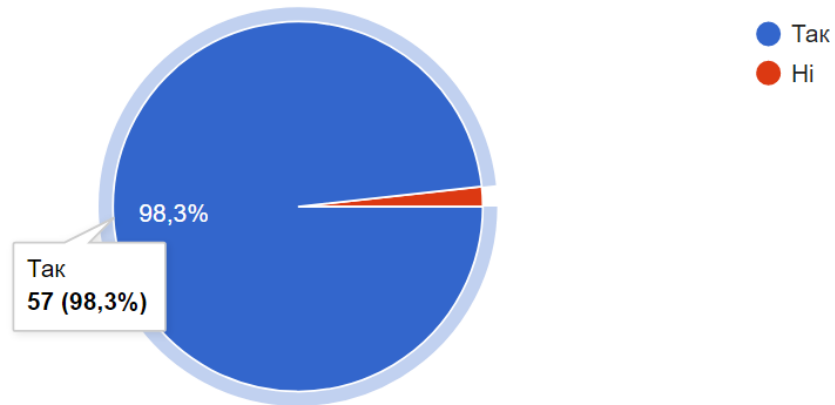


Рис. 3. Можливість самостійно обрати освітні компоненти та ознайомитися з навчальним контентом освітніх компонентів

При цьому 98,3 % вказали, що мали можливість самостійно обрати освітні компоненти та ознайомитися з навчальним контентом освітніх компонентів вільного вибору студента і лише 1,7 % - вказали, що такої можливості не мали.

4. Зрозумілість мети, цілей і очікуваних результатів вивчення дисциплін

[Копіювати](#)

58 відповідей

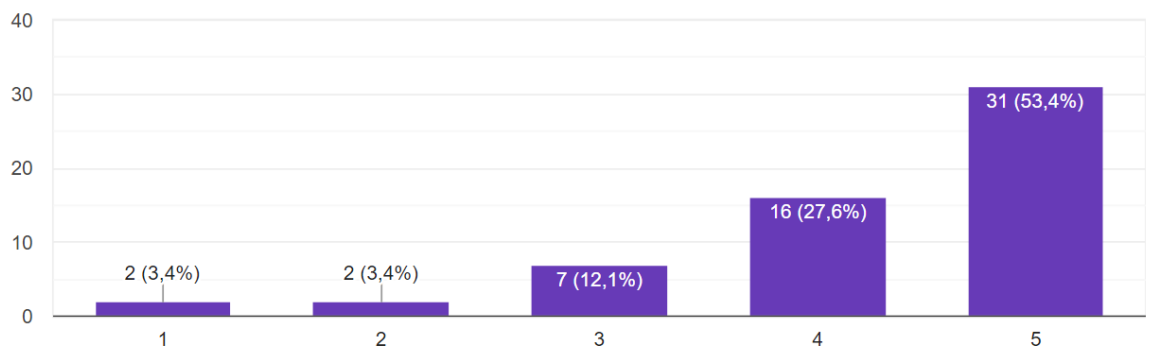


Рис. 4. Зрозумілість мети, цілей і очікуваних результатів вивчення дисциплін

Зрозумілість мети, цілей і очікуваних результатів вивчення дисциплін: 53,4 % респондентів оцінили у максимальну кількість балів, 27,6 % і 12,1 % - вказали як високий і добрий рівень зрозумілості. І лише 3,4 % вказали низький рівень зрозумілості і 3,4 % респондентів оцінили як не зрозуміло.



Рис. 5. Відповідність отриманих результатів вивчення дисциплін заявленим в них цілям

При цьому, оцінюючи відповідність отриманих результатів вивчення дисциплін заявленим в них цілям тих, хто не задоволений не було виявлено. 53,4 % вказали дуже високий рівень відповідності, 36,2 % - високий рівень і лише по 5,2 % вказали, що відповідає або лише частково відповідає.

