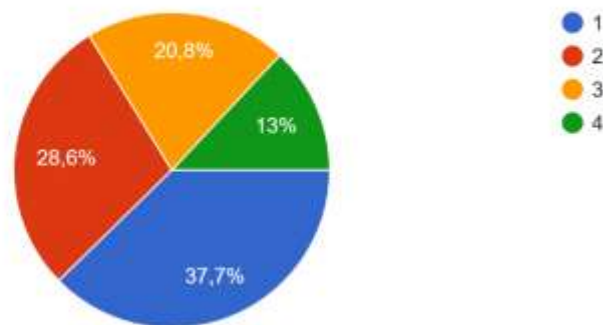


## Результати опитування учасників освітнього процесу щодо сильних та слабких сторін ОПП Маркетинг СВО Бакалавр

З метою поліпшення якості освітньої програми було проведено дослідження сильних та слабких сторін освітньо-професійної програми Маркетинг за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті. У анкетуванні прийняли участь 77 здобувачів вищої освіти, із них: 37,7 % – студенти 1 курсу; 28,6 % – 2 курсу; 20,8 – 3 курсу; 13 % – 4 курсу.

1. Зазначте курс, на якому Ви навчаєтесь

77 відповідей



Під час опитування здобувачі вищої освіти зазначили, що цілі і програмні результати навчання освітньо-професійної програми відповідають існуючим тенденціям розвитку галузі та сучасному ринку праці. Про це засвідчили 97,4 % здобувачів освітньої програми Маркетинг.

2. Цілі та програмні результати навчання за ОПП відображають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці

77 відповідей



Про це засвідчили 97,4 % здобувачів освітньої програми Маркетинг.

3. Реалізація ОПП передбачає конструктивну взаємодію з роботодавцями та провідними фахівцями галузі, які залучаються до освітнього процесу?

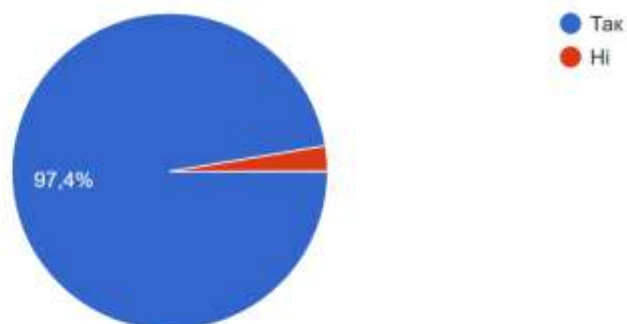
77 відповідей



Більшість опитаних респондентів (97,4 %) відзначили, що під час реалізації освітньої-професійної програми відбувається співпраця з роботодавцями та фахівцями даної галузі, що посилює дану освітню програму, робить її цікавішою та практикоорієнтованою.

4. Методи навчання за ОПП забезпечують студентоцентризований підхід та сприяють реалізації принципів академічної свободи?

77 відповідей



Окрім цього також було зауважено 97,4 % респондентами, що методи, засоби та технології навчання за ОП відповідають студентоцентризованому підходу та сприяють реалізації принципів академічної свободи.

5. Освітні компоненти ОПП сприяють формуванню soft skills здобувачів освіти (комунікативні здібності, мовні навички, тайм-менеджмент тощо)?

77 відповідей



98,7 % респондентів зазначили, що при навчанні за даною ОП та опануванні освітніх компонент здобувачі мають можливість набувати соціальних навичок, які в подальшому дозволяють працювати в команді, вміло комунікувати, управляти своїм тайм-менеджментом тощо.

6. Чи є система оцінювання результатів навчання чіткою, прозорою та доступною для розуміння?

