

Результати анкетування щодо якості освітньо-професійної програми «Маркетинг» СВО Магістр

З метою оцінювання якості реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг» СВО Магістр проведено опитування здобувачів вищої освіти. В анкетуванні взяли участь 20 респондентів. Запитання охоплювали загальну задоволеність навчанням, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії, актуальність і професійну спрямованість змісту навчання, якість методичного та матеріально-технічного забезпечення, організацію оцінювання, практичну орієнтацію освітнього процесу та рівень інформаційно-організаційного супроводу.

За результатами першого питання всі опитані високо оцінили загальну задоволеність навчанням за ОПП «Маркетинг». Найвищий бал «5» поставили 15 респондентів (75 %), ще 5 осіб (25 %) обрали оцінку «4». Оцінок від «1» до «3» не зафіксовано. Такий розподіл демонструє стійко позитивне сприйняття здобувачами змісту та організації навчання за програмою.

1. Оцініть задоволеність навчанням за ОПП Маркетинг СВО Магістр (де 5 – дуже задоволений, а 1 – не задоволений).
20 відповідей

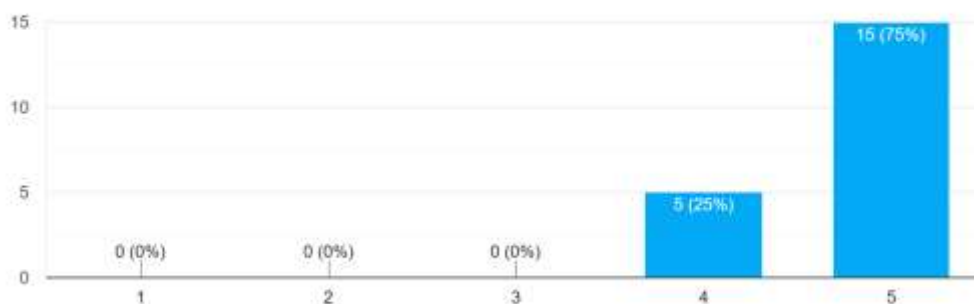


Рис. 1. Оцінка задоволеності навчанням за ОПП «Маркетинг»

Можливостями формування індивідуальної освітньої траєкторії задоволені 95 % учасників опитування (19 осіб). Лише один респондент (5 %) надав негативну відповідь. Отже, механізми індивідуалізації навчання загалом є зрозумілими та доступними для здобувачів, водночас доцільно й надалі

підтримувати консультаційний супровід щодо способів формування власної освітньої траєкторії.

2. Чи задоволені Ви можливостями формування індивідуальної освітньої траєкторії на освітній програмі?
20 відповідей

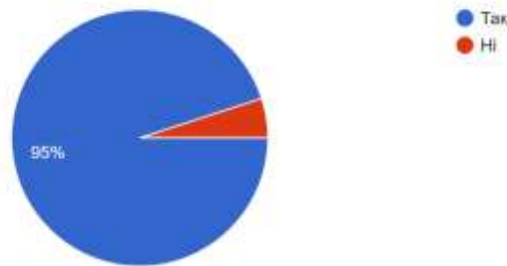


Рис. 2. Оцінка задоволеності можливостями формування індивідуальної освітньої траєкторії

На запитання про можливість самостійно обирати освітні компоненти та попередньо ознайомлюватися з їхнім змістом усі 20 респондентів (100 %) відповіли ствердно. Одностайність відповідей підтверджує фактичну реалізацію права здобувачів на вільний вибір дисциплін і належну доступність інформації про їх навчальний контент.

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

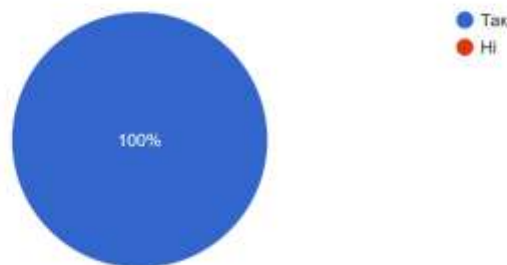


Рис. 3. Оцінка можливості самостійного вибору освітніх компонентів та ознайомлення з їхнім змістом

Зрозумілість мети та очікуваних результатів вивчення дисциплін отримала переважно найвищі оцінки: 17 осіб (85 %) обрали бал «5», 2 особи (10 %) - бал «4» і 1 респондент (5 %) - бал «3». Відсутність низьких оцінок свідчить про достатню чіткість формулювання навчальних цілей. Водночас поодинокі

середня оцінка показує, що практику попереднього роз'яснення результатів навчання варто послідовно підтримувати.