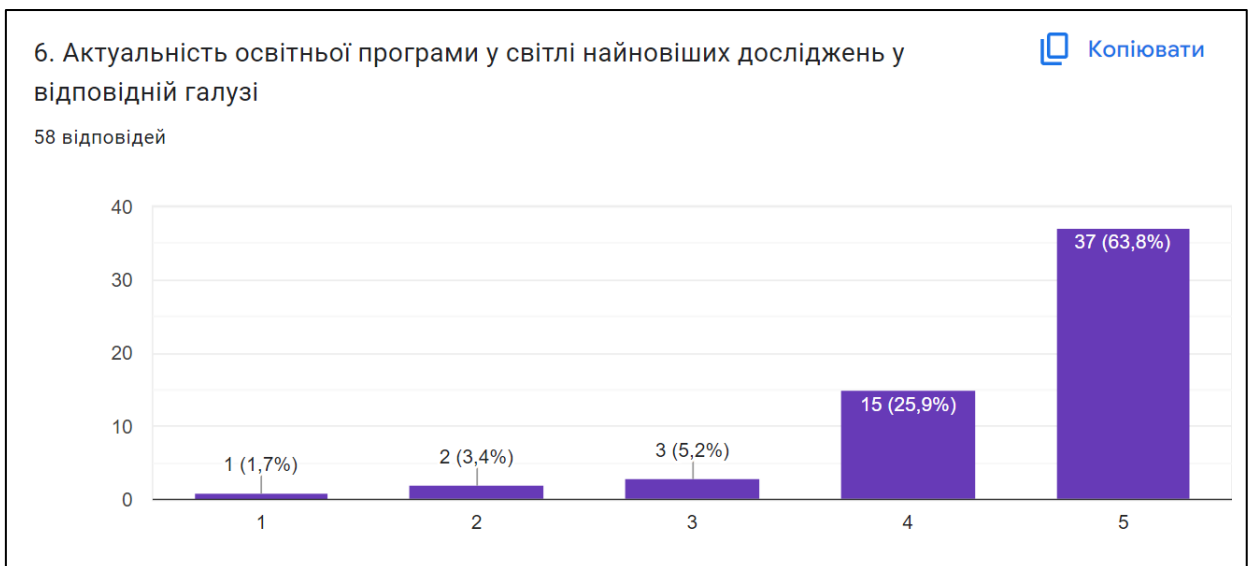


Рис. 6. Актуальність освітньої програми у світлі найновіших досліджень у відповідній галузі

Оцінюючи актуальність освітньої програми у світлі найновіших досліджень у відповідній галузі переважна більшість студентів (63,8 %) вказали дуже високий рівень актуальності, 25,9 % вказали, що ОП має високий рівень актуальності, а 5,2 % респондентів вказали, що є актуальною. І тільки 3,4 % та 1,7 % зазначили, що ОП має задовільний і не задовільний рівень актуальності відповідно.

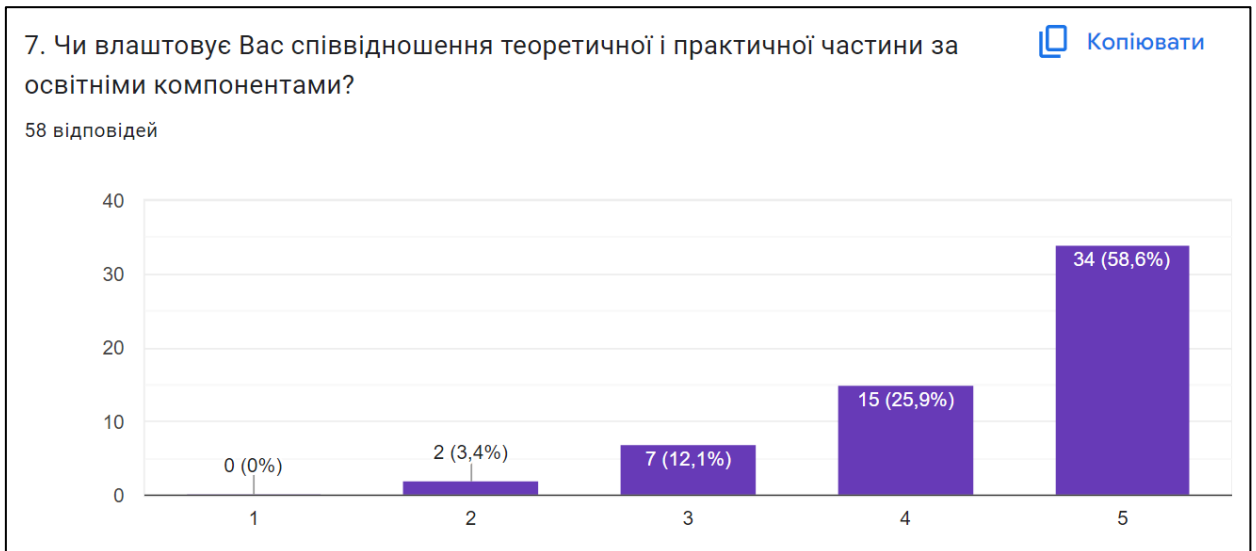


Рис. 7. Співвідношення теоретичної і практичної частини за освітніми компонентами

Співвідношення теоретичної і практичної частини за освітніми компонентами влаштовує усіх респондентів, при цьому 58,6 % оцінили це співвідношення найвищим балом, 25,9 % оцінили у чотири бали, а 12,1 % - у три бали і 3,4 % - у два бали.

