

# **Результати опитування студентів щодо якості викладання ОК та задоволення освітніх потреб здобувачів ВО**

**Спеціальність 075 Маркетинг  
Освітня програма «Маркетинг»**

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

На кафедрі бізнес-економіки та маркетингу, здобувачі вищої освіти, освітньої програм «Маркетинг» були залучені до опитування, що проводилось з 24.11.2025р. по 12.12.2025р. Опитування проводилося анонімно за використання Google форми.

Здобувачам освіти було запропоновано провести оцінку кожного освітнього компонента щодо взаємодії з викладачами, які викладали предмети протягом I семестру 2025/2026 навчального року за шкалою від 1 до 5. Де «1» - категорично не згоден, «2» - не згоден, «3» - нейтрально/не згоден і згоден, «4» - згоден, «5» - повністю згоден. Ці критерії включали такі пункти:

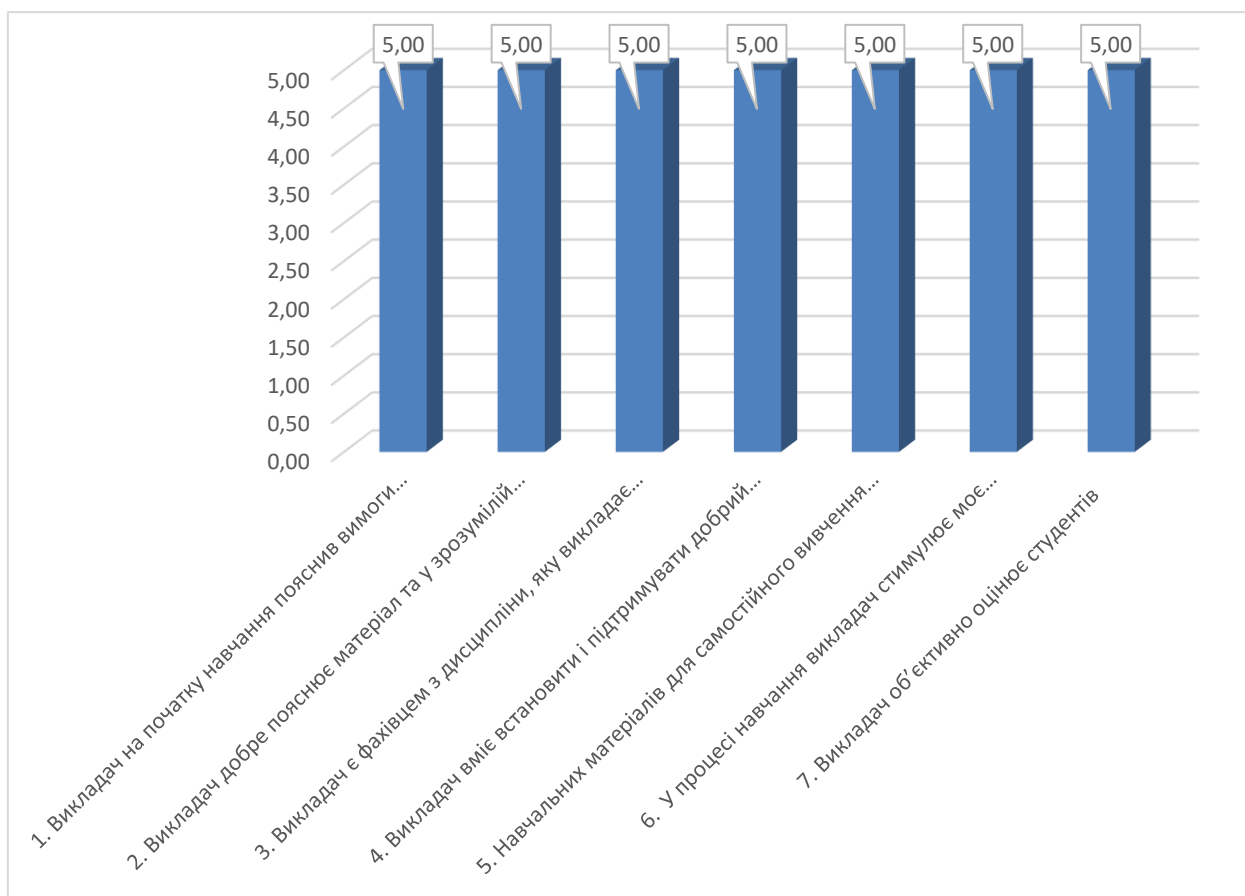
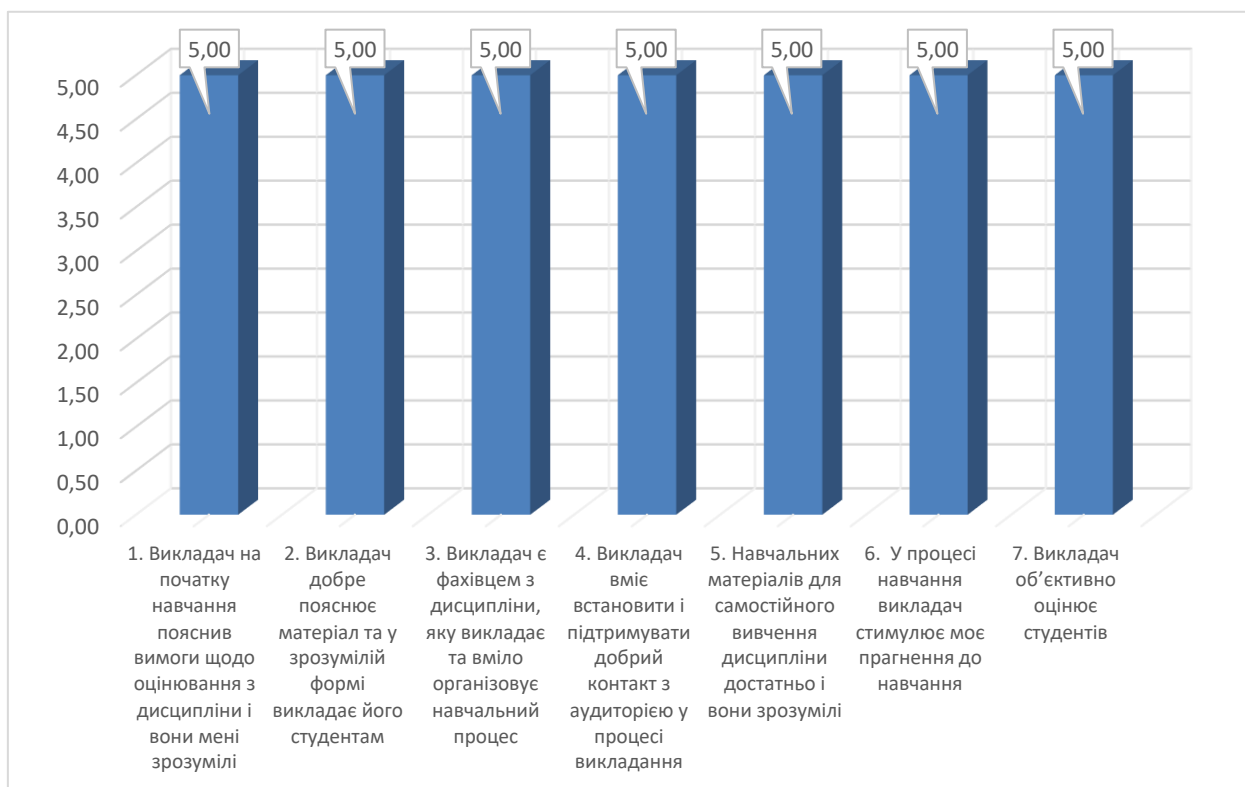
1. Викладач на початку навчання пояснив вимоги щодо оцінювання з дисципліни і вони мені зрозумілі;
2. Викладач добре пояснює матеріал та у зрозумілій формі викладає його студентам;
3. Викладач є фахівцем з дисципліни, яку викладає та вміло організовує навчальний процес;
4. Викладач вміє встановити і підтримувати добрий контакт з аудиторією у процесі викладання;
5. Навчальних матеріалів для самостійного вивчення дисципліни достатньо і вони зрозумілі;
6. У процесі навчання викладач стимулює моє прагнення до навчання;
7. Викладач об'єктивно оцінює студентів.