4. Оцініть зрозумілість мети та очікуваних результатів вивчення навчальних дисциплін (де 5 - усе зрозуміло, а 1 - зовсім не зрозуміло).
20 відповідей

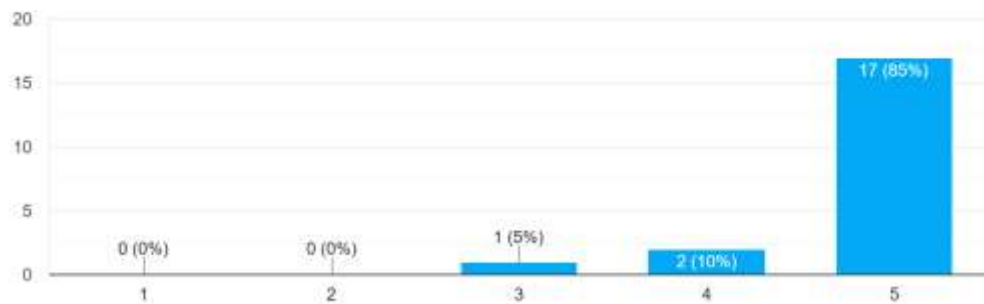


Рис. 4. Оцінка зрозумілості мети та очікуваних результатів вивчення навчальних дисциплін

Відповідність фактично отриманих результатів навчання заявленим цілям дисциплін оцінена виключно позитивно. 85 % респондентів (17 осіб) поставили бал «5», а 15 % (3 особи) - бал «4». Жодної оцінки нижче «4» не зафіксовано, що вказує на високу узгодженість між запланованими результатами освітніх компонентів та результатами, які здобувачі відчують у процесі навчання.

5. Оцініть відповідність отриманих результатів вивчення дисциплін у заявлених у них цілях (де 5 - відповідають у повній мірі, а 1 - цілком не відповідають).
20 відповідей

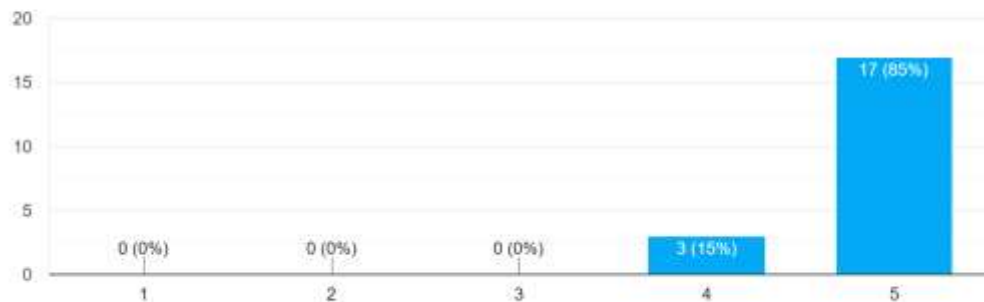


Рис. 5. Оцінка відповідності отриманих результатів навчання заявленим цілям дисциплін

Актуальність ОПП «Маркетинг» з погляду сучасних тенденцій розвитку науки, сфери маркетингу та ринку праці 80 % опитаних оцінили на «5». Ще 15 % поставили «4», а 5 % - «3». Отже, 95 % здобувачів надали високі оцінки цьому критерію. Результат підтверджує загальну відповідність змісту програми

сучасним професійним запитам, залишаючи простір для постійного оновлення окремих тематичних напрямів.

6. Оцініть актуальність ОПП Маркетинг виходячи із сучасних тенденцій розвитку науки та сфери маркетингу, ринку праці (де 5 - ОПП актуаль...енції розвитку маркетингу, а 1 - не актуальна).
20 відповідей