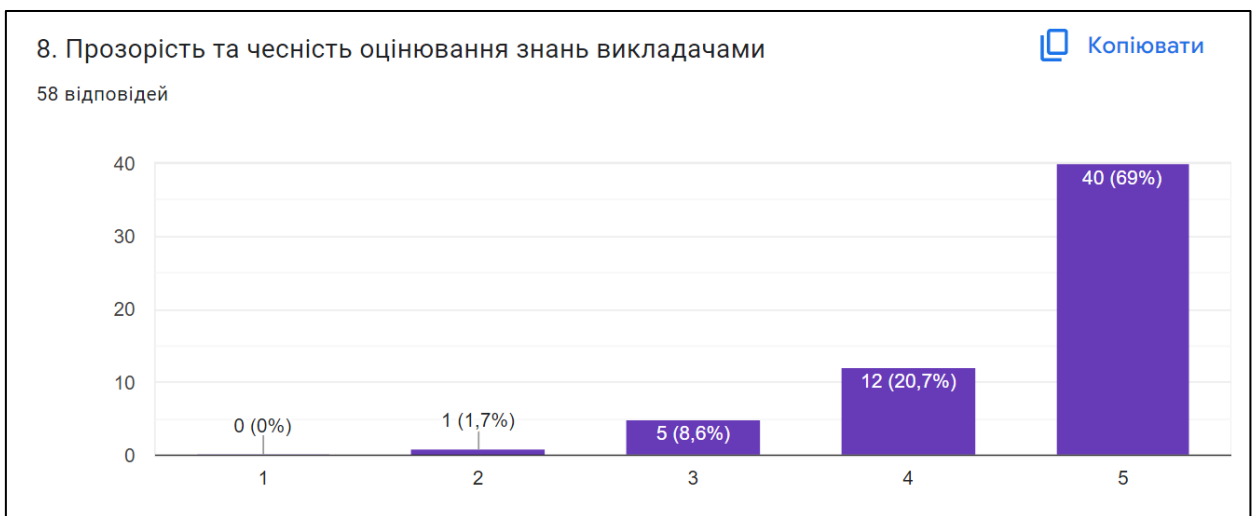


Рис. 8. Прозорість та чесність оцінювання знань викладачами

Також позитивною є оцінка студентів рівня прозорості та чесності оцінювання знань викладачами, коли 69,0 % вказали найвищий рівень прозорості та чесності, ще 20,7 % і 8,6 % зазначили, що викладачі оцінюють прозора і справедливо. І лише 1,7 % респондентів оцінили рівень прозорості як задовільний.

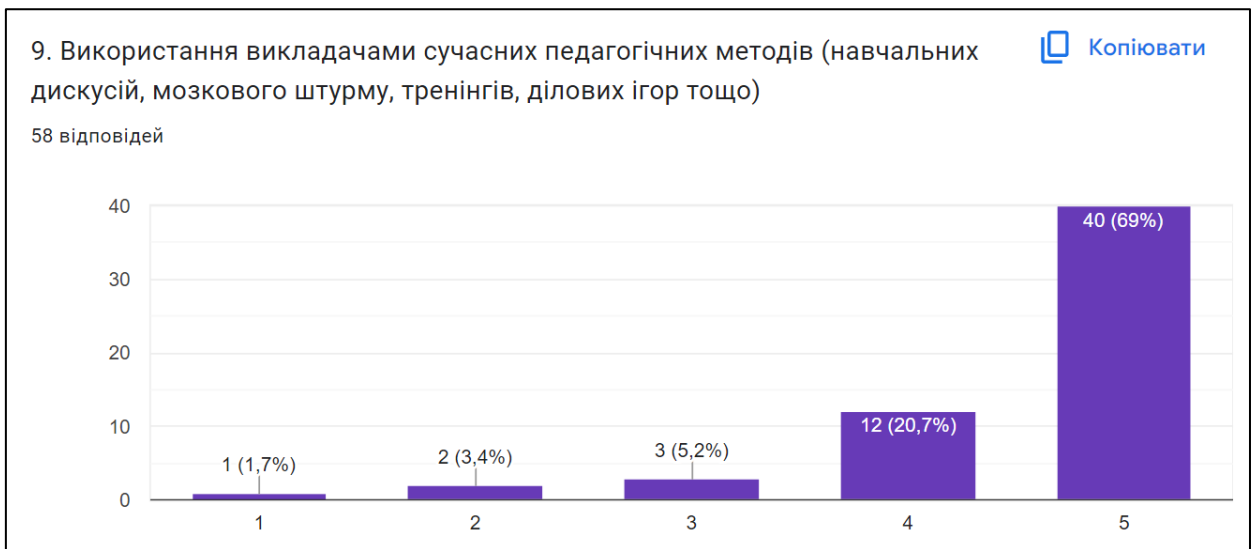


Рис. 9. Використання викладачами сучасних педагогічних методів (навчальних дискусій, мозкового штурму, тренінгів, ділових ігор тощо)

Використання викладачами сучасних педагогічних методів (навчальних дискусій, мозкового штурму, тренінгів, ділових ігор тощо) 69,0 % і 20,7 % оцінили як дуже високий рівень і високий, 5,2 % та 3,4 % як добрий і задовільний. І лише 1,7 % респондентів оцінили як незадовільний рівень.