Респонденти надавали відповіді на такі відкриті питання:

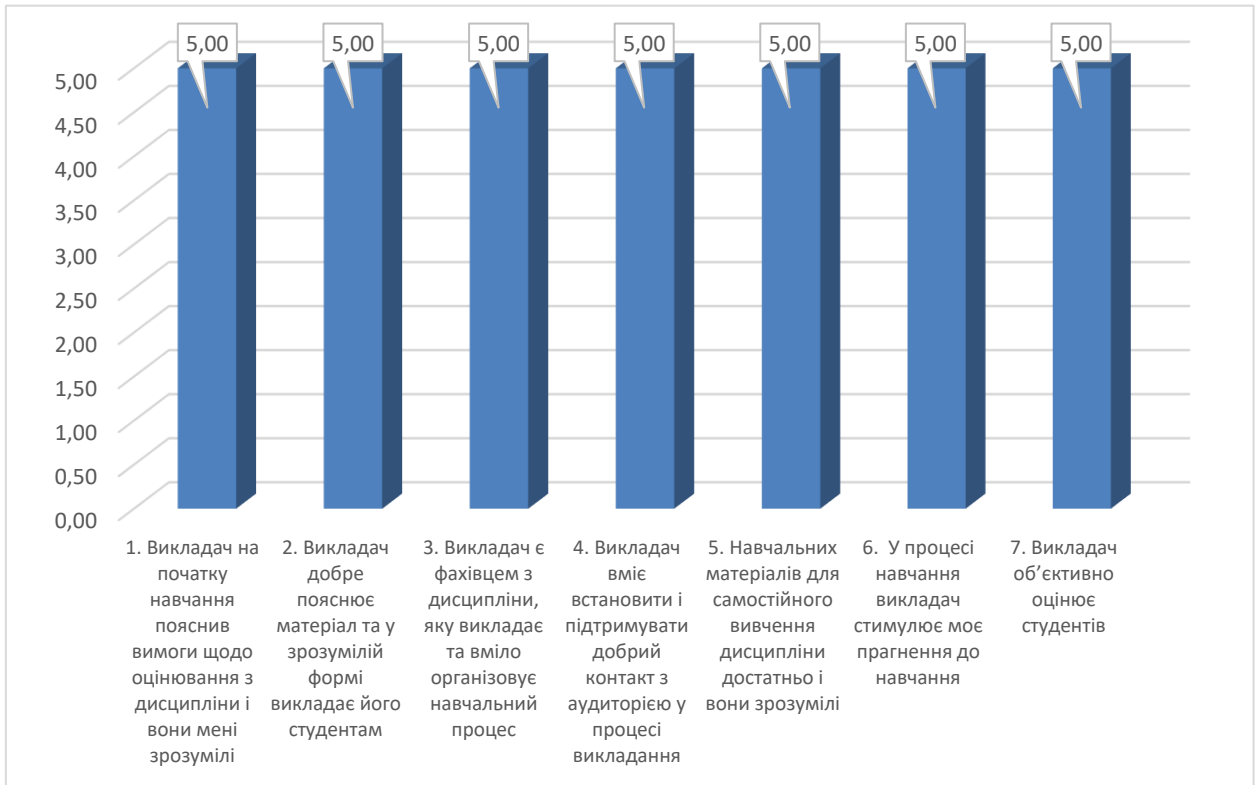
1. Що було найбільш корисним та цікавим при вивченні дисципліни?
2. Що б Ви хотіли змінити в підходах до викладання дисципліни?

В опитуванні взяло участь 21 (70 %) здобувачів освіти, які навчаються за ОП «Маркетинг». По курсам: 1 курс – 4 (13,33 %), 2 курс – 5 (16,67 %), 3 курс – 12 (40 %).

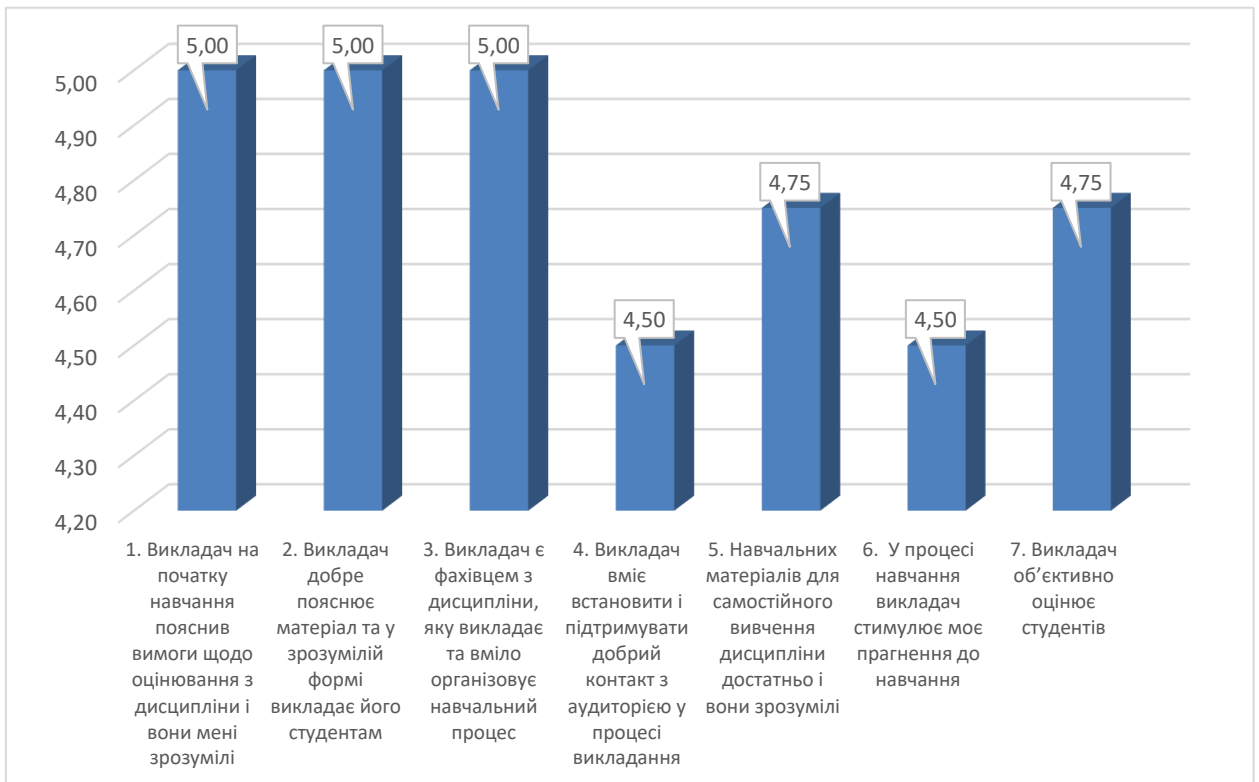
Результати опитування за освітньою програмою по предметам, що викладаються на кафедрі бізнес-економіки та маркетингу наведені нижче:

І курсІміджеологіяЕкономікс

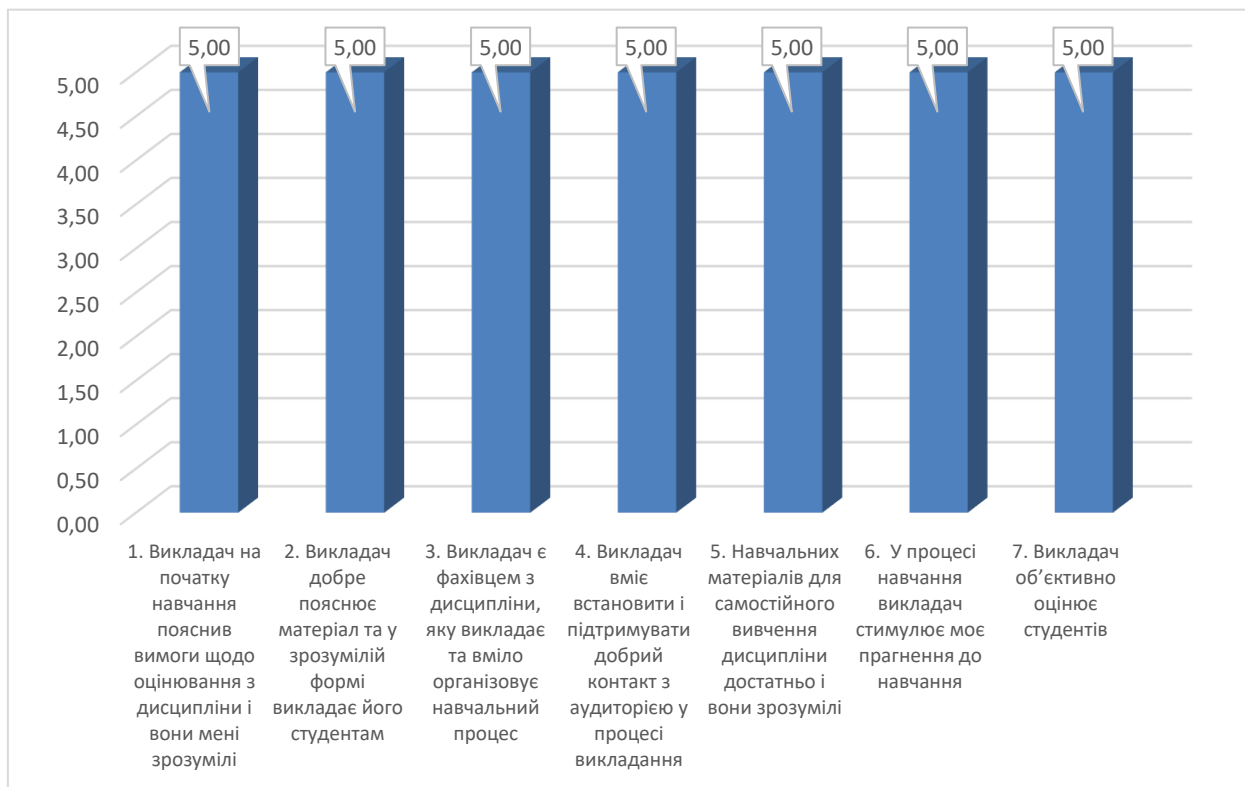
## Історія економіки та економічної думки



