

**ЗВІТ**  
**про результати опитування здобувачів вищої освіти**  
**2023 року щодо оцінки якості ОП «Маркетинг»**

Курс	Кількість студентів	Кількість студентів, які взяли участь в опитуванні	Відсоток студентів, які взяли участь в опитуванні
Перший магістерський курс	34	29	85,3%
Другий магістерський курс	45	38	84,4%
Разом	79	67	84,8%

- 1. Чи залучали Вас до розробки, перегляду освітніх програм?**  
Так – 56 (83,6%);  
Ні – 2 (3,0%);  
Важко відповісти – 9 (13,4%).
- 2. Чи задовольняє Вас якість підготовки за обраною освітньою програмою в університеті?**  
Повністю задоволені – 38 (56,7%);  
Скоріше задоволені – 29 (43,3%);  
Частково/не задоволені – 0 (0%).
- 3. Чи збігаються Ваші очікування щодо обраної освітньої програми з навчанням на ній?**  
Повністю збігаються – 41 (61,2%);  
Здебільшого збігаються – 26 (38,8%);  
Частково збігаються – 0 (0%).
- 4. Чи достатній, на Вашу думку, зміст (перелік дисциплін, тем) освітньої програми для успішної роботи за фахом?**  
Так – 54 (80,6%);  
Частково – 11 (16,4%);  
Ні – 2 (3,0%).
- 5. Чи усі дисципліни, які Ви вивчаєте, необхідні для Вашої професійної діяльності?**  
Так – 44 (65,7%);  
Частково – 23 (34,3%);  
Ні – 0 (0%).
- 6. Чи дотримується логічний взаємозв'язок у процесі викладання дисциплін за освітньою програмою, за якою Ви навчаєтеся?**  
Так – 55 (82,1%);

Частково – 12 (17,9%);

Ні – 0 осіб (0%).

**7. Чи достатній обсяг практичної підготовки у структурі Вашої освітньої програми?**

Так – 55 (82,1%);

Частково – 11 (16,4%);

Ні – 1 (1,5%).

**8. Чи здійснюється за Вашою освітньою програмою вільний вибір навчальних дисциплін за циклом загальної підготовки?**

Так – 58 (86,6%);

Частково – 9 (13,4%);

Ні – 0 (0%).

**9. Чи формує у Вас освітня програма загальні компетентності?**

Так – 57 (85,1%);

Частково – 10 (14,9%);

Ні – 0 (0%).

**10. Чи формує у Вас освітня програма спеціальні (фахові) компетентності?**

Так – 56 (83,6%);

Частково – 11 (16,4%);

Ні – 0 (0%).

**11. Чи враховує освітня програма сучасні вимоги ринку праці?**

Так – 55 (82,1%);

Частково – 12 (17,9%);

Ні – 0 (0%).

**12. Чи співпадають Ваші очікування щодо освітньої програми з її змістом та шляхами реалізації?**

Так – 48 (71,6%);

Частково – 18 (26,9%);

Ні – 1 (1,5%).

**13. Чи влаштовує Вас назва освітньої програми, якщо ні, будь ласка запропонуйте свій варіант. Якщо не влаштовує – перейдіть до наступного питання, якщо влаштовує – пропустіть його.**

Так – 66 (98,5%);

Ні – 1 (1,5%).

**14. Запропонуйте власну назву освітньої програми**

Більшість відповідей – пропозицій немає

**15. Що, на Вашу думку, слід змінити в освітній програмі для Вашої спеціальності?**

Більшість відповідей – все влаштовує.

**16. Надайте Ваші пропозиції та рекомендації щодо освітньої програми**

Найчастіше у відповідях зустрічається: Додати воркшопи від випускників.

## **Висновки**

Охоплення 84,8% здобувачів дозволяє стверджувати, що програма користується високим рівнем довіри та забезпечує прозору комунікацію між кафедрою та здобувачами.

Основним досягненням звітнього періоду є висока оцінка структурної цілісності ОП. Показник у 82,1% щодо дотримання логічного взаємозв'язку дисциплін підтверджує, що навчальний план побудований без дублювання та забезпечує послідовне нарощення знань. Важливо, що 100% опитаних не мають зауважень до назви програми, що свідчить про її повну відповідність сучасному професійному контексту спеціальності.

Аналіз формування компетентностей демонструє паритет між загальними та фаховими навичками – 85,1% та 83,6% відповідно. Це вказує на збалансованість програми, яка готує не лише вузькоспеціалізованих знавців інструментів маркетингу, а й гнучких фахівців із розвиненим критичним мисленням. Також підтверджено ефективність вибіркової складової: 86,6% здобувачів успішно реалізували право на вільний вибір дисциплін.

Єдиним змістовним запитом на зміни стало побажання щодо впровадження воркшопів від випускників-практиків. Це свідчить про сформованість навколо ОП професійної спільноти та потребу студентів у отриманні досвіду через реальні бізнес-кейси.