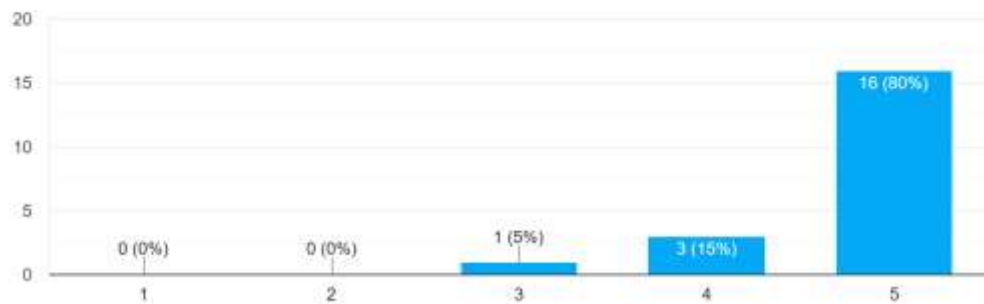


Рис. 6. Оцінка актуальності ОПП «Маркетинг» відповідно до сучасних тенденцій науки, маркетингу та ринку праці

Співвідношення теоретичної та практичної підготовки за освітніми компонентами також сприймається здобувачами позитивно. Бал «5» обрали 17 респондентів (85 %), бал «4» - 2 особи (10 %), бал «3» - 1 особа (5 %). Переважання найвищих оцінок показує, що чинний баланс теорії та практики в цілому відповідає очікуванням магістрантів.

7. Оцініть співвідношення теоретичної і практичної частини за освітніми компонентами (де 5 - це оптимальне співвідношення, а 1 - абсолютно не оптимальне).
20 відповідей

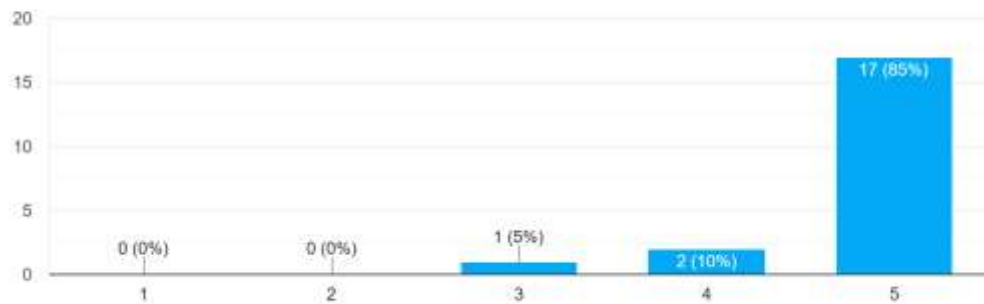


Рис. 7. Оцінка співвідношення теоретичної та практичної складових освітніх компонентів

Прозорість і чесність оцінювання набутих знань отримали один із найкращих результатів анкетування. 18 респондентів (90 %) поставили найвищий бал «5», а решта 2 особи (10 %) - бал «4». Оцінок «1-3» немає. Це

характеризує систему оцінювання як зрозумілу, передбачувану та таку, що викликає високий рівень довіри у здобувачів.

8. Оцініть прозорість та чесність оцінювання викладачами набутих Вами знань (де 5 - прозоро та чесно, а 1- не зрозуміло і не чесно).
20 відповідей

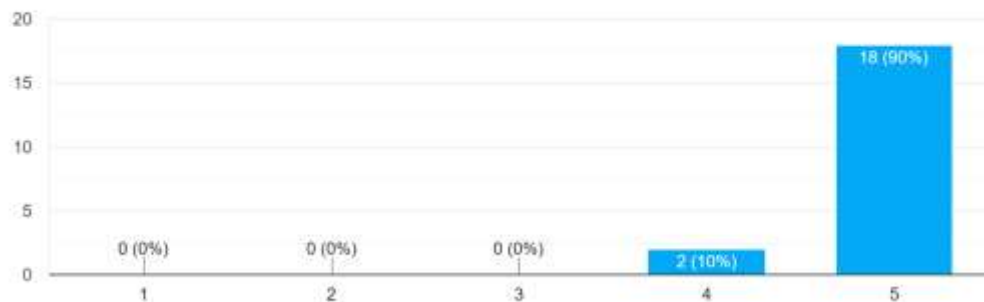


Рис. 8. Оцінка прозорості та чесності оцінювання набутих знань викладачами

Використання викладачами сучасних інтерактивних методів навчання 80% респондентів оцінили на «5». По 10 % опитаних обрали оцінки «4» та «3». Таким чином, 90 % здобувачів високо оцінюють застосування ділових ігор, дискусій, мозкового штурму та інших активних форматів. Частка оцінок «3» водночас підкреслює доцільність подальшого розширення спектра інтерактивних методів у різних дисциплінах.