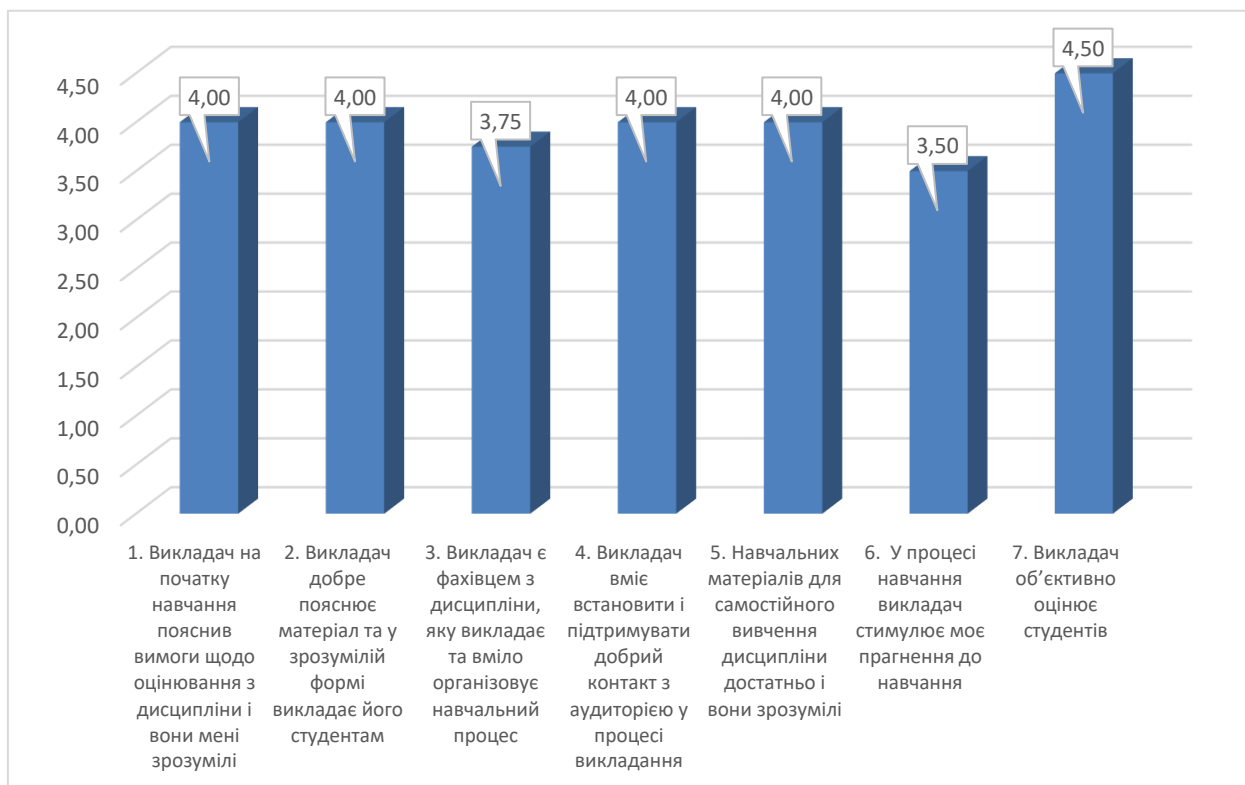
## Communicative English



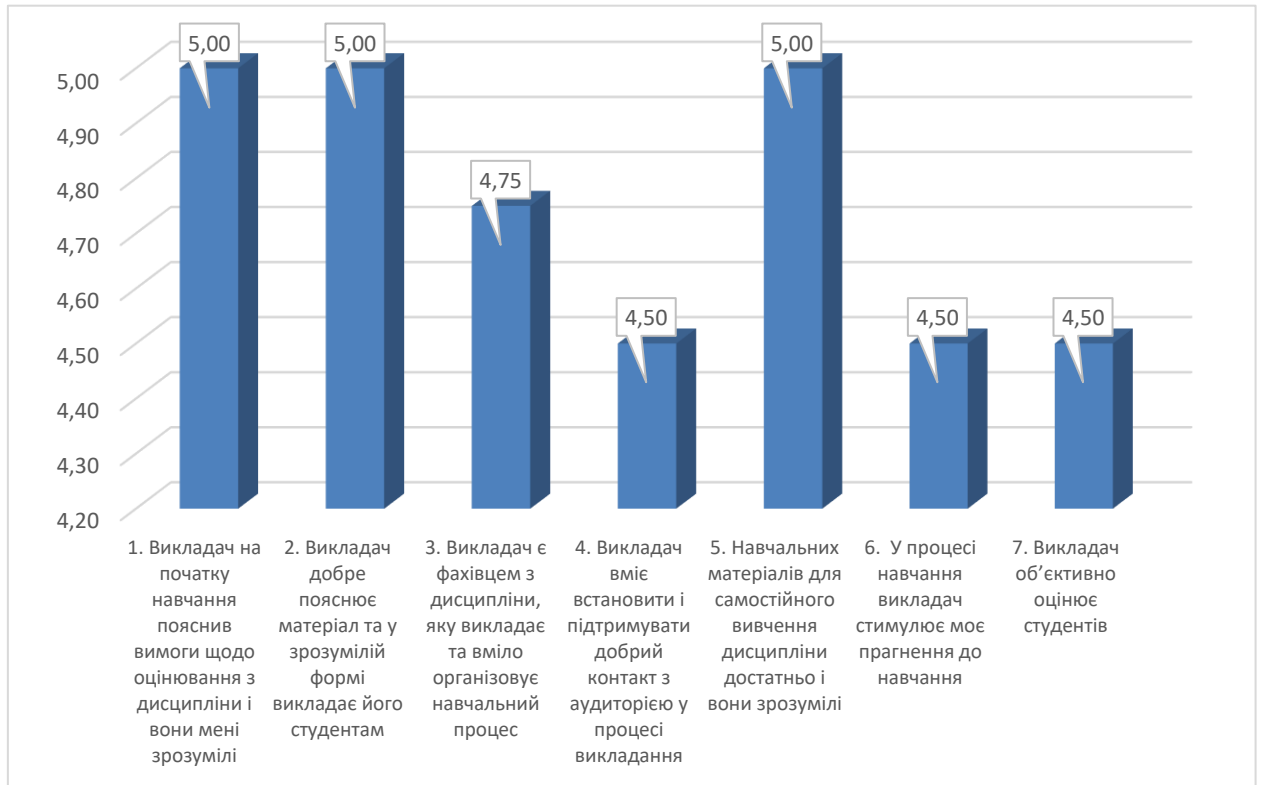
## Теорія ймовірності і математична статистика