77 відповідей

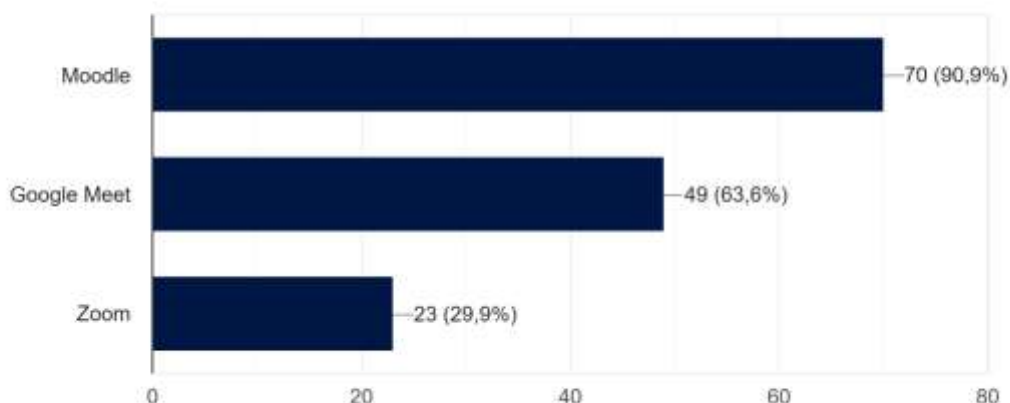


Важливим аспектом для здобувачів є діюча у ПДАУ система оцінювання їх результатів навчання. 97,4 % респондентів відмітили, що вона є чіткою, прозорою та доступною для розуміння.

Під час освітнього процесу здобувачі ОП використовували різноманітні інформаційно-комунікаційні технології дистанційного навчання, які дозволяли постійно комунікувати із науково-педагогічними працівниками, отримувати консультації, вчасно виконувати та надсилати завдання, що сприяло якісному безперервному навчальному процесові, зокрема за допомогою:

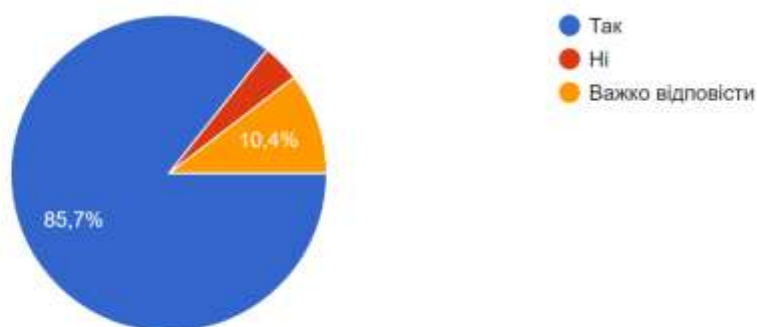
- Moodle – 90,9 % (70 осіб);
- Google Meet – 49 % (63,3 осіб);
- Zoom – 29,9 % (23 особи).

7. Навчання за ОПП передбачає системне використання засобів інформаційно-комунікаційних технологій дистан...вчання, зокрема (можливі декілька варіантів).  
77 відповідей



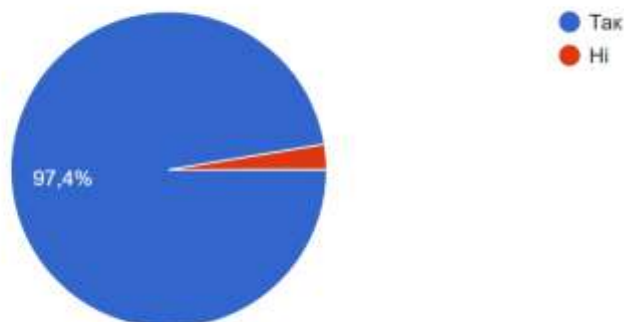
77 здобувача вищої освіти надали відповідь щодо списку сучасної навчально-методичної літератури та авторських публікацій викладачів у силабусах та описах ОК.

8. Силабуси (робочі програми) та описи освітніх компонентів містять список сучасної навчально-методичної літератури та авторські публікації викладачів?  
77 відповідей



Із них 85,7 % відповіли, що «так», а 10,4 % - «важко відповісти».

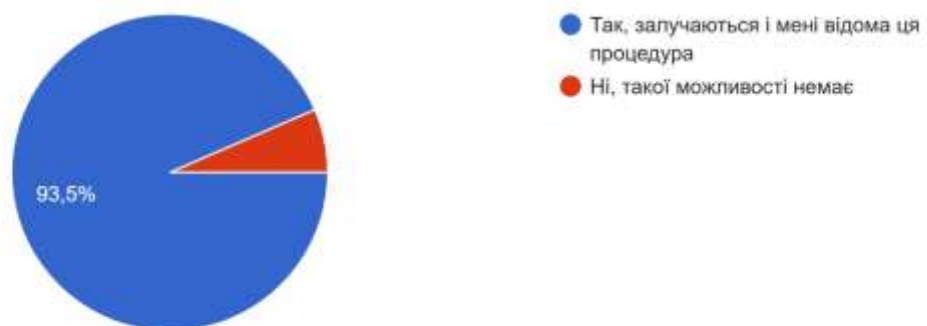
9. Матеріально-технічна база забезпечена сучасним обладнанням.  
77 відповідей



75 здобувачів вищої освіти ОП Маркетинг (97,4 %) зазначили, що освітній процес супроводжується забезпеченням освітніх компонент сучасним обладнанням.