9. Оцініть використання викладачами сучасних інтерактивних методів навчання: ділових ігор, навчальних дискусій, мозкового штурму, т...викладачем, а 1- не використовуються взагалі).
20 відповідей

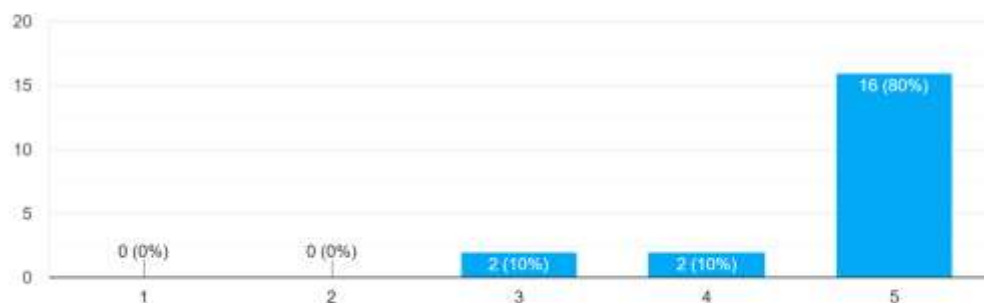


Рис. 9. Оцінка використання викладачами сучасних інтерактивних методів навчання

Професійну спрямованість дисциплін у контексті майбутньої діяльності у сфері маркетингу найвищим балом оцінили 16 респондентів (80 %). Ще 3 особи (15 %) обрали «4», а 1 особа (5 %) - «3». Показник у 95 % оцінок «4–5»

підтверджує практичну орієнтацію навчального змісту та його зв'язок із професійними завданнями майбутніх фахівців.

10. Оцініть спрямованість дисциплін на майбутню професійну діяльність у сфері маркетингу (де 5 - спрямовані, а 1 - абсолютно не спрямовані).
20 відповідей

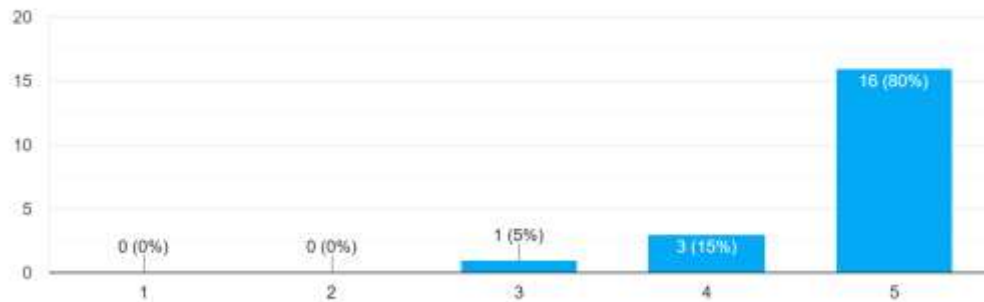


Рис. 10. Оцінка спрямованості дисциплін на майбутню професійну діяльність у сфері маркетингу

Навчальне навантаження більшість магістрантів вважає збалансованим. Оцінку «5» надали 17 осіб (85 %), «4» - 2 особи (10 %), «3» - 1 особа (5 %). Низьких оцінок немає. Це дає підстави вважати чинний обсяг дисциплін і навчальної роботи загалом прийнятним для здобувачів.

11. Оцініть навантаження на Вас як на здобувача вищої освіти під час навчання за ОП Маркетинг: кількість дисциплін на семестр, кіл... задоволений, а 1 - абсолютно не задоволений).
20 відповідей

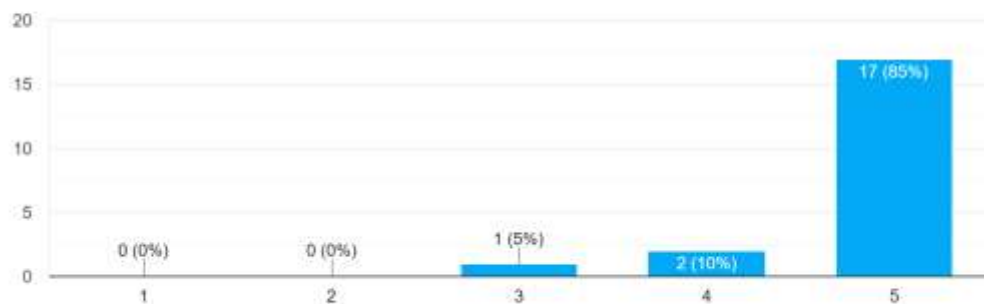


Рис. 11. Оцінка навчального навантаження здобувачів вищої освіти

Рівень залученості здобувачів до наукових і практичних заходів професійного спрямування 85 % респондентів оцінили на «5», 10 % - на «4», 5 % - на «3». Такий розподіл відображає активне включення магістрантів у конференції, тренінги та інші форми професійної взаємодії. Високі оцінки