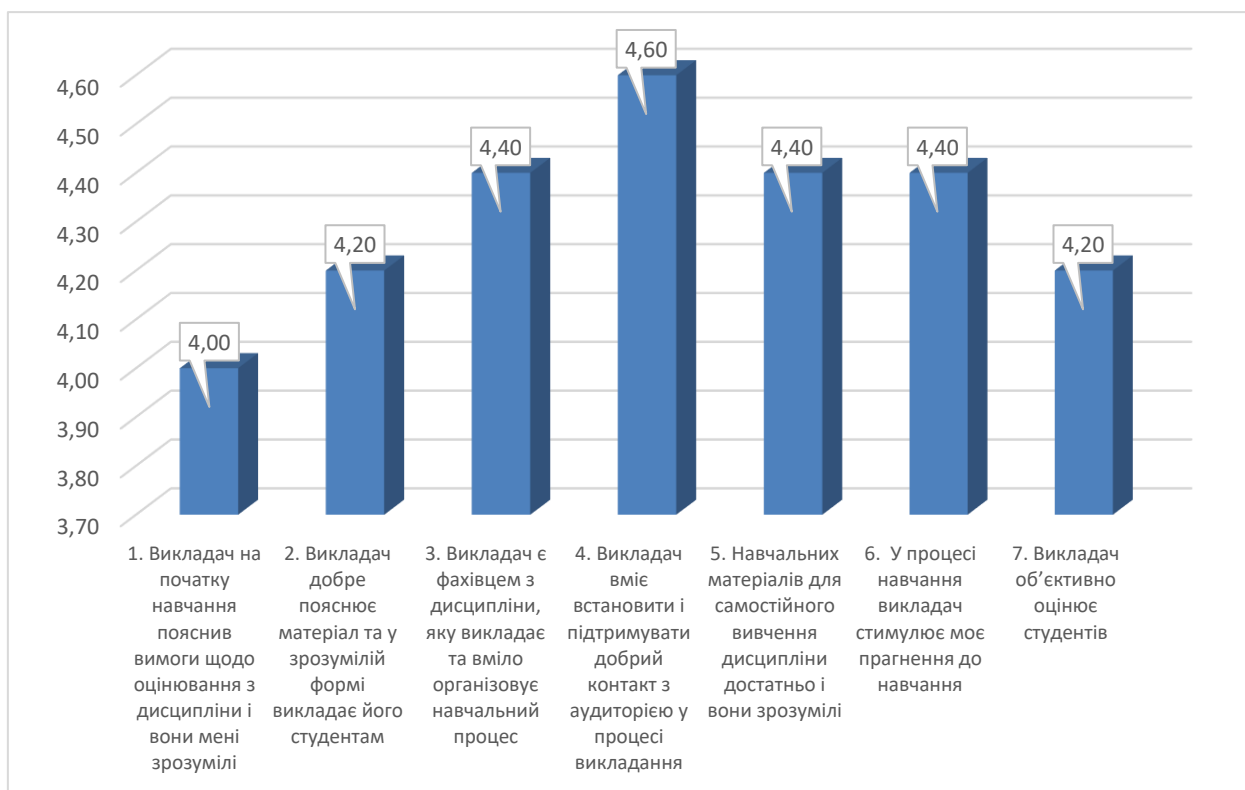
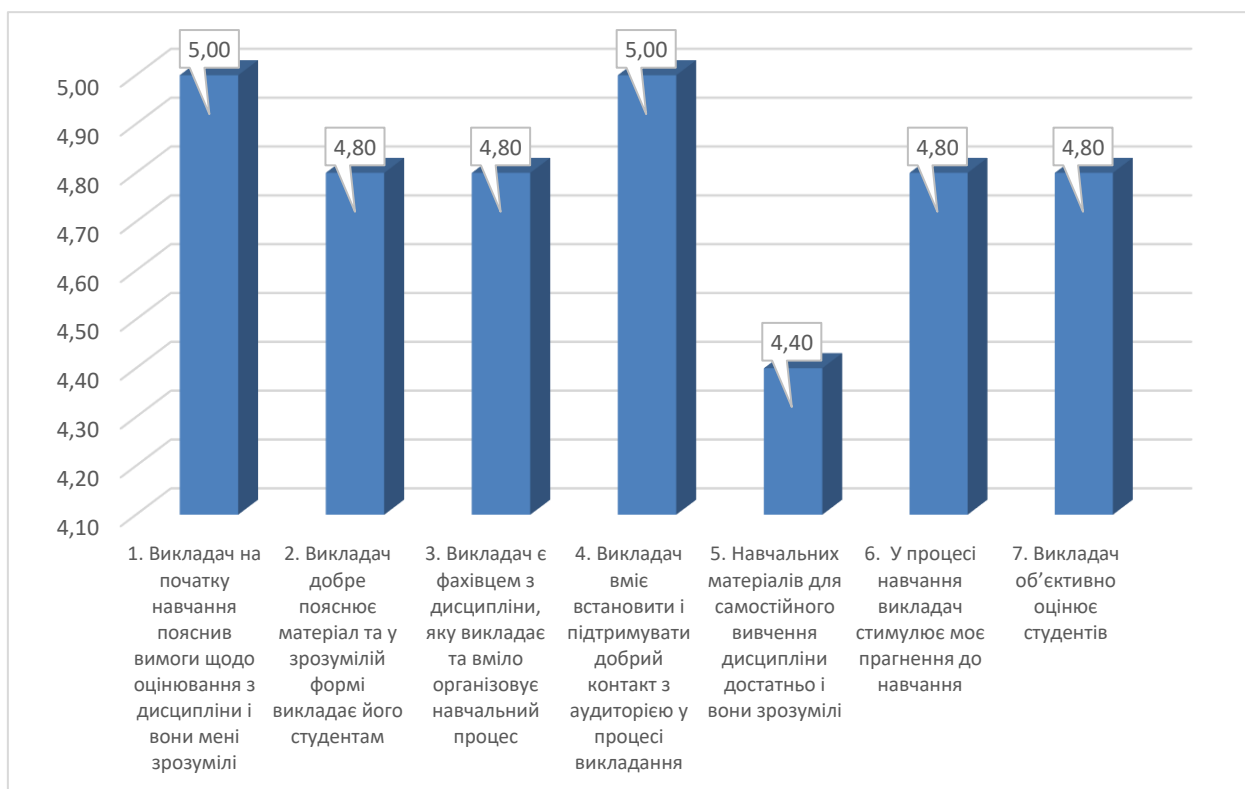