10. За бажанням здобувачі вищої освіти за ОПП Маркетинг СВО Бакалавр залучаються до академічної мобільності?

77 відповідей



93,5 % респондентів відмітили, що вони знають про академічну мобільність та долучаються до неї, але 6,5 % не мають можливості прийняти участь в академічній мобільності.

11. На сайті ПДАУ розміщено перелік вибірових дисциплін, що повною мірою забезпечує формування індивідуальної освітньої траєкторії у здобувачів вищої освіти

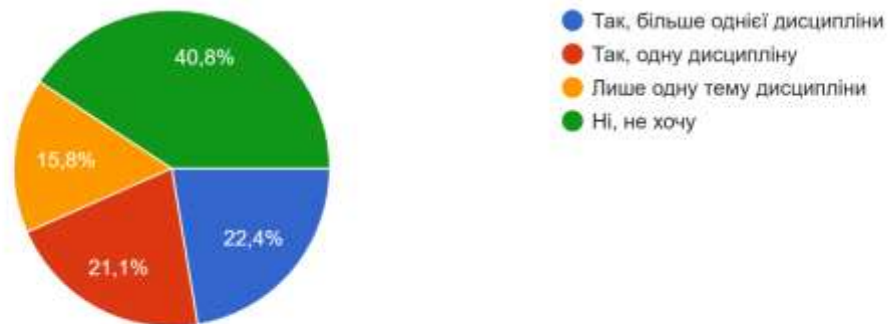
77 відповідей



97,4 % респондентів відмітили, що для формування їхньої індивідуальної освітньої траєкторії під час навчання за ОП, запропонований перелік вибірових дисциплін є достатнім. І лише 2,6 % бажають його ще доповнити та розширити.

12. Чи хотіли б Ви вивчати дисципліну професійної підготовки іноземною (англійською) мовою?

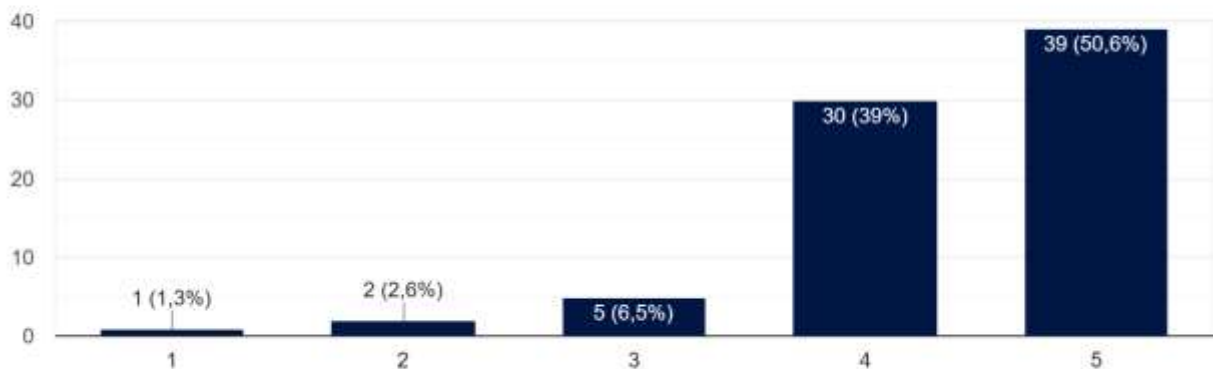
76 відповідей



Відповіді здобувачів вищої освіти на запитання «Чи хотіли б Ви вивчати дисципліну професійної підготовки іноземною (англійською) мовою?» були різнопланові, зокрема: 40,8 % респондентів такого бажання не виявили; 21,1 % - відповіли, що одну дисципліну опановували б на іноземній мові; 22,4 % - із задоволенням би вивчали б дисципліни іноземною мовою і лише 15,8 % вивчили б на іноземній мові одну тему.