свідчать про наявність можливостей для розширення досвіду поза межами традиційних аудиторних занять.

12. Оцініть залученість Вас, як здобувачів до наукових і практичних заходів професійної діяльності у сфері маркетингу: конференції, тре...активно залучають, а 1 - не залучають взагалі).
20 відповідей

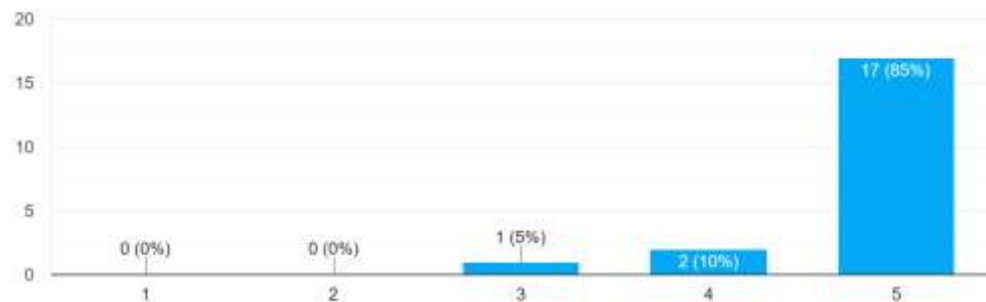


Рис. 12. Оцінка залученості здобувачів до наукових і практичних заходів професійного спрямування

Доступність інформації щодо освітнього процесу, розкладів і відповідних графіків отримала 85 % оцінок «5», 10 % - «4» та 5 % - «3». Отже, 95 % здобувачів вважають інформаційний супровід достатньо зручним і зрозумілим. Результати підтверджують ефективність основних каналів інформування, хоча актуальність і своєчасність повідомлень потребують постійної уваги.

13. Оцініть доступність інформації щодо освітнього процесу, відповідних розкладів та графіків (де 5 - інформація доступна, студенти в...ормовані, а 1 - інформація недоступна взагалі).
20 відповідей

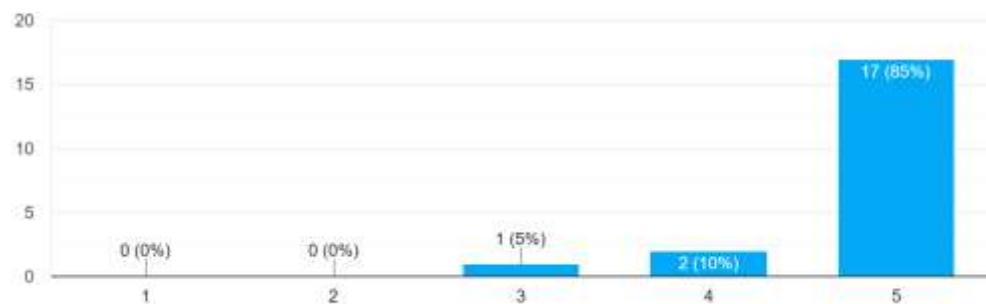


Рис. 13. Оцінка доступності інформації щодо освітнього процесу, розкладу та графіків

Доступність навчальної та наукової літератури бібліотеки університету й репозитарію оцінена виключно на високому рівні. 16 респондентів (80 %) поставили бал «5», ще 4 особи (20 %) - бал «4». Відсутність оцінок нижче «4»

засвідчує, що наявні інформаційні ресурси в цілому задовольняють освітні та дослідницькі потреби магістрантів.