## Менеджмент

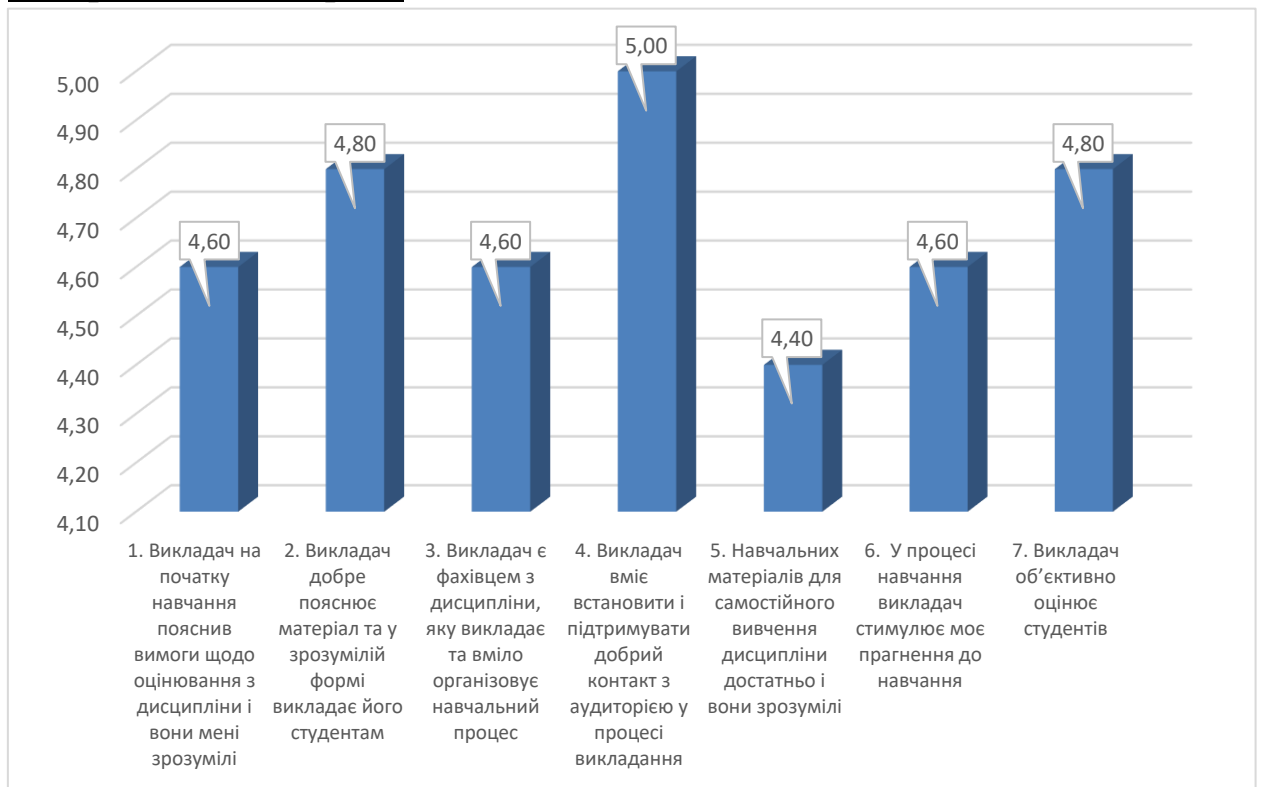


## Історія української культури

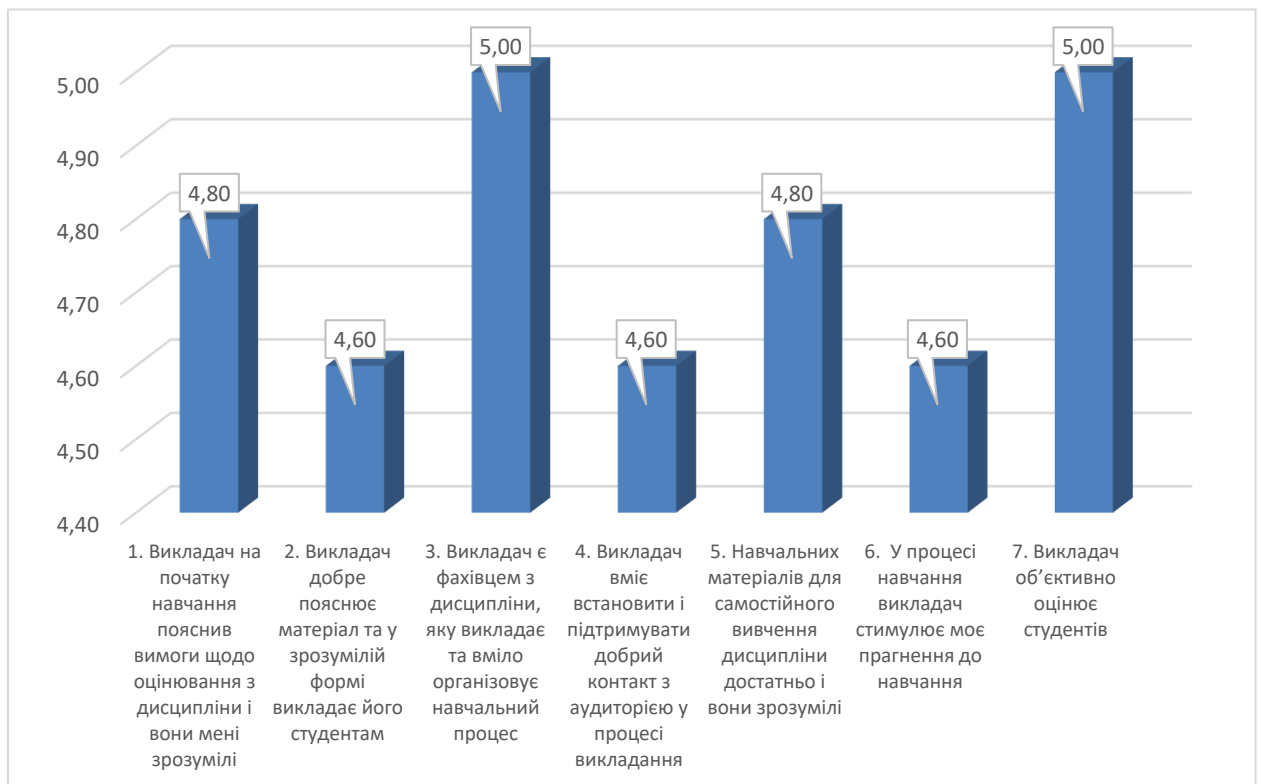


II курсПромисловий маркетингНаціональна економіка

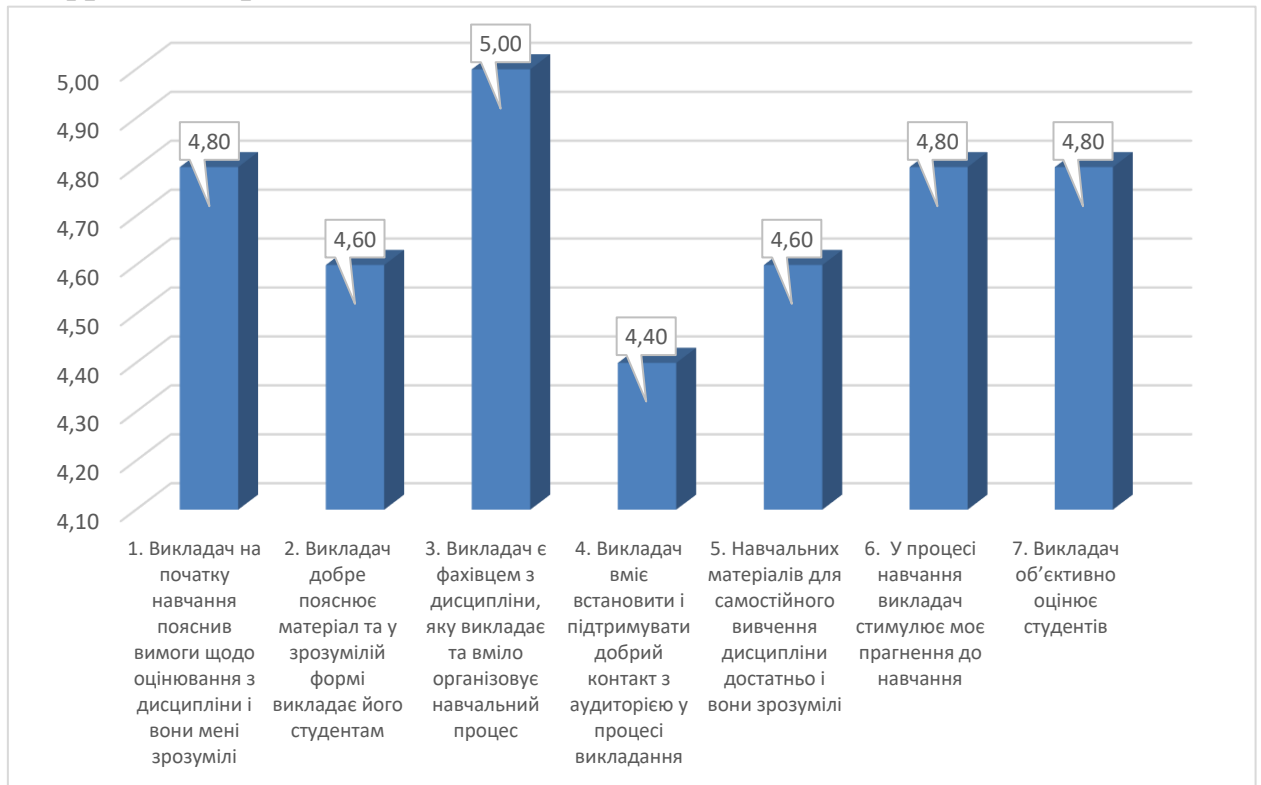
