

ЗВІТ

про результати опитування здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» щодо оцінювання рівня задоволеності методами навчання, викладання та об'єктивністю оцінювання

Кількість опитаних студентів у жовтні 2022 року

Курс	Кількість студентів	Кількість студентів, які взяли участь в опитуванні	Відсоток студентів, які взяли участь в опитуванні
Перший магістерський курс	51	45	88,2%
Другий магістерський курс	22	19	86,4%
Разом	73	64	87,7%

1. Відвідуваність аудиторних занять

75-100% – 40 (62,5%)

50-75% – 16 (25,0%)

25-50% – 6 (9,4%)

Менше 25% – 2 (3,1%)

2. Доступ до освітніх матеріалів

Так, отримав доступ до усього – 54 (84,4%);

Отримав лише до частини з переліку – 10 (15,2%);

Ні, не отримав – 0 (0%)

3. Обізнаність про місце ознайомлення з освітніми матеріалами

Так – 54 (84,4%)

Важко відповісти – 8 (12,5%)

Ні – 2 (3,1%)

4. Зрозумілість критеріїв оцінювання

Так – 53 (82,8%)

Частково – 10 (15,6%)

Ні – 1 (1,6%)

5. Володіння викладачами сучасними методами навчання

Так – 48 (75,0%)

Частково – 15 (23,4%)

Ні – 1 (1,6%)

6. Комфортний мікроклімат і психологічна атмосфера

Так – 46 (71,9%);

Частково – 18 (28,1%)

Ні – 0 (0%)

7. Сприяння практичному використанню знань

Так – 49 (76,6%)

Частково – 14 (21,8%)

- Ні – 1(1,6%)
- 8. Логічність і цікавість подання матеріалу**
Так –44 (68,7%);
Частково – 20 (31,3%)
Ні – 0 (0%)
- 9. Використання активних методів навчання**
Так –56 (87,5%)
Частково – 7 (10,9%)
Ні – 1 (1,6%)
- 10. Доступність навчальної літератури**
Так – 51 (79,7%)
Частково – 12 (18,7%)
Ні – 1 (1,6%)
- 11. Об'єктивність оцінювання**
Так – 49 (74,2%);
Частково – 15 (22,7%);
Ні – 2 (3,1%)
- 12. Задоволеність навчанням за спеціальністю**
Так – 53 (80,3%);
Частково – 11 (16,7%);
Ні – 2 (3,0%)
- 13. Участь у зустрічах зі стейкхолдерами та лекторами**
Так – 52 (81,3%)
Частково – 10 (15,6%)
Ні – 2 (3,1%)
- 14. Практична спрямованість дисциплін**
Високий рівень – 42 (65,6%)
Середній рівень – 21 (32,8%)
Низький рівень –1 (1,6%)
- 15. Пропозиції щодо покращення**
Більшість відповідей – посилити цифрову взаємодію та розширити доступ до електронних бібліотечних ресурсів.

Висновки

Результати моніторингу підтверджують стійкість освітнього процесу та високий рівень адаптивності ОП «Маркетинг» до викликів воєнного стану та дистанційного формату навчання. Репрезентативність опитування на рівні 87,7% свідчить про високу зацікавленість здобувачів у розвитку програми та ефективну комунікацію між адміністрацією закладу і студентством.

Аналіз показників студентоцентрованості свідчить, що використання активних методів навчання сягнуло 87,5%, що вказує на успішну трансформацію лекційних курсів у інтерактивні формати. Це безпосередньо корелює з високим рівнем загальної задоволеності навчанням за спеціальністю, який становить 80,3%. Показники зрозумілості критеріїв оцінювання та доступу до навчальних матеріалів підтверджують відкритість

освітнього процесу, а низький відсоток негативних відповідей у межах від 1,6% до 3,1% свідчить про відсутність системних проблем в оцінюванні та викладанні.

Попри складні умови понад 81% здобувачів позитивно оцінили участь у зустрічах зі стейкхолдерами та лекторами-практиками, що забезпечує зв'язок теорії з реаліями сучасного ринку праці. Аналіз відповідей щодо логічності подання матеріалу та володіння сучасними методами став індикатором для подальшого посилення цифровізації контенту. Зафіксований запит студентів на оновлення літературної бази сучасними виданнями було взято за основу при плануванні закупівель та оновленні робочих програм на наступний період.