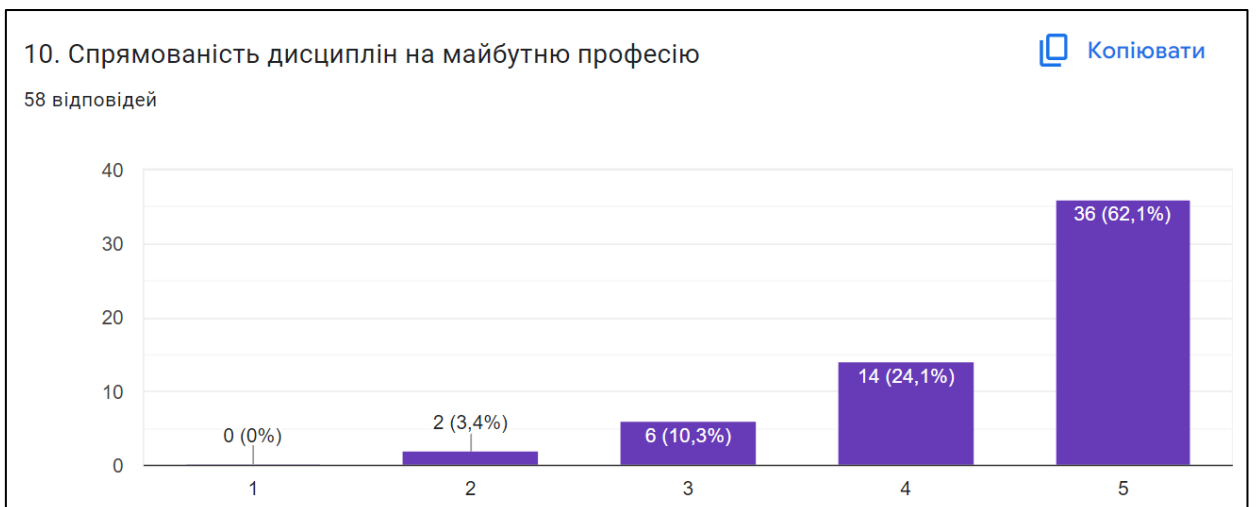


Рис. 10. Спрямованість дисциплін на майбутню професію

При цьому усі респонденти вказали, що дисципліни освітньої програми спрямовані на майбутню професію: 62,1 % і 24,1 % вказали дуже високий і високий рівень спрямованості, а 10,3 % та 3,4 % - добрий і достатній.