14. Оцініть доступність навчальної і наукової літератури бібліотеки університету та репозитарію (де 5 - сучасна література доступна у достатній кількості, а 1 - недоступна взагалі).
20 відповідей

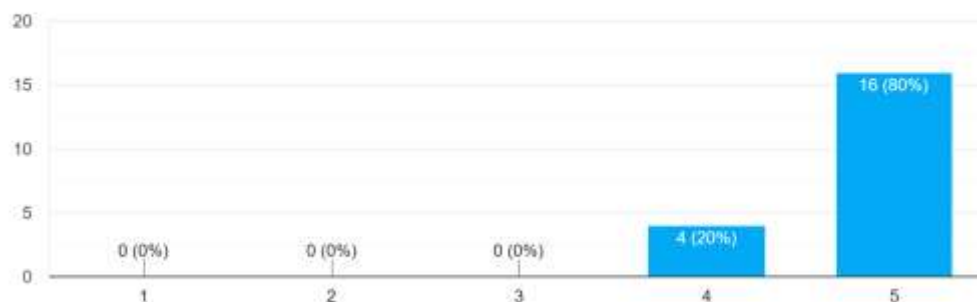


Рис. 14. Оцінка доступності навчальної та наукової літератури бібліотеки і репозитарію

Якість навчально-методичних матеріалів освітніх компонентів позитивно оцінили всі учасники анкетування: 85 % надали оцінку «5», а 15 % - «4». Такий результат свідчить про належний рівень змістовного й методичного супроводу дисциплін та достатність матеріалів для аудиторної і самостійної роботи здобувачів.

15. Оцініть якість навчально-методичних матеріалів освітніх компонентів ОПП Маркетинг (де 5 - висока якість, а 1 - низька якість).
20 відповідей

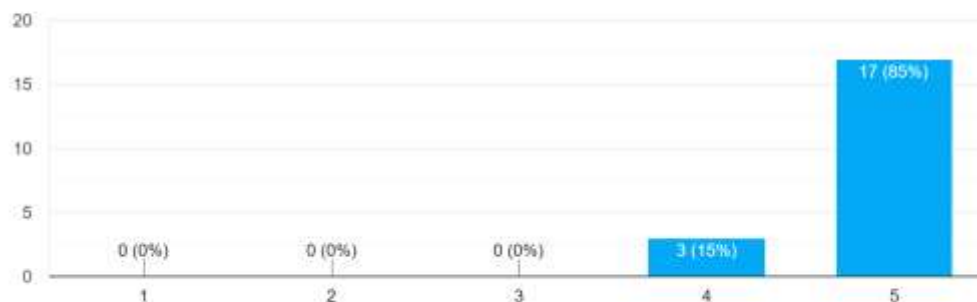


Рис. 15. Оцінка якості навчально-методичних матеріалів освітніх компонентів ОПП «Маркетинг»

Матеріально-технічне забезпечення дисциплін 17 респондентів (85 %) оцінили на найвищий бал, 2 особи (10 %) - на «4», 1 особа (5 %) - на «3». Сукупно

95 % високих оцінок характеризують наявну ресурсну базу як таку, що переважно відповідає потребам реалізації магістерської ОПП.

16. Оцініть відповідність матеріально-технічного забезпечення дисциплін ОПП Маркетинг (де 5 – матеріально-технічне забезпечення відповідає потребам освітнього процесу).
20 відповідей

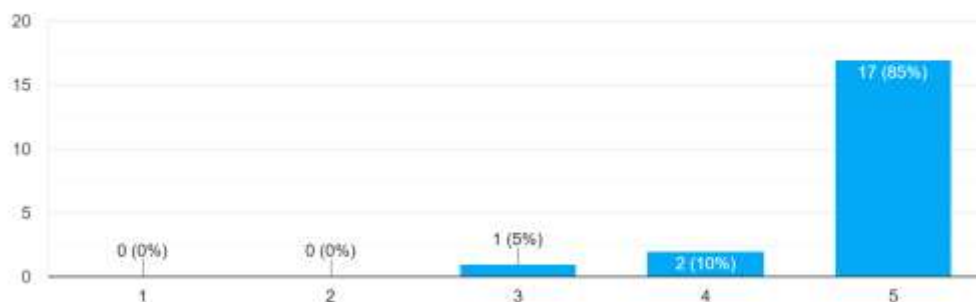


Рис. 16. Оцінка відповідності матеріально-технічного забезпечення потребам освітнього процесу

Залучення професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців до викладання й організації освітнього процесу отримало 85 % оцінок «5», 10 % - «4» та 5 % - «3». Респонденти таким чином підтверджують помітну присутність практичного професійного досвіду в навчанні. Збереження та розширення такої співпраці сприятиме подальшому наближенню освітнього процесу до реальних умов ринку.

