

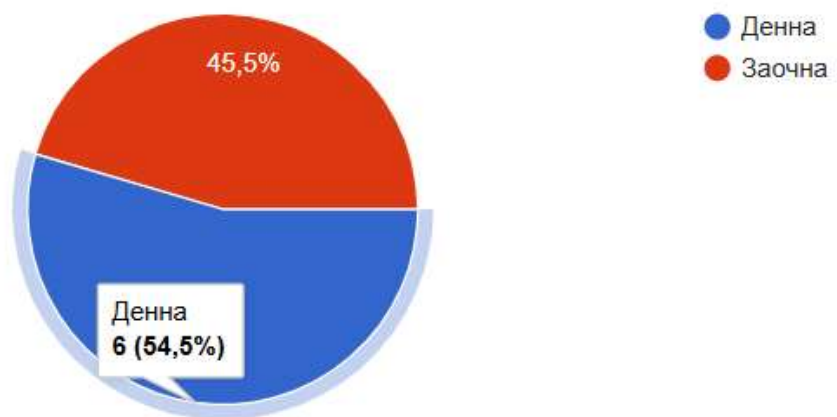
**Результати онлайн-опитування здобувачів вищої освіти
ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти
щодо оцінювання якості ОПП Маркетинг**

Опитування здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти проводилося шляхом анонімного онлайн-анкетування. В опитуванні взяли участь 11 здобувачів першого року навчання, що становить 84,6 % від їх загальної чисельності.

Анкетування здійснювалося на добровільних засадах і було спрямоване на визначення рівня задоволеності здобувачів навчанням за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», оцінювання змісту та актуальності освітніх компонентів, організації освітнього процесу, якості навчально-методичного й матеріально-технічного забезпечення, прозорості процедур оцінювання, можливостей формування індивідуальної освітньої траєкторії, а також виявлення напрямів подальшого вдосконалення освітньої програми.

1. Укажіть форму, за якою Ви здобуваєте освіту

11 відповідей



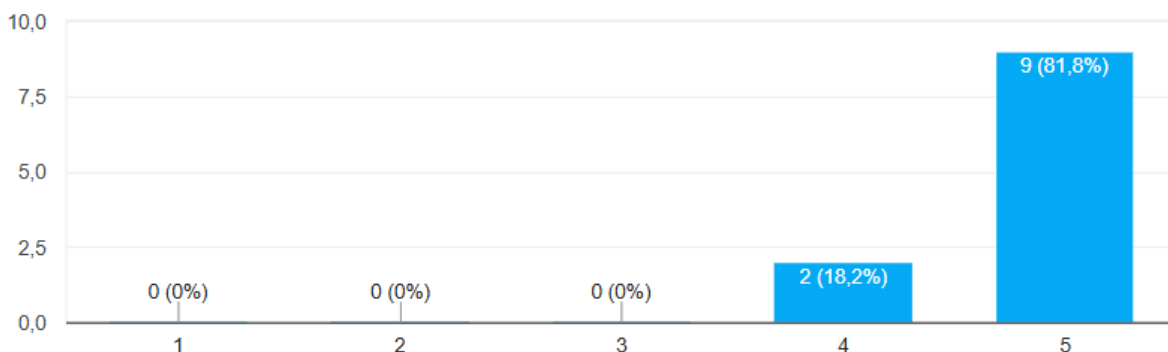
На перше питання анкети щодо форми здобуття освіти відповіли 11 респондентів, із яких 54,5 % (6 осіб) навчаються за денною формою, а 45,5 % (5 осіб) – за заочною.

Отримані результати свідчать про участь в опитуванні здобувачів обох форм навчання. Достатньо збалансований розподіл респондентів дає змогу врахувати особливості організації освітнього процесу для здобувачів денної та заочної форм і сприяє об'єктивнішому оцінюванню якості реалізації освітньо-професійної програми.

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

 Копіювати діаграму

11 відповідей



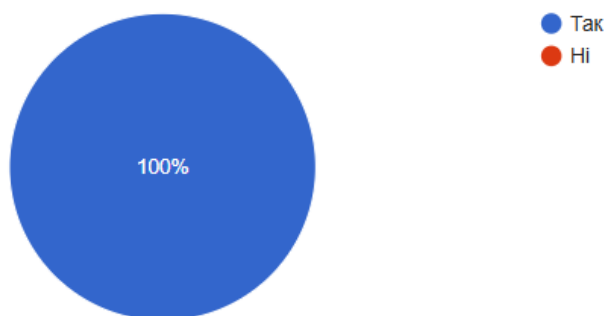
Переважає більшість респондентів – 81,8 % (9 осіб) – оцінили рівень задоволеності навчанням за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» найвищим балом «5». Ще 18,2 % опитаних (2 особи) поставили оцінку «4». Оцінок від «1» до «3» зафіксовано не було.

Такий розподіл відповідей свідчить про високий рівень загальної задоволеності магістрантів змістом та організацією навчання. Відсутність низьких і нейтральних оцінок підтверджує позитивне сприйняття здобувачами освітнього процесу та відповідність програми їхнім освітнім і професійним очікуванням.

3. Чи задоволені Ви можливостями формування індивідуальної освітньої траєкторії на освітній програмі?