## Підприємницьке право



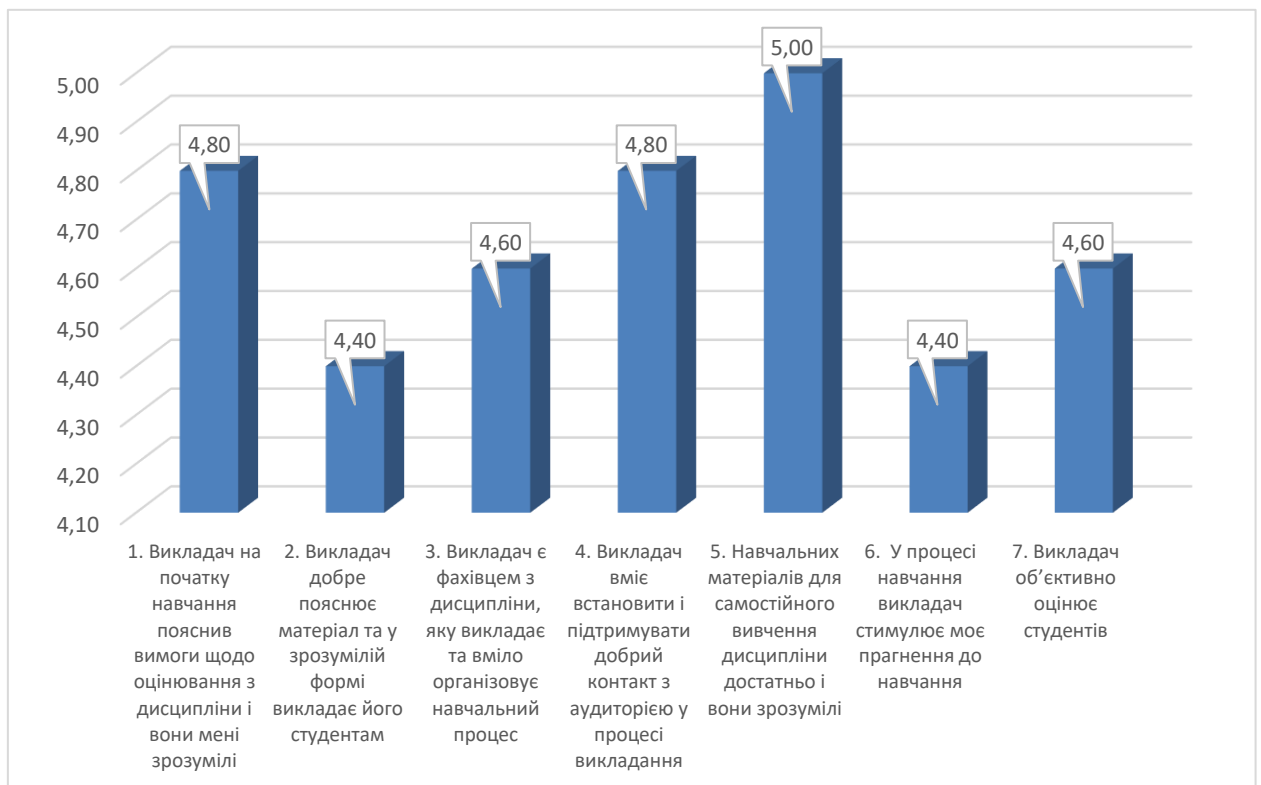
## Бізнес англійська



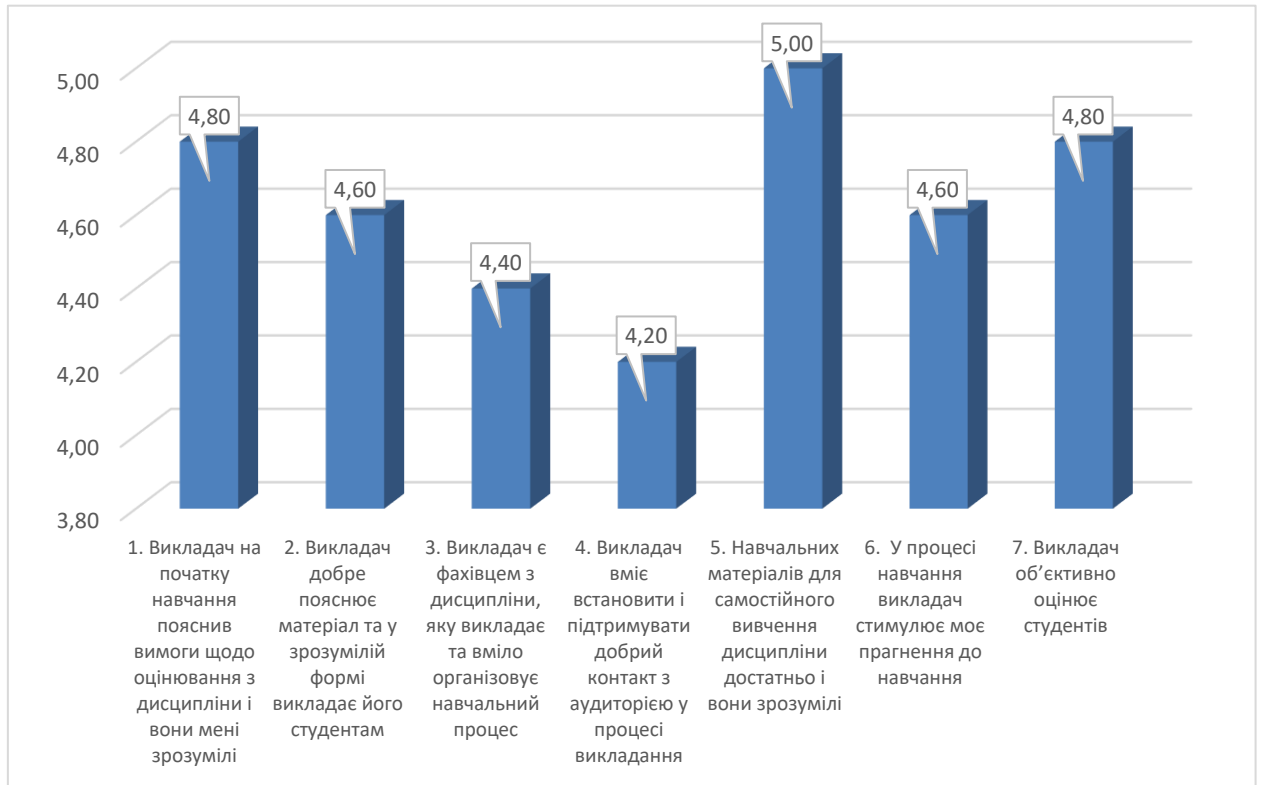
## Цифровий маркетинг і логістика

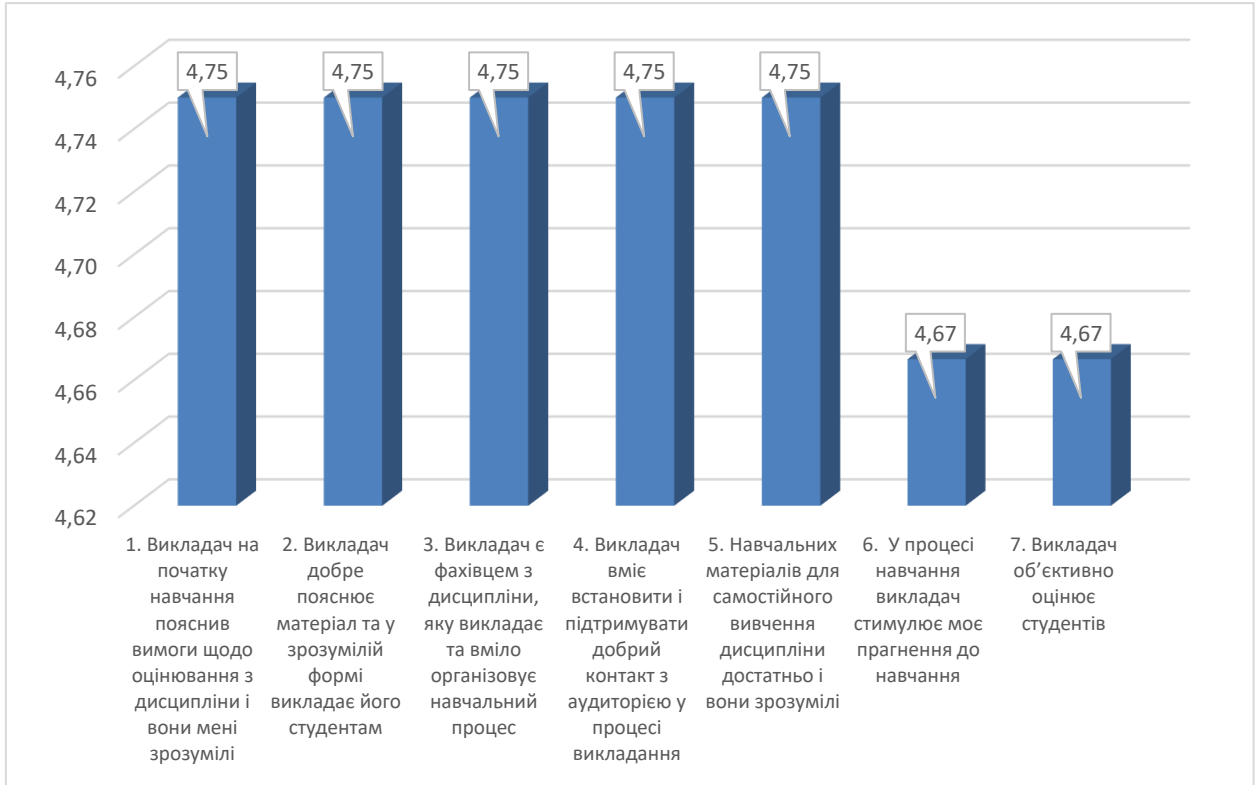
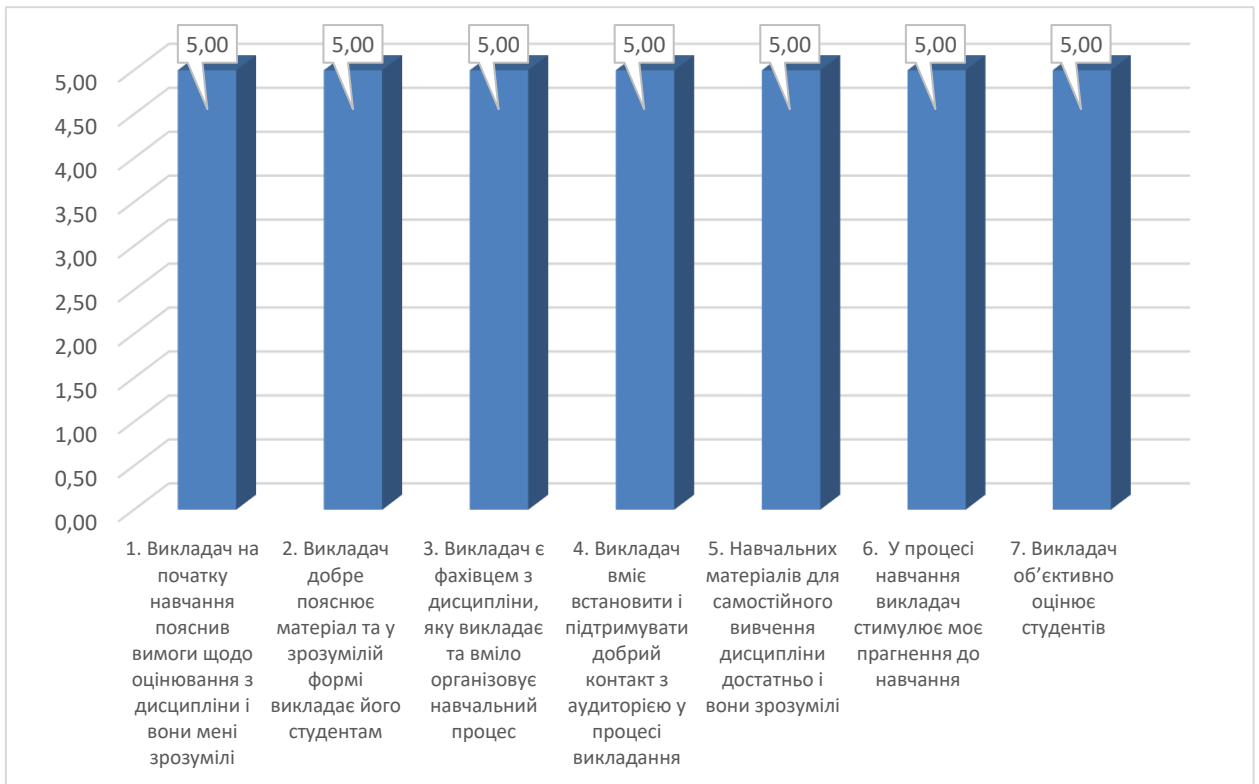