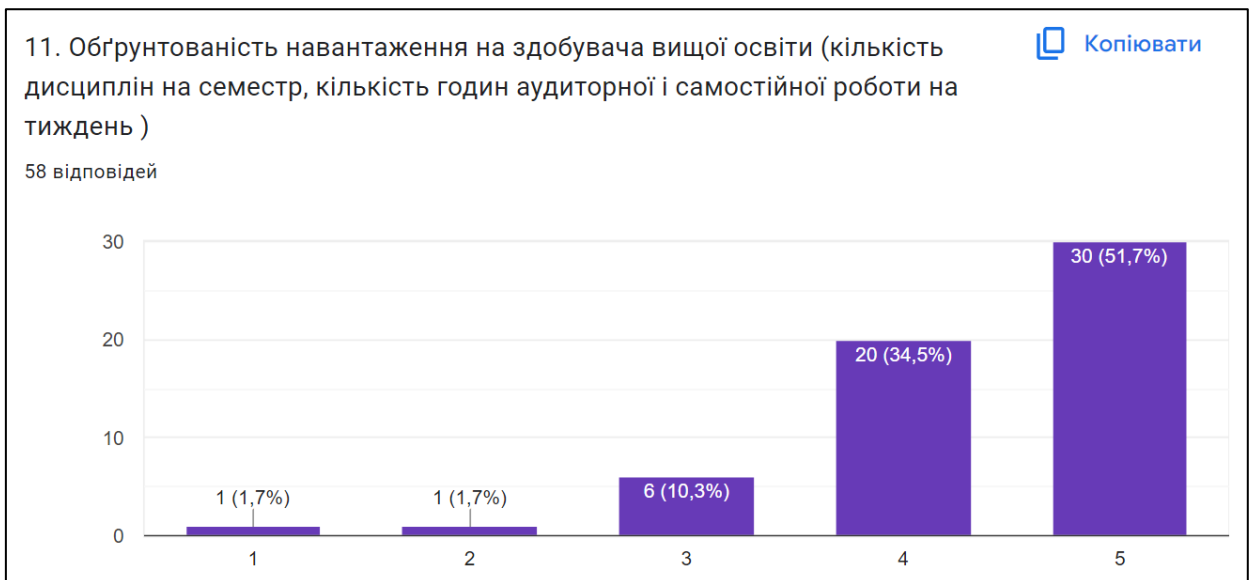


Рис. 11. Обґрунтованість навантаження на здобувача вищої освіти

Переважає більшість опитаних студентів позитивно оцінюють навантаження на здобувача вищої освіти (кількість дисциплін на семестр, кількість годин аудиторної і самостійної роботи на тиждень), 51,7 % - зазначило найвищий бал, 34,5 % - оцінило у чотири бали, 10,3 % - вказали три бали і по 1,7 % оцінили рівень навантаження як задовільно і не задовільно.

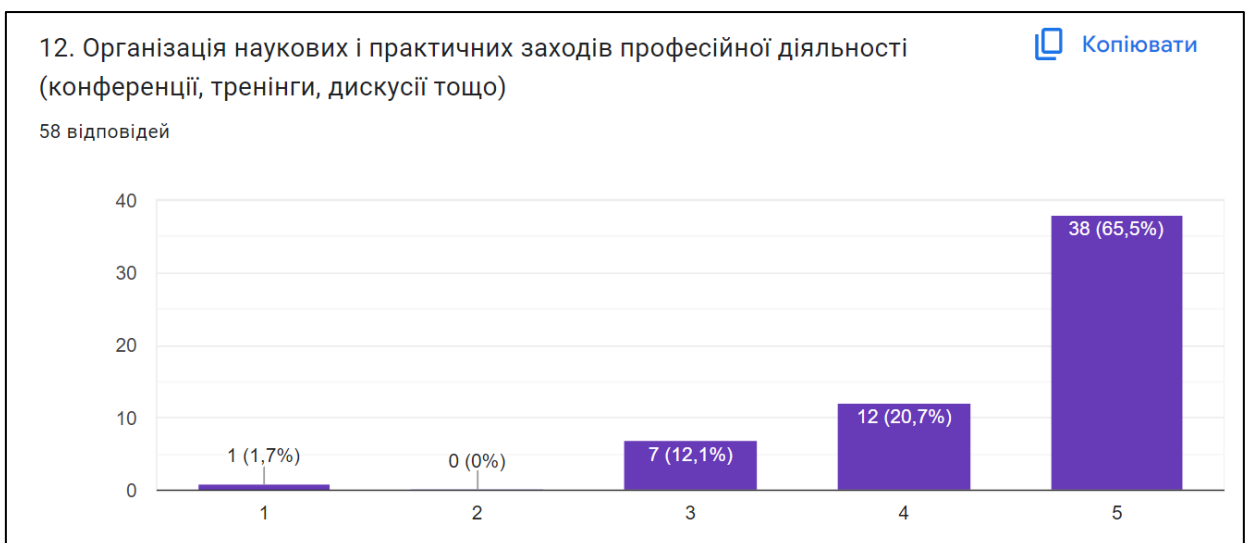


Рис. 12. Організація наукових і практичних заходів професійної діяльності

Понад 98 % респондентів позитивно оцінили організацію наукових і практичних заходів професійної діяльності і лише один студент (1,7 %) вказав не задовільний рівень.