 Копіювати діаграму

11 відповідей



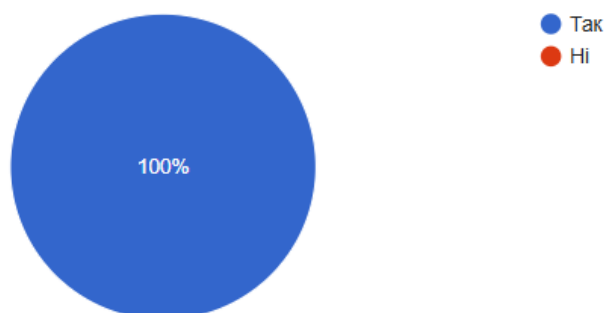
Результати опитування засвідчили високий рівень задоволеності здобувачів можливостями самостійно обирати навчальні дисципліни та формувати індивідуальну освітню траєкторію.

Отримані відповіді підтверджують практичну реалізацію принципів студентоцентрованого навчання. Можливість вибору освітніх компонентів дає змогу магістрантам урахувувати власні професійні інтереси, освітні потреби та перспективні напрями майбутньої діяльності у сфері маркетингу.

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

 Копіювати діаграму

11 відповідей



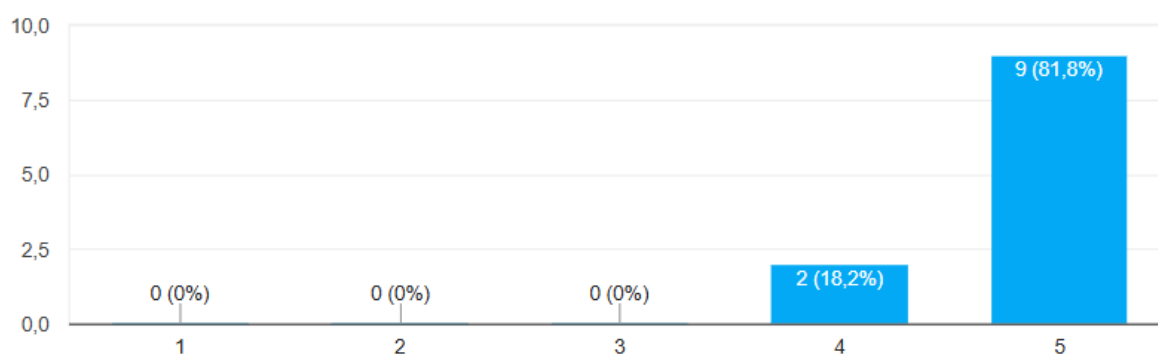
Усі 100 % респондентів підтвердили, що мали реальну можливість самостійно обирати навчальні дисципліни та завчасно ознайомлюватися з інформацією про зміст освітніх компонентів вільного вибору.

Однозначність відповідей свідчить про прозорість процедури вибору навчальних дисциплін, належний рівень інформаційного супроводу та забезпечення права здобувачів на формування індивідуальної освітньої траєкторії. Попереднє ознайомлення з метою, тематикою та очікуваними результатами вивчення дисциплін сприяє усвідомленому вибору освітніх компонентів.

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

 Копіювати діаграму

11 відповідей



Найвищу оцінку «5» щодо зрозумілості мети та очікуваних результатів вивчення навчальних дисциплін поставили 81,8 % опитаних (9 осіб). Ще 18,2 % респондентів (2 особи) оцінили цей показник на «4». Оцінок від «1» до «3» не зафіксовано.

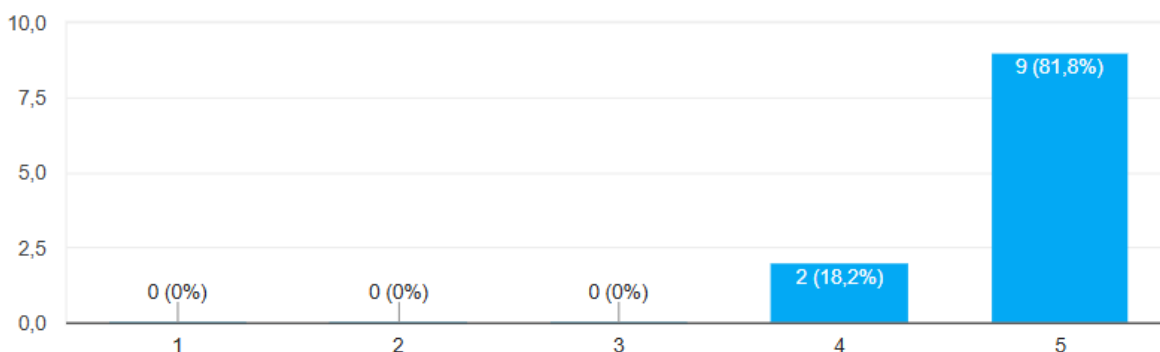
Отримані результати свідчать про чіткість формулювання цілей освітніх компонентів та належне інформування здобувачів про результати, яких вони

мають досягти після завершення навчання. Розуміння мети дисциплін сприяє усвідомленому ставленню магістрантів до навчальної діяльності та дає змогу пов'язувати окремі завдання із загальними програмними результатами навчання.