13. Оцініть рівень Вашої поінформованості про оновлення ОПП «Маркетинг» (СВО «Бакалавр») за шкалою від 1 (низький) до 5 (високий).

77 відповідей



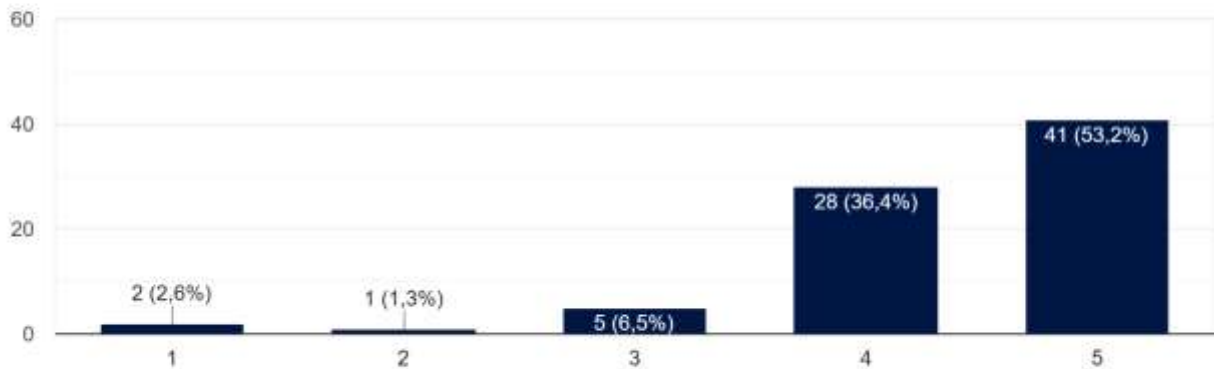
69 здобувачів вищої освіти із 77 відмітили про достатній рівень їхньої поінформованості щодо оновлення ОП. І лише 3 здобувача схилилися більше до низького рівня поінформованості.

На 14-те відкрите питання: «Які компоненти освітньої програми, на Вашу думку, потребують удосконалення? Відповіді надійшли різнопланові:

- «ніякі»,
- «не знаю»,

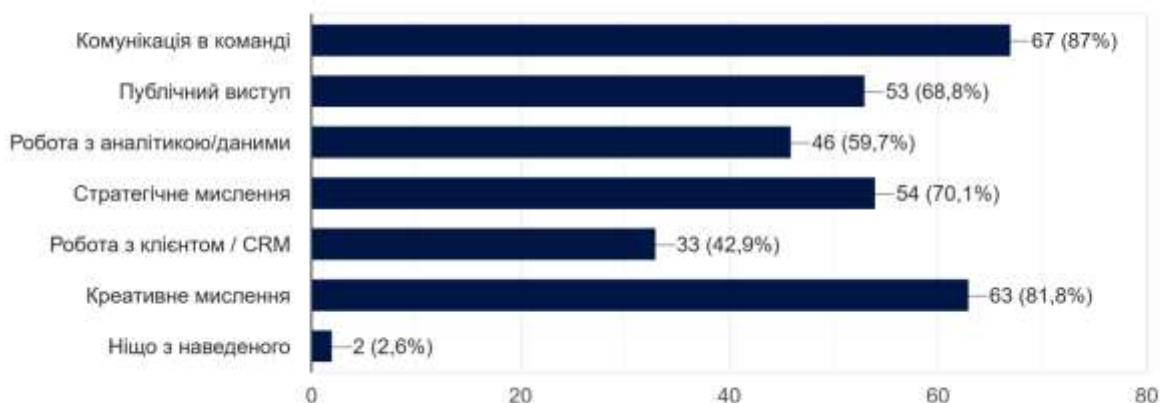
- «Не вистачає реальних кейсів, щоб проявити свій креатив та розуміння маркетингу. Хотілося, щоб ставили реальні проблеми типу: «Як підвищити впізнаваність цього продукту» або «розробити стратегію» і т.д.»;
- «На мій погляд, програма загалом добре структурована, однак можна було б удосконалити практичну складову»;
- «Немає такого»;
- «Все чудово».