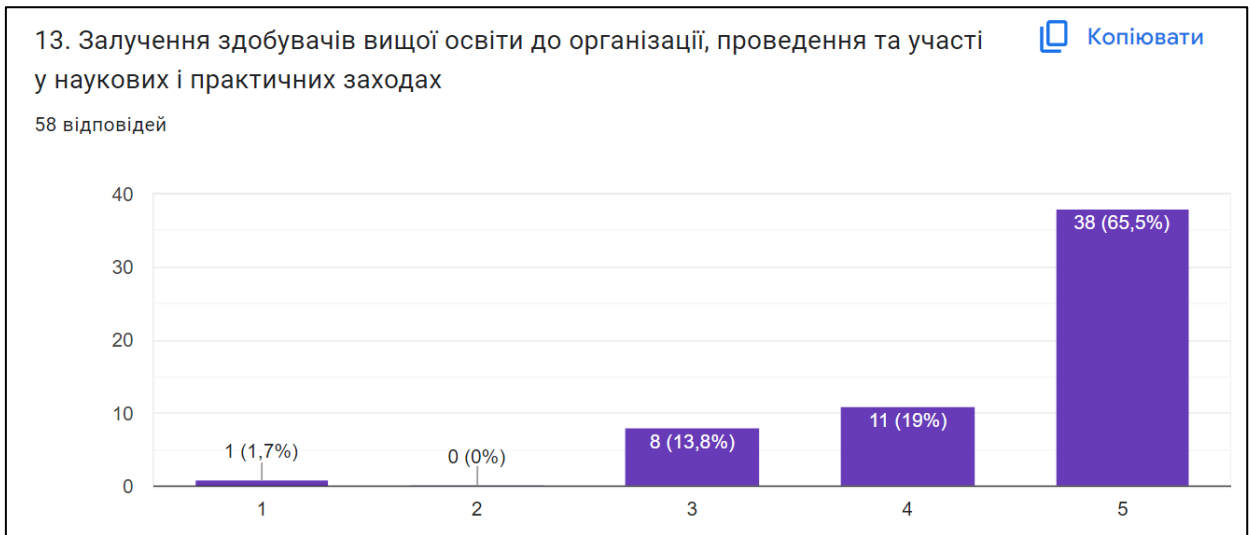


Рис. 13. Залучення здобувачів вищої освіти до організації, проведення та участі у наукових і практичних заходах

Залучення здобувачів вищої освіти до організації, проведення та участі у наукових і практичних заходах понад 98 % студентів-маркетологів ПДАУ також оцінили на високому і достатньому рівні. І один респондент вказав не задовільну оцінку.

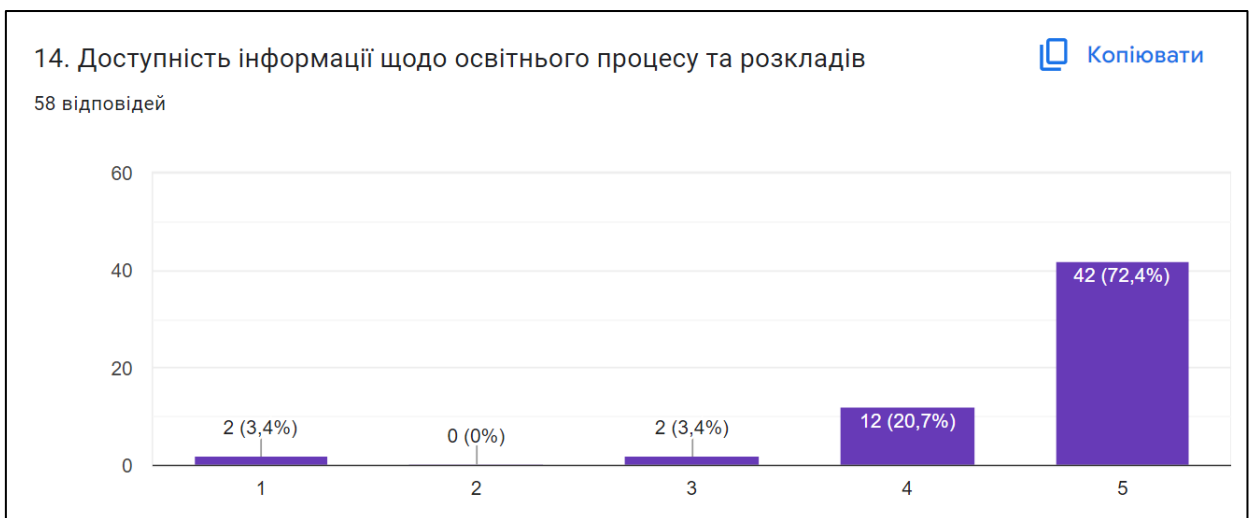


Рис. 14. доступність інформації щодо освітнього процесу та розкладу занять у ПДАУ

Оцінка доступність інформації щодо освітнього процесу та розкладу занять у ПДАУ також є позитивною, понад 96 % респондентів вказали високі оцінки і лише два студенти (3,4 %) вказали не задовільні.



Рис. 15. Доступність навчальної і наукової літератури бібліотеки університету, репозитарію

Доступність навчальної і наукової літератури бібліотеки університету, репозитарію студенти оцінили у високі бали (понад 96 %) і лише по одному студенту (що сумарно становить 3,4 %) вказало варіант із задовільним і не задовільним рівнем.