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

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



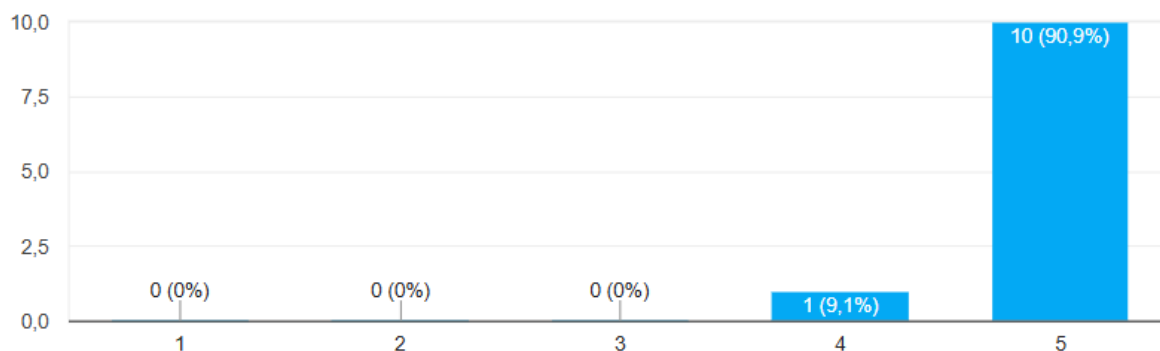
Переважна більшість респондентів – 81,8 % (9 осіб) – оцінили відповідність фактично отриманих результатів вивчення навчальних дисциплін заявленим цілям на найвищий бал «5». Оцінку «4» поставили 18,2 % опитаних (2 особи).

Відсутність нейтральних і негативних оцінок підтверджує узгодженість змісту освітніх компонентів, методів навчання та очікуваних результатів. Це свідчить про послідовність реалізації освітнього процесу й орієнтацію викладання на досягнення визначених програмних результатів навчання.

7. Оцініть актуальність ОПП Маркетинг виходячи із сучасних тенденцій розвитку науки та сфери маркетингу, ринку праці (де 5 - ОП актуальна і відображає сучасні світові тенденції розвитку маркетингу, а 1 - не актуальна).

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



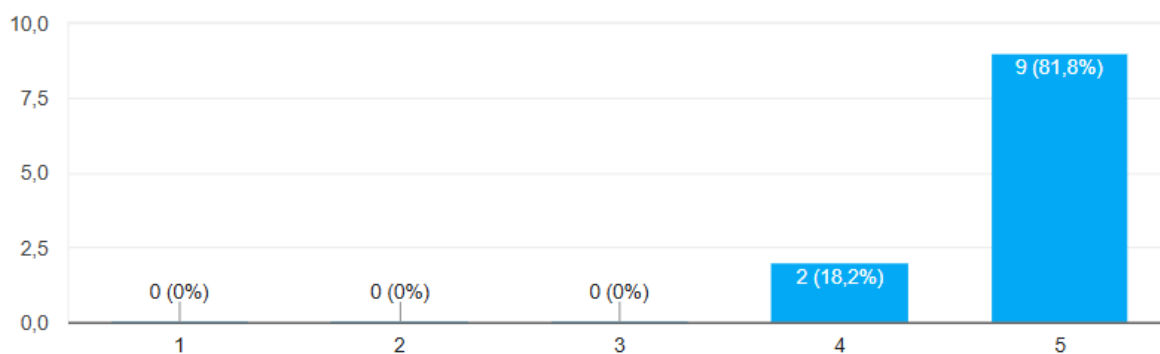
Максимальну оцінку «5» за актуальність освітньо-професійної програми поставили 90,9 % респондентів (10 осіб), а оцінку «4» – 9,1 % опитаних (1 особа).

Отримані результати засвідчують високу оцінку здобувачами актуальності змісту програми та її відповідності сучасним тенденціям розвитку маркетингової науки і практики. Такий розподіл відповідей підтверджує, що освітні компоненти загалом ураховують трансформації ринку праці, цифровізацію маркетингової діяльності та актуальні вимоги до професійних компетентностей маркетолога.

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

 Копіювати діаграму

11 відповідей



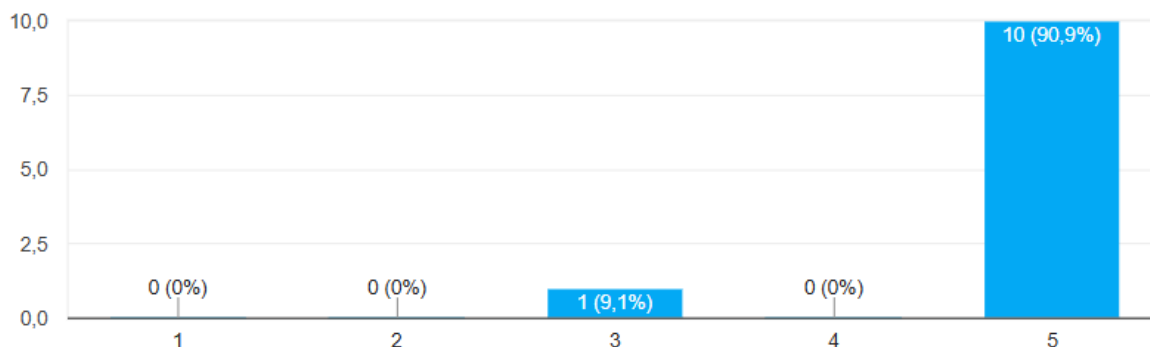
Оптимальність співвідношення теоретичної та практичної підготовки оцінили найвищим балом «5» 81,8 % респондентів (9 осіб), а оцінку «4» поставили 18,2 % опитаних (2 особи).