15. Наскільки зміст навчальних дисциплін відповідає Вашим очікуванням щодо підготовки до майбутньої професійної діяльності (де 1 – зовсім не відповідає, 5 – повністю відповідає)?  
77 відповідей



69 здобувачів вищої освіти із 77 відмітили, що зміст навчальних дисциплін відповідає їхнім очікуванням щодо підготовки до майбутньої професійної діяльності. І лише 3 здобувача схилилися більше до низького рівня.

16. Чи відчуваєте Ви, що навчання за ОПП Маркетинг допомагає Вам розвивати такі компетентності, як: (відмітьте ті, що справді розвиваються у межах програми)  
77 відповідей

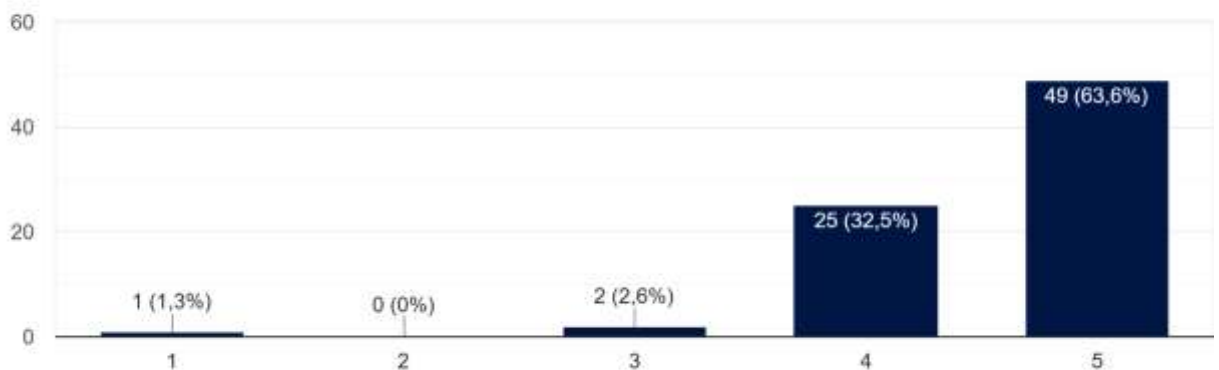


На запитання «Чи відчуваєте Ви, що навчання за ОПП Маркетинг допомагає Вам розвивати такі компетентності, як: комунікація в команді, публічний виступ, робота з аналітикою, стратегічне мислення, робота з клієнтом, креативне мислення, ніщо з наведеного». 87 % респондентів відмітили, що навчання за



ОПП Маркетинг допомагає їм розвивати компетентність - комунікація в команді; 68,8 % - публічний виступ; 59,7 % - робота з аналітикою; 70,1 % - стратегічне мислення; 42,9 % - робота з клієнтом; 81,8 % - креативне мислення; 2,6 % - ніщо з наведеного.

17. Яку загальну оцінку Ви даєте ОПП Маркетинг СВО Бакалавр за 5-бальною шкалою?  
77 відповідей



Здобувачі вищої освіти – респонденти за 5-бальною шкалою оцінили ОПП Маркетинг так: 63,6 % поставили 5 балів; 32,5 % - 4 бали; 2,6 % - поставили 3 бали і 1,3 % - 1 бал.

На 18-те відкрите питання: «Які перспективи подальшого розвитку ОПП Маркетинг СВО Бакалавр Ви вважаєте найважливішими (Ваша пропозиція) ?» Відповіді отримали наступні:

- «Такий же темп надання корисної інформації, подальша праця в соціальних мережах та професійне спілкування з клієнтами»;
- «Адаптація до цифрових технологій, покращення навичок комунікації та управління брендами»;
- «Залучаючи практикуючих фахівців»;
- «Додаткові інноваційні курси»;
- «Немає пропозицій»;
- «Мене все влаштовує»;
- «Створення робочих груп зі студентами для активного напрацювання активних та практичних занять для того щоб студенти могли вже використовувати знання свої в роботі»;
- «Слідкувати за новими тенденціями та технологіями»;
- «Думаю, найважливіше — це зробити програму більш практичною. Було б добре, як би ми більше працювали з реальними кейсами, а не тільки з теорією».
- «Реальні кейси, індивідуальні проєкти та прозоріше оцінювання».



Дані результати анкетування розглянуті на засіданні кафедри маркетингу (протокол №25 від 19.05.2025 року).