17. Оцініть залученість професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців до викладання та організації освітнього процесу (...алучаються часто, а 1 - ніколи не залучаються).
20 відповідей

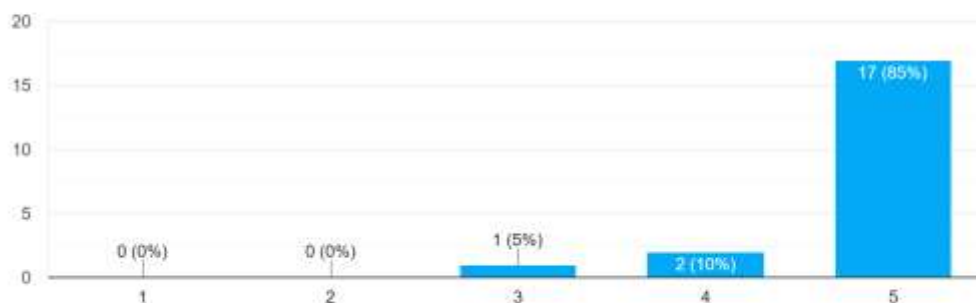


Рис. 17. Оцінка залучення професіоналів-практиків, експертів і представників роботодавців до освітнього процесу

Систему оскарження результатів контрольних заходів 17 здобувачів (85 %) оцінили на «5», 1 респондент (5 %) - на «4», а 2 особи (10 %) - на «3». Отже, 90% опитаних вважають процедуру достатньо зрозумілою та дієвою. Порівняно з низкою інших показників частка оцінок «3» тут є дещо вищою, тому додаткове

інформування про алгоритм апеляції може посилити впевненість здобувачів у доступності цього механізму.

18. Оцініть систему оскарження результатів контрольних заходів (де 5 - зрозуміла і дієва, а 1 - складна і не дієва).
20 відповідей

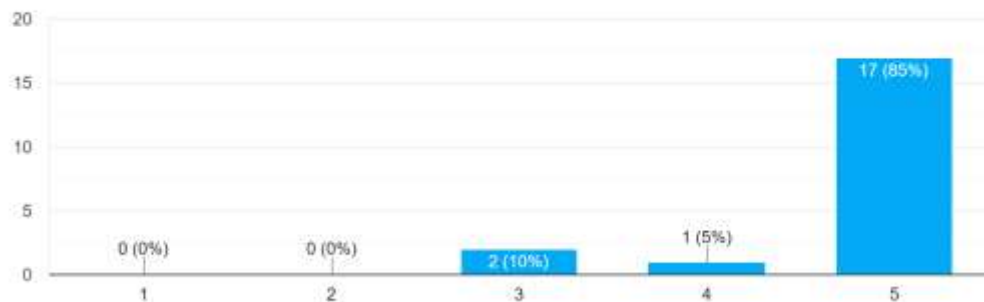


Рис. 18. Оцінка зрозумілості та дієвості системи оскарження результатів контрольних заходів

Процедура повторного проходження контрольних заходів отримала однозначно високі оцінки: 18 респондентів (90 %) поставили «5», а 2 особи (10%) - «4». Оцінок нижче «4» немає. Це вказує на зрозумілість правил перескладання та достатній рівень інформування здобувачів щодо відповідних процедур.

19. Оцініть зрозумілість процедури повторного проходження контрольних заходів (де 5 - все зрозуміло, а 1 - не зрозуміло).
20 відповідей

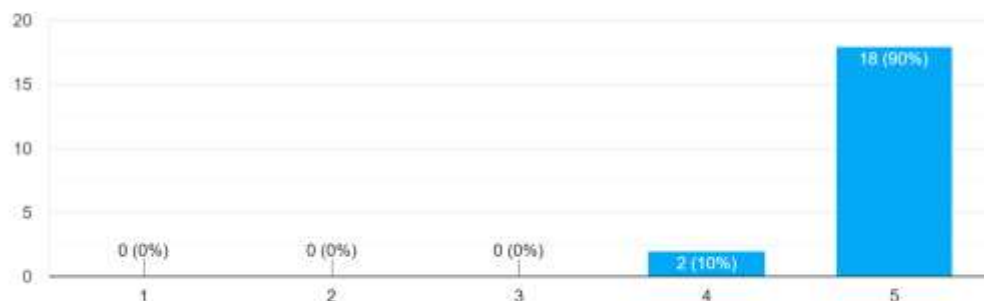


Рис. 19. Оцінка зрозумілості процедури повторного проходження контрольних заходів

Робота персоналу деканату, кафедр, бібліотеки та інших підрозділів оцінена дуже високо. 90 % респондентів поставили бал «5», ще 10 % - бал «4». Відсутність середніх і низьких оцінок свідчить про позитивне сприйняття

кваліфікованості, доброзичливості та організаційної підтримки з боку працівників, залучених до супроводу освітнього процесу.