Такі результати свідчать про належний баланс між засвоєнням теоретичних положень і формуванням практичних умінь. Поєднання лекційного матеріалу, практичних завдань, аналізу ситуацій і прикладних кейсів створює передумови для використання здобутих знань під час розв'язання професійних маркетингових завдань.

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

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



Найвищу оцінку «5» прозорості та справедливості оцінювання поставили 90,9 % респондентів (10 осіб). Оцінку «3» обрали 9,1 % опитаних (1 особа).

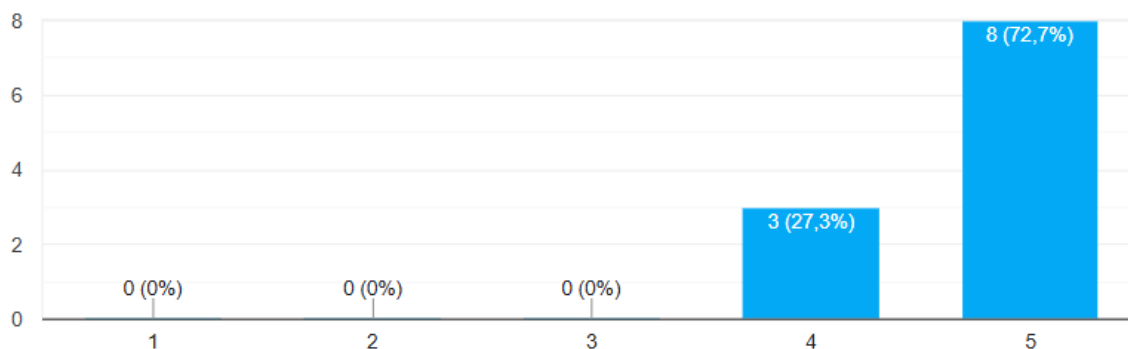
Переважання найвищих оцінок свідчить про високий рівень довіри здобувачів до системи оцінювання та професійної діяльності викладачів. Водночас наявність однієї нейтральної оцінки вказує на доцільність подальшого системного інформування здобувачів про критерії оцінювання, порядок нарахування балів і можливості отримання роз'яснень щодо результатів контрольних заходів.

Загалом отримані дані підтверджують прозорість системи оцінювання, однак не дають підстав стверджувати про повну відсутність суб'єктивного сприйняття окремих процедур усіма здобувачами.

10. Оцініть використання викладачами сучасних інтерактивних методів навчання: ділових ігор, навчальних дискусій, мозкового штурму, тренінгів тощо (де 5 - активно використовуються кожним викладачем, а 1- не використовуються взагалі).

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



Максимальну оцінку «5» рівню використання тренінгів, ділових ігор, навчальних дискусій, мозкових штурмів та інших інтерактивних методів

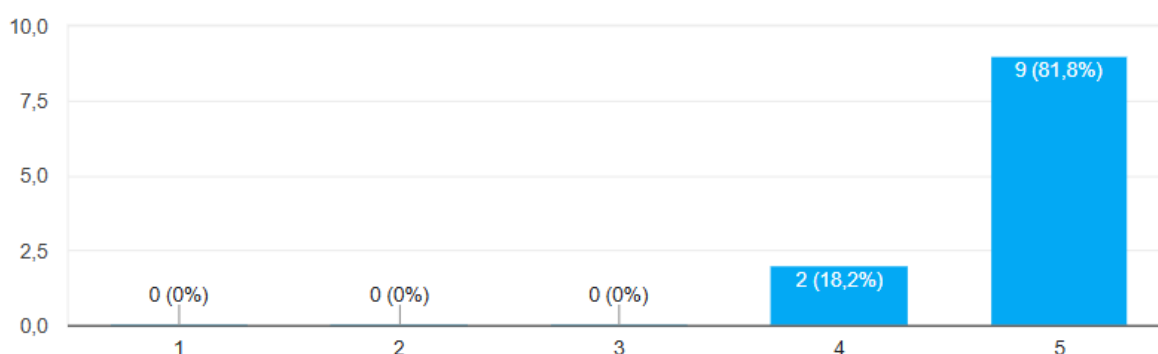
поставили 72,7 % опитаних (8 осіб). Ще 27,3 % респондентів (3 особи) оцінили цей показник на «4».

Отримані результати підтверджують активне використання інтерактивних форм навчання під час реалізації освітньо-професійної програми. Застосування таких методів сприяє залученню здобувачів до обговорення професійних проблем, розвитку критичного мислення, комунікативних навичок, командної взаємодії та здатності приймати обґрунтовані рішення.

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

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



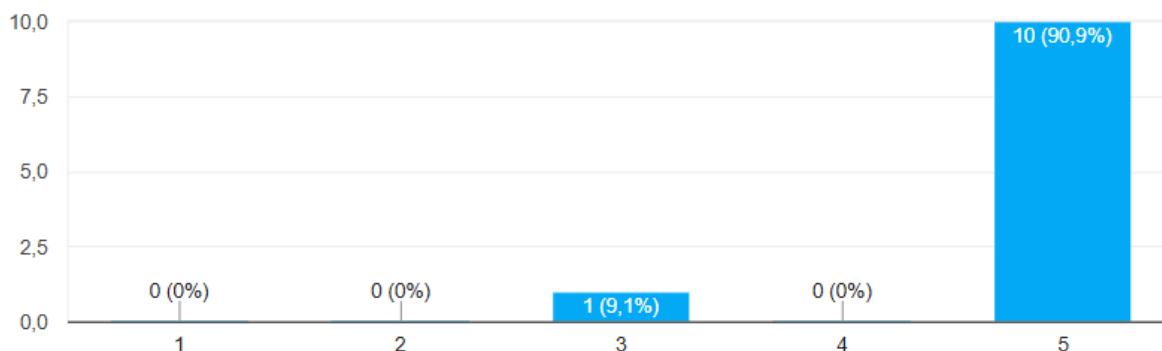
Найвищим балом «5» професійну спрямованість навчальних дисциплін оцінили 81,8 % респондентів (9 осіб), а оцінку «4» поставили 18,2 % опитаних (2 особи).