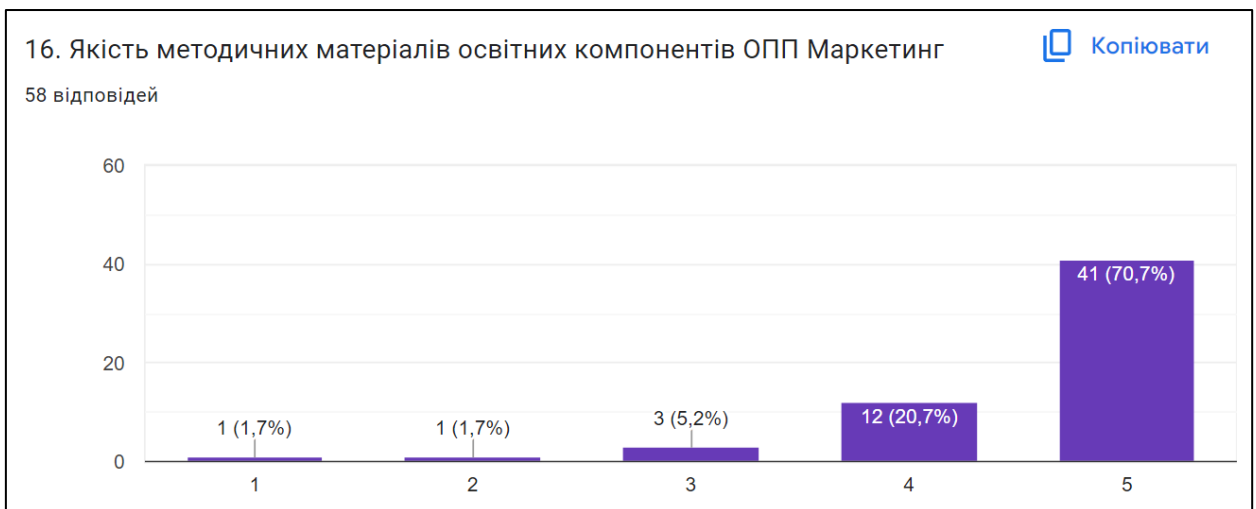


Рис. 16. Якість методичних матеріалів освітніх компонентів ОПП

Що стосується якості методичних матеріалів освітніх компонентів ОПП Маркетинг, то тут така ж ситуація: понад 96 % студентів оцінили її у високі бали; по одному студенту (що сумарно становить 3,4 %) вказало варіант із задовільним і не задовільним рівнем.



Рис. 17. Відповідність матеріально-технічного забезпечення дисциплін ОПП Маркетинг

Відповідність матеріально-технічного забезпечення дисциплін ОПП Маркетинг два студенти оцінили як не задовільно і задовільно, а переважна більшість (понад 96 %) вказали добрі, високі і дуже високі оцінки.



Рис. 18. Рівень залученості професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців до викладання та організації освітнього процесу

Рівень залученості професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців до викладання та організації освітнього процесу опитані студенти оцінили: 74,1 % - як дуже високий, 17,2 % - як високий і 8,6 % - як добрий.

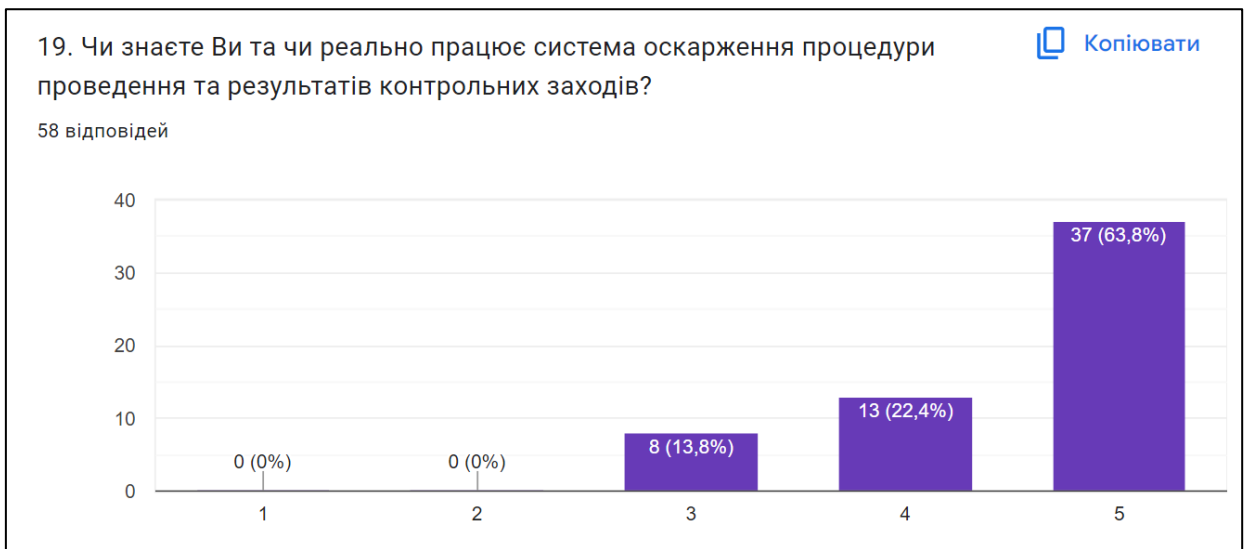


Рис. 19. Ситуація з обізнаністю і реальною дієвістю системи оскарження процедури проведення контрольних заходів та їх результатів

Така ж ситуація з обізнаністю і реальною дієвістю системи оскарження процедури проведення контрольних заходів та їх результатів. Усі респонденти оцінили на доброму, високому і дуже високому рівні.