## Основи наукових досліджень

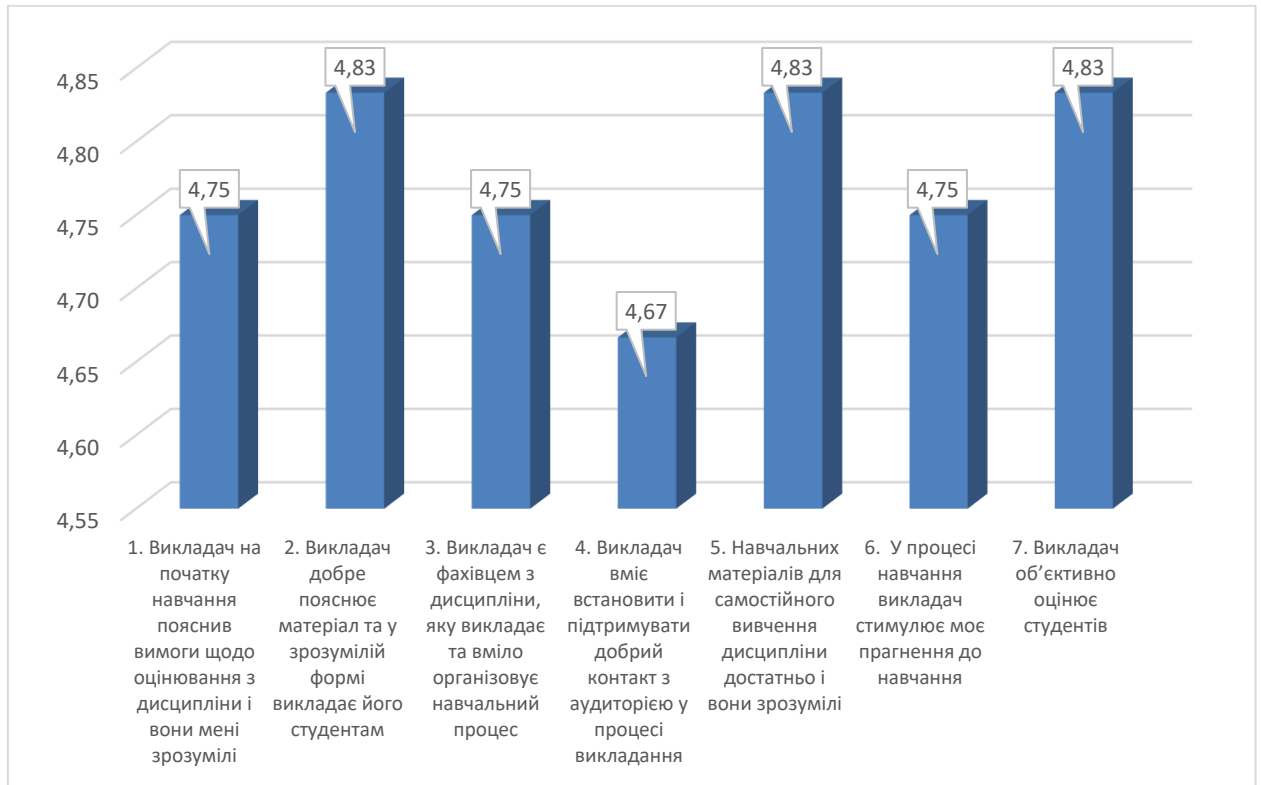


## Міжнародна торгівля та торговельна діяльність

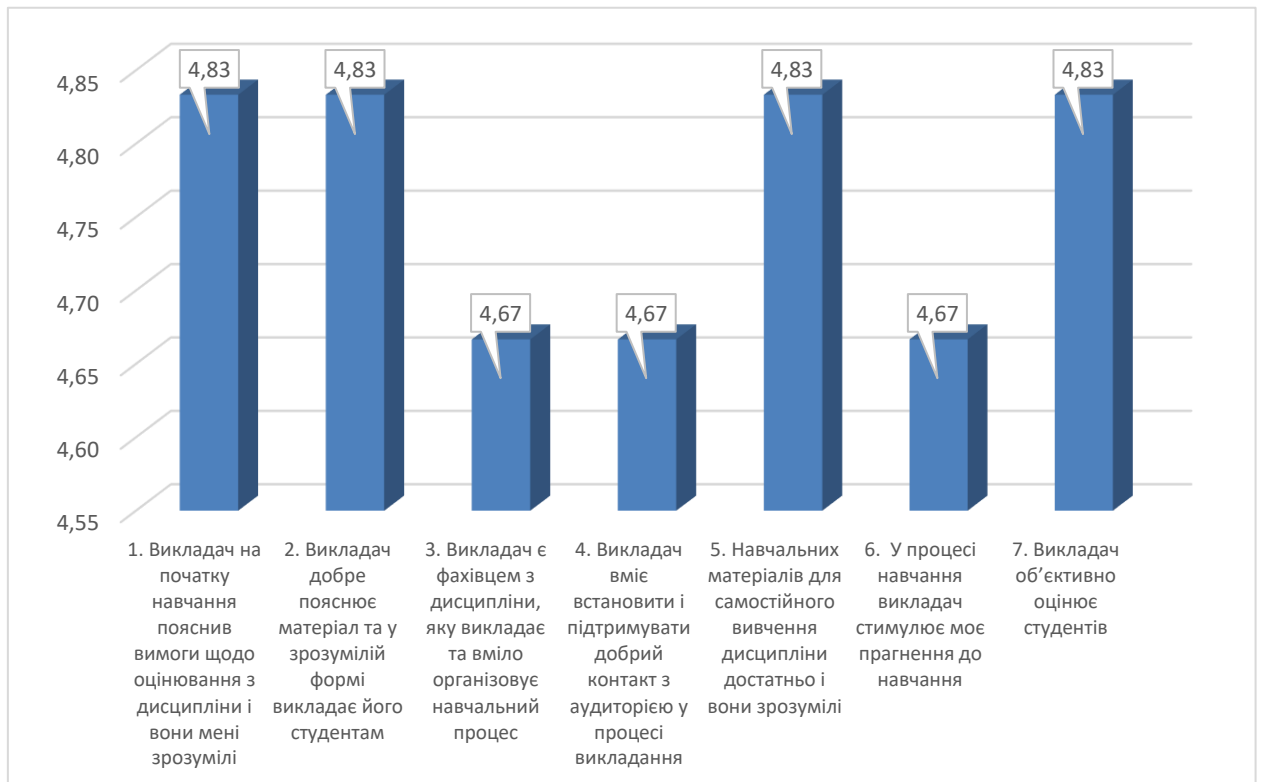


Маркетингова товарна політикаСоціальна відповідальність бізнесу

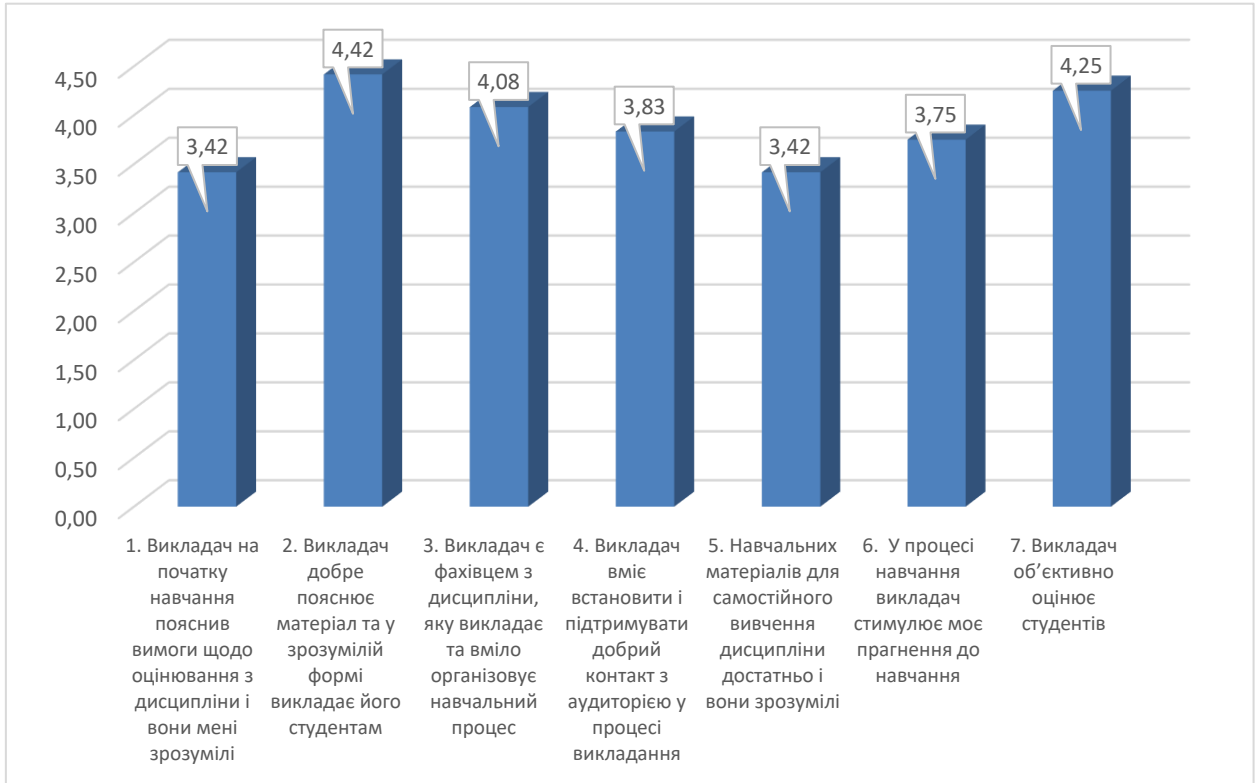
## ІКТ в рекламі



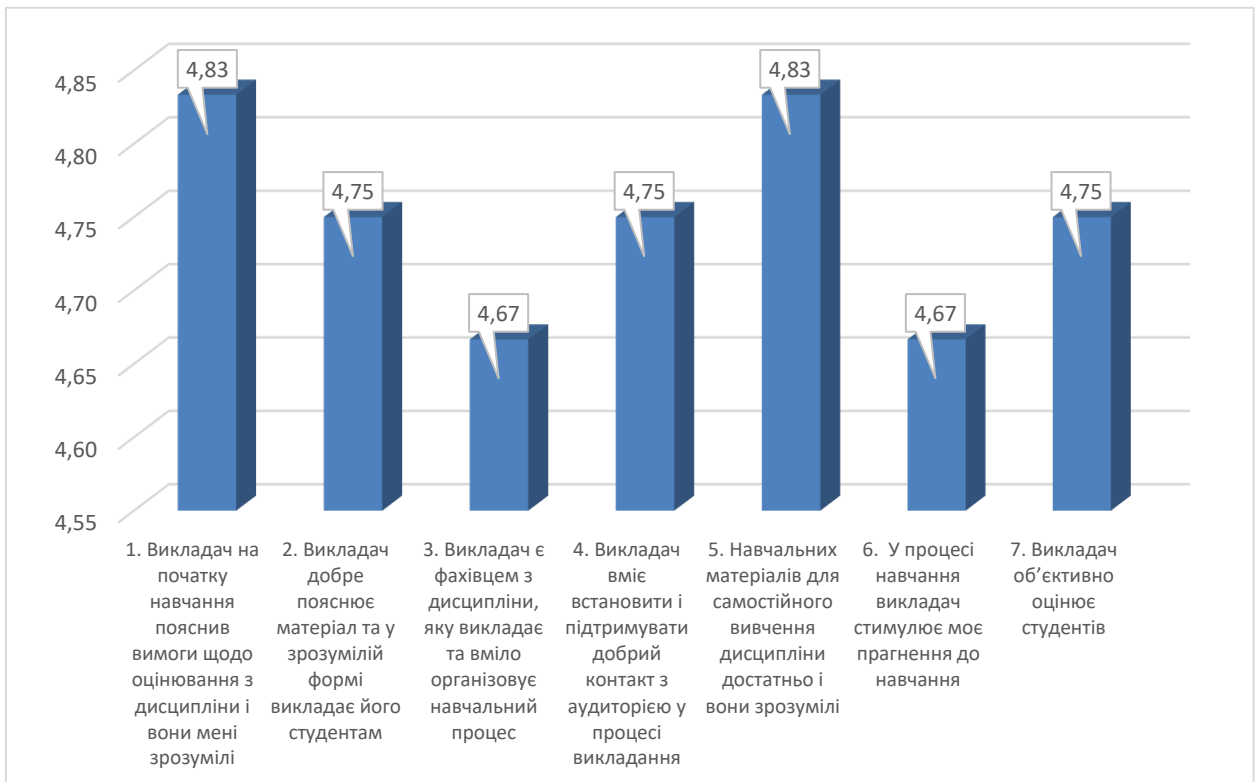
## Цифрова безпека



## Маркетинг АПК



## Планування маркетингової діяльності



## **Поглиблений аналіз освітніх потреб та запитів здобувачів освіти**

Здобувачі освіти освітньої програми «Маркетинг» виявили себе як прогресивна та цифровізована спільнота, яка високо цінує креативність та можливість практичної самореалізації. Студенти з великим ентузіазмом ставляться до створення власних медіапродуктів та участі в різних практичних заходах, зустрічах з роботодавцями та стейкхолдерами, що вказує на їхню готовність до глобальної професійної діяльності.

Ключові напрями запитів здобувачів:

- Запит на розширення інтерактивності: висока задоволеність сучасними методами викладання трансформується у запит на ще більшу кількість інтерактивних вправ та ігрових форматів. Це демонструє високий рівень залученості студентів та їхнє бажання навчатися через дію.

- Розвиток цифрової екосистеми: пропозиції щодо більш широкого використання платформи Moodle свідчать про те, що студенти активно використовують цифрові інструменти та цінують змістовне наповнення та доступність.

- Цінність професійної комунікації: здобувачі надають великого значення особистому контакту з викладачами та приємній атмосфері спілкування. Їхні запити щодо покращення взаємодії спрямовані на створення ще більш плідного менторського діалогу.

- Фокус на прикладних маркетингових інструментах: студенти виявляють глибокий інтерес до логістики, цифрових інструментів та маркетингового планування, розглядаючи їх як ключові елементи свого майбутнього професійного успіху