Такі результати свідчать про чітке розуміння магістрантами зв'язку між змістом освітніх компонентів і майбутньою професійною діяльністю. Позитивні оцінки підтверджують практичну орієнтованість навчання та спрямованість дисциплін на формування компетентностей, необхідних для виконання професійних функцій у сфері маркетингу.

12. Оцініть навантаження на Вас як на здобувача вищої освіти під час навчання за ОП Маркетинг: кількість дисциплін на семестр, кількість годин аудиторної і самостійної роботи на тиждень (де 5 - цілком задоволений, а 1 - абсолютно не задоволений).

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



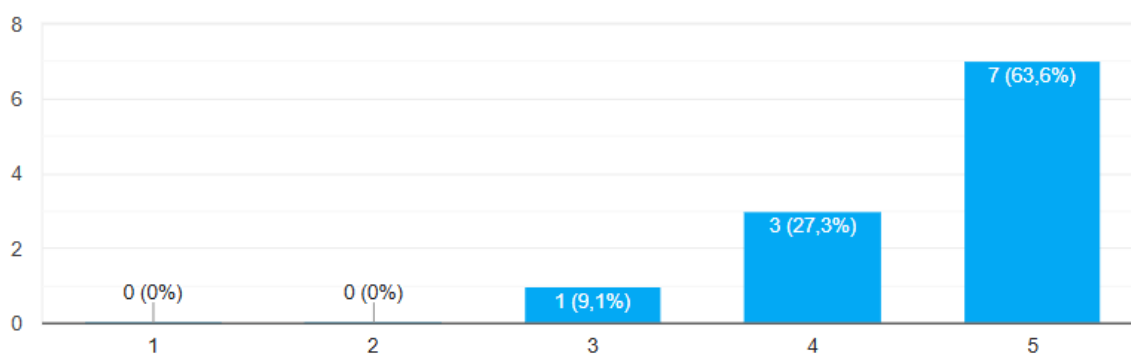
Найвищу оцінку «5» збалансованості навчального навантаження поставили 90,9 % респондентів (10 осіб). Оцінку «3» обрали 9,1 % опитаних (1 особа).

Переважання максимально позитивних відповідей свідчить про загальну відповідність обсягу аудиторних занять, самостійної роботи та кількості освітніх компонентів можливостям здобувачів. Водночас наявність нейтральної оцінки вказує на доцільність подальшого моніторингу розподілу навчального навантаження протягом семестру та врахування особливостей поєднання навчання з професійною діяльністю, особливо для здобувачів заочної форми.

13. Оцініть залученість Вас, як здобувачів до наукових і практичних заходів професійної діяльності у сфері маркетингу: конференції, тренінгів, навчальних дискусій тощо (де 5 - активно залучають, а 1 - не залучають взагалі).

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



Максимальну оцінку «5» рівню залученості до наукових і практичних заходів поставили 63,6 % респондентів (7 осіб). Оцінку «4» обрали 27,3 % опитаних (3 особи), а оцінку «3» – 9,1 % (1 особа).

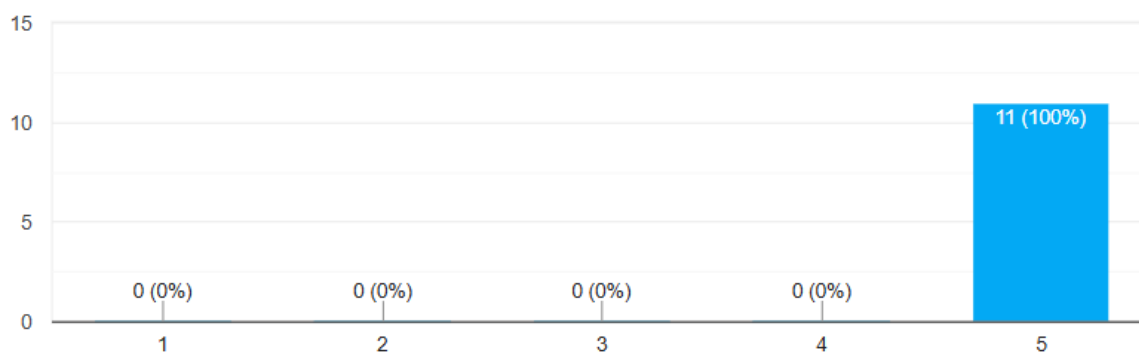
Отримані результати загалом свідчать про високий рівень залучення магістрантів до конференцій, тренінгів, професійних дискусій та інших позааудиторних заходів. Така участь сприяє поглибленню професійних знань, розвитку дослідницьких компетентностей і встановленню контактів із представниками професійного середовища.