20. Оцініть роботу персоналу деканату (директорату), кафедр, бібліотеки та інших відділів (де 5 - персонал кваліфікований, доброзичливий...яє моєму навчанню, а 1 - не сприяє навчанню).
20 відповідей

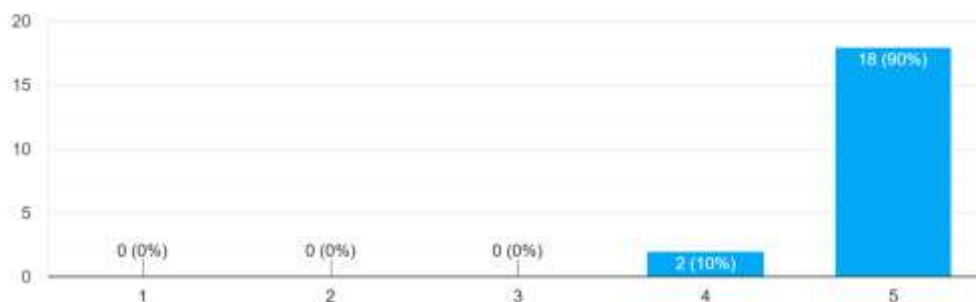


Рис. 20. Оцінка роботи персоналу деканату, кафедр, бібліотеки та інших структурних підрозділів

У відкритому питанні переважна більшість респондентів не висловила суттєвих зауважень до освітньої програми. Серед відповідей переважають формулювання «зауважень немає», «все добре», «все влаштовує», «все супер» та інші позитивні оцінки. Водночас зафіксовано конструктивну пропозицію посилити спрямованість дисциплін на нові актуальні напрями розвитку

маркетингу та сучасні професійні спеціалізації. Цю пропозицію доцільно враховувати під час періодичного оновлення змісту освітніх компонентів.

21. Рекомендації/зауваження (Ваша відповідь у вільній формі).

20 відповідей

-
-
Зауважень немає. Все ідеально
Відсутні
Немає
Рекомендації немає
Все добре
Покращити спрямованість дисциплін на нові, продвинуті напрямки свіжих професій
Нема

21. Рекомендації/зауваження (Ваша відповідь у вільній формі).

20 відповідей

Рекомендації немає
Все добре
Покращити спрямованість дисциплін на нові, продвинуті напрямки свіжих професій
Нема
Все влаштовує. Дякую.
Нету
Все супер!
Зауважень немає
Все дуже добре

Рис. 21. Рекомендації та зауваження здобувачів щодо удосконалення ОПП «Маркетинг»

Узагальнення відповідей демонструє високий рівень задоволеності здобувачів якістю ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня. За більшістю критеріїв частка оцінок «4–5» становить 95–100 %, а найвищі результати отримали прозорість оцінювання, доступність бібліотечних ресурсів, якість навчально-методичних матеріалів, зрозумілість процедури повторного проходження контрольних заходів і робота персоналу структурних підрозділів. Сильними сторонами програми також є можливість вибору освітніх компонентів, професійна спрямованість дисциплін, залучення практиків і достатній рівень науково-практичної активності. Як напрями подальшої уваги доцільно розглядати систематичне оновлення дисциплін відповідно до нових професійних напрямів, подальше розширення інтерактивних методів навчання

та додаткове інформування здобувачів про механізми формування індивідуальної освітньої траєкторії й оскарження результатів контрольних заходів.

21. Рекомендації/зауваження (Ваша відповідь у вільній формі).

20 відповідей

Рекомендації немає
Все добре
Покращити спрямованість дисциплін на нові, продвинуті напрямки свіжих професій
Нема
Все влаштовує. Дякую.
Нету
Все супер!
Зауважень немає
Все дуже добре

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