Рис. 20. Наявність та зрозумілість процедури повторного проходження контрольних заходів

А що стосується наявності та зрозумілості процедури повторного проходження контрольних заходів, то 5,2 % респондентів вказали на задовільну оцінку, а 94,8 % оцінили на доброму, високому і дуже високому рівні.

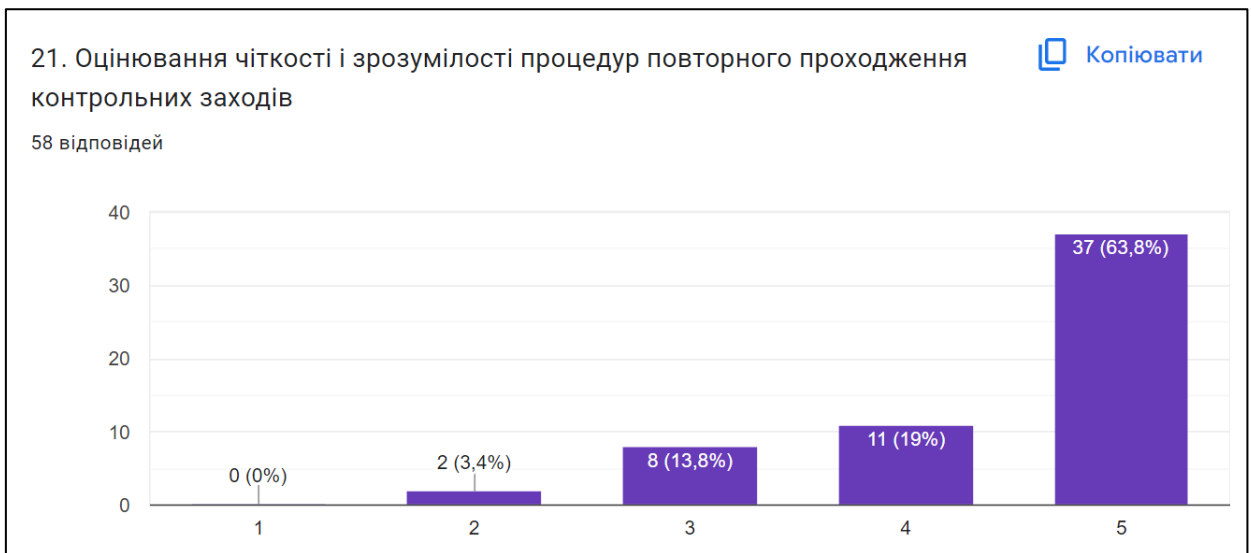


Рис. 21. Оцінювання чіткості і зрозумілості процедури повторного проходження контрольних заходів

При оцінюванні чіткості і зрозумілості процедури повторного проходження контрольних заходів, то відсоток студентів, які вказали задовільну оцінку нижчий – 3,4 %, а переважна більшість респондентів (96,6 %) оцінили на доброму, високому і дуже високому рівні.



Рис. 22. Робота персоналу деканату, кафедр, бібліотеки та інших відділів

Що стосується роботи персоналу деканату, кафедр, бібліотеки та інших відділів, то усі опитані відповіли, що цей персонал кваліфіковано та доброзичливо сприяє моєму навчанню. Оцінивши їх рівень сприяння 65,5 % дуже високо, 22,4 % - високо і 12,1 % - добре.

При визначенні рекомендації чи зауважень щодо якості ОПП Маркетинг отримали такі відповіді: «Підтримувати контакт зі здобувачами вищої освіти» (4 відповіді), «Деякі викладачі не чесно оцінюють студентів», «Додати ще

більше практичних завдань по типу «створення рекламного ролику», «Побільше тренінгів з цікавими особистостями для майбутніх студентів», «Бажаю аби в університеті з'явилися молоді та активні спеціалісти, які матимуть та здійснюватимуть вплив на студентів, будуть надавати мотивацію для розвитку а також викладатимуть оновлену програму навчання, розповідатимуть про нові звершення у сфері маркетингу, а також будуть задіювати студентів до всіляких цікавих проєктів та наукових досліджень».

І переважна більшість респондентів вказали варіанти все добре (все влаштовує, зауважень немає) – 35 відповідей.

Дані результати анкетування розглянуті на засіданні кафедри маркетингу (протокол №25 від 05.06.2023 року).