Водночас наявність оцінок «3» і «4» вказує на потенціал для розширення кількості та різноманітності заходів, а також посилення залучення до них здобувачів різних форм навчання.

14. Оцініть доступність інформації щодо освітнього процесу, відповідних розкладів та графіків (де 5 - інформація доступна, студенти вчасно поінформовані, а 1 - інформація недоступна взагалі).

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



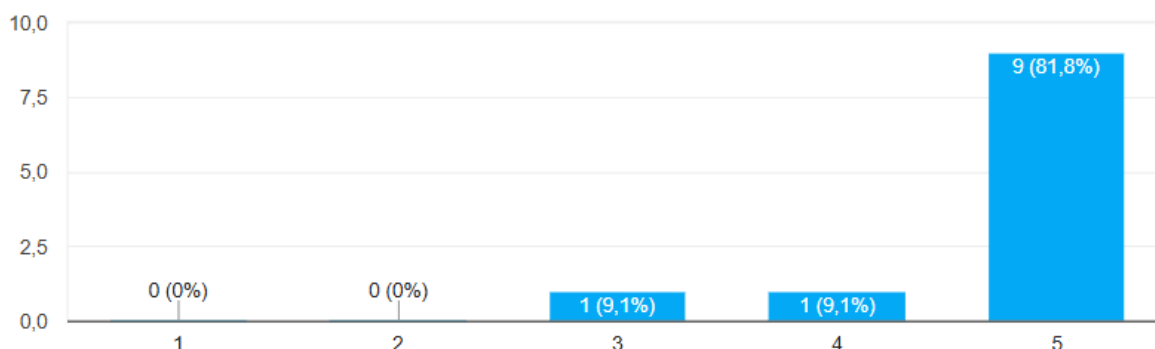
Усі 100 % опитаних поставили найвищу оцінку «5» доступності інформації щодо організації освітнього процесу, розкладів занять і відповідних графіків.

Однозначність відповідей підтверджує ефективність інформаційно-комунікаційних каналів, своєчасність оновлення відомостей і належну організацію інформаційного супроводу здобувачів. Доступність актуальної інформації сприяє ефективному плануванню навчальної діяльності та мінімізує ризики виникнення організаційних труднощів.

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

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



Найвищим балом «5» доступність навчальної та наукової літератури оцінили 81,8 % респондентів (9 осіб). Оцінки «4» і «3» поставили по 9,1 % опитаних, тобто по одній особі.

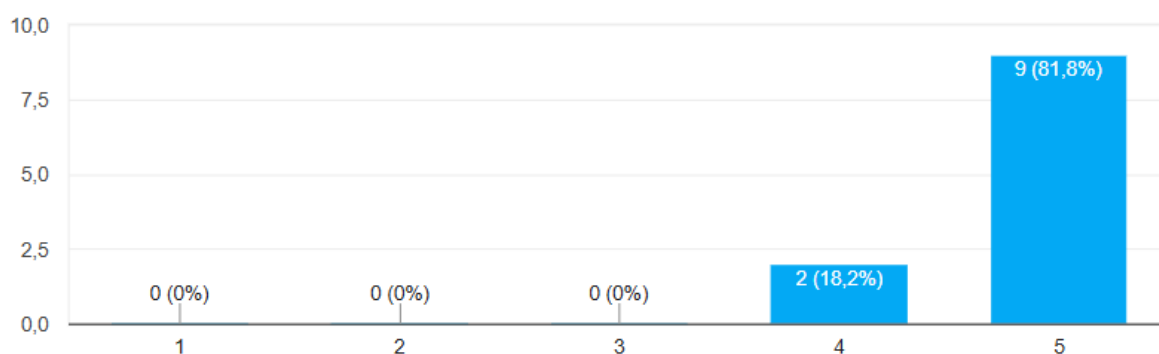
Отримані результати загалом свідчать про належне забезпечення здобувачів навчальними, методичними та науковими джерелами. Доступ до бібліотечних ресурсів і електронного репозитарію створює умови для якісного виконання самостійної роботи, підготовки до занять і проведення наукових досліджень.

Водночас окремі оцінки нижче максимального рівня вказують на доцільність подальшого оновлення бібліотечного фонду, розширення доступу до сучасних електронних видань і підвищення поінформованості здобувачів про наявні інформаційні ресурси.

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

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



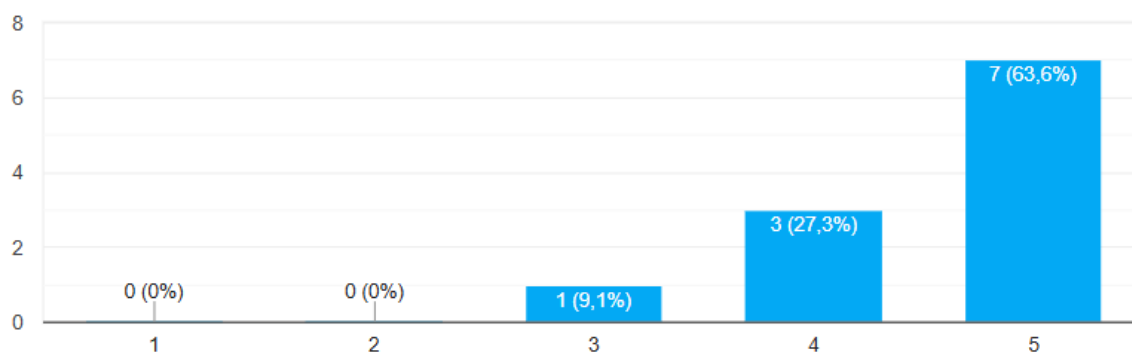
Максимальну оцінку «5» якості навчально-методичного забезпечення поставили 81,8 % магістрантів (9 осіб), а оцінку «4» – 18,2 % респондентів (2 особи).

Такі результати підтверджують належну якість силабусів, методичних рекомендацій, навчальних матеріалів і завдань для самостійної роботи. Високі оцінки свідчать про змістову відповідність методичного забезпечення цілям освітніх компонентів і потребам здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти.

17. Оцініть відповідність матеріально-технічного забезпечення дисциплін ОПП Маркетинг (де 5 – матеріально-технічне забезпечення відповідає сучасним вимогам, а 1 – застаріле й не відповідає потребам освітнього процесу).

 Копіювати діаграму

11 відповідей



Найвищий бал «5» за відповідність матеріально-технічного забезпечення сучасним вимогам поставили 63,6 % респондентів (7 осіб). Оцінку «4» обрали 27,3 % опитаних (3 особи), а оцінку «3» – 9,1 % (1 особа).

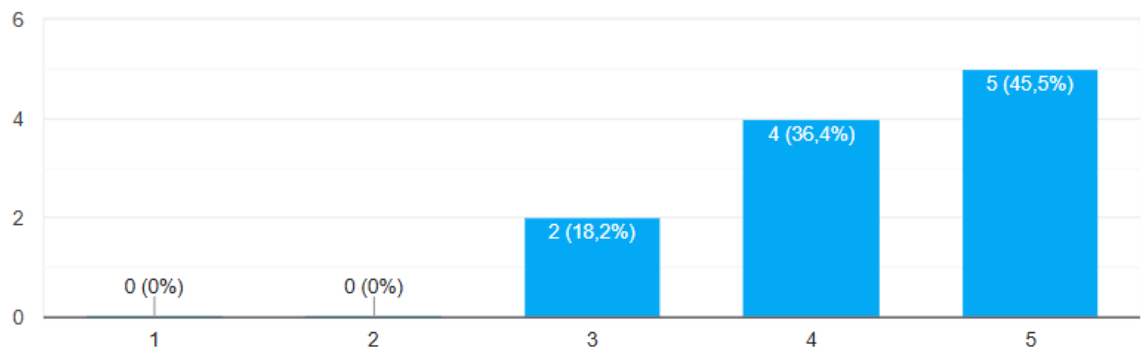
Переважання позитивних оцінок свідчить про належний рівень оснащення освітнього процесу аудиторіями, технічними засобами та програмним забезпеченням. Наявне забезпечення створює умови для проведення лекційних і практичних занять, демонстрації навчальних матеріалів та виконання прикладних завдань.

Водночас частка оцінок «3» і «4» указує на доцільність подальшого оновлення технічного оснащення, програмних продуктів і цифрових інструментів, які використовуються у професійній маркетинговій діяльності.

18. Оцініть залученість професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців до викладання та організації освітнього процесу (де 5 - залучаються часто, а 1 - ніколи не залучаються).

 Копіювати діаграму

11 відповідей



Найвищу оцінку «5» рівню залучення професіоналів-практиків поставили 45,5 % респондентів (5 осіб). Оцінку «4» обрали 36,4 % опитаних (4 особи), а оцінку «3» – 18,2 % (2 особи).

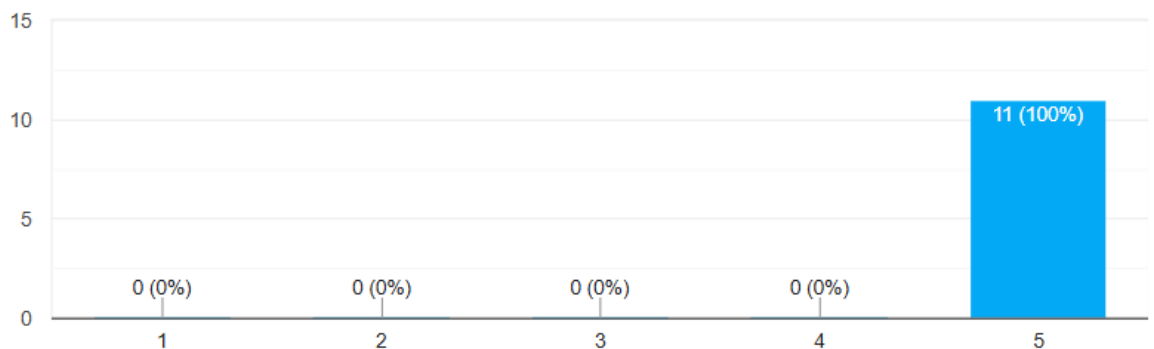
Отримані результати загалом свідчать про позитивне сприйняття участі зовнішніх стейкхолдерів у реалізації освітньої програми. Залучення представників бізнесу, експертів і роботодавців дає змогу ознайомлювати здобувачів із сучасними практиками, професійними вимогами та реальними ситуаціями маркетингової діяльності.

Водночас цей показник має найбільший потенціал для подальшого вдосконалення. Доцільним є збільшення кількості гостьових лекцій, практичних занять, професійних майстер-класів і спільних проєктів із роботодавцями, зокрема для здобувачів заочної форми навчання.

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

 Копіювати діаграму

11 відповідей



Усі 100 % опитаних поставили найвищу оцінку «5» зрозумілості та дієвості системи оскарження результатів контрольних заходів.

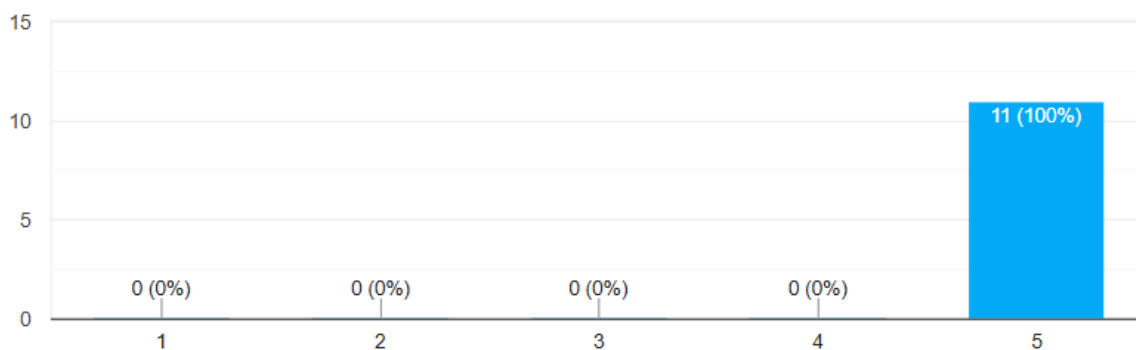
Отримані результати свідчать про належну поінформованість здобувачів щодо процедур апеляції та захисту своїх академічних прав. Зрозумілий

механізм оскарження сприяє підвищенню довіри до системи оцінювання, забезпеченню прозорості контрольних заходів і реалізації принципів академічної справедливості.

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

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



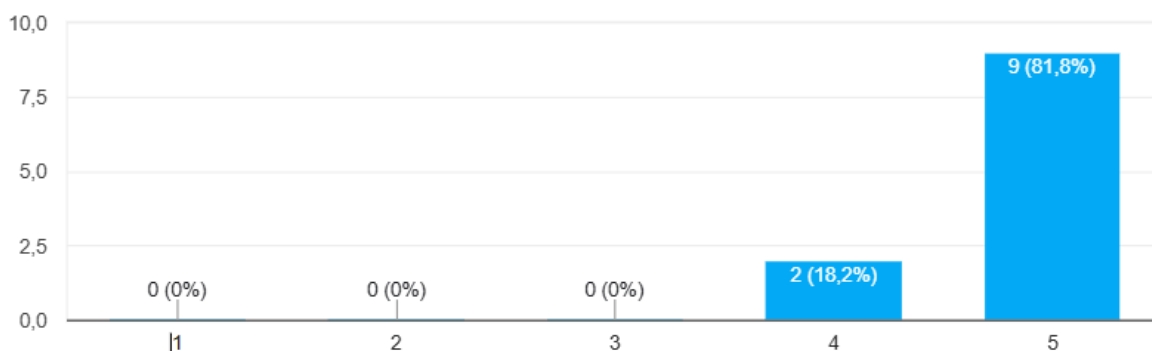
Усі респонденти (100 %) оцінили зрозумілість процедури повторного проходження контрольних заходів найвищим балом «5».

Однозначність відповідей підтверджує належний рівень інформаційної відкритості та доступність нормативного регулювання відповідних процедур. Здобувачі поінформовані про порядок повторного складання заліків та іспитів, що створює прозорі й однакові умови для всіх учасників освітнього процесу.

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

 [Копіювати діаграму](#)

11 відповідей



Найвищу оцінку «5» роботі персоналу структурних підрозділів університету поставили 81,8 % респондентів (9 осіб), а оцінку «4» – 18,2 % опитаних (2 особи).

Отримані результати свідчать про високий рівень задоволеності адміністративним, інформаційним і організаційним супроводом навчання.

Позитивна оцінка роботи працівників директорату, кафедри, бібліотеки та інших підрозділів підтверджує їх доступність для здобувачів, доброзичливість і готовність сприяти вирішенню питань, пов'язаних з освітнім процесом.

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

11 відповідей

-
Все good
Зауважень немає
Запрошувати більше професіоналів практиків на заняття до студентів-заочників
Нічого
Мене все влаштовує за даним напрямом
..
все добре

Аналіз відповідей на відкрите питання анкети засвідчив високий рівень загальної задоволеності навчанням за освітньо-професійною програмою «Маркетинг». Переважна більшість респондентів зазначили, що їх усе влаштовує, зауважень немає, а організація освітнього процесу відповідає їхнім очікуванням.

Водночас було висловлено конструктивну пропозицію щодо ширшого залучення професіоналів-практиків до проведення занять зі здобувачами заочної форми навчання. Така відповідь узгоджується з результатами оцінювання участі роботодавців та експертів в освітньому процесі й свідчить про зацікавленість магістрантів у посиленні прикладної спрямованості навчання.

Доцільним є планування гостьових лекцій, тренінгів, професійних дискусій та майстер-класів з урахуванням графіка навчальних сесій здобувачів заочної форми. Це сприятиме забезпеченню рівного доступу всіх магістрантів до взаємодії з представниками бізнесу та професійного маркетингового середовища.

Дані результати анкетування розглянуті на засіданні кафедри маркетингу (протокол №24 від 18.05.2026 року).