## **Загальні висновки**

Результати опитування свідчать про позитивну динаміку розвитку програми та високу довіру студентів до її змісту. Респонденти задоволені використанням сучасних методів навчання та інтерактивних форм подачі матеріалу. Високо оцінюється професіоналізм викладачів та їхня готовність

адаптувати підхід до потреб студентів, що забезпечує стабільно налагоджений контакт у процесі навчання.

Також опитування показало, що студенти повністю розуміють структуру, логіку побудови та основну мету освітнього процесу. Це свідчить про якісну комунікацію між адміністрацією, викладачами та здобувачами освіти, а також про ефективне донесення змісту освітньої програми. Учасники анкетування високо оцінили змістовність навчальних дисциплін, актуальність знань, які вони отримують, та їх застосовність у практичній діяльності.

За результатами аналізу відповідей по відкритих питаннях дисциплін, за якими надано відповіді здобувачів зазначено, що такі дисципліни як Маркетинг, Промисловий маркетинг, Маркетингова товарна політика, Планування маркетингової діяльності, Цифровий маркетинг і логістика, Маркетинг АПК, ІКТ в рекламі студенти високо оцінюють поєднання теоретичних положень із практичними маркетинговими завданнями, роботу з прикладами з реального бізнесу, а також вивчення цифрових і логістичних інструментів просування товарів та послуг.

Варто відзначити, що здобувачі висловили свої побажання щодо збільшення інтерактивності вивчення професійних курсів, що свідчить про орієнтацію здобувачів на сучасні цифрові формати навчання.

### **ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи**

1. Обговорити на засіданнях кафедр результати опитування здобувачів та розробити заходи щодо покращення взаємодії в рамках освітнього процесу між викладачами та студентами (грудень 2025 р.)

2. Запровадити кросдисциплінарні семінари, круглі столи з обміну досвідом та обговорення найкращих практик викладання протягом 2 семестру 2025 Графічний та мультимедійний: перший (бакалаврський) ОР: 1 семестр 2025-2026 2026 н.р.

3. Врахувати побажання та рекомендації студентів щодо постійного наповнення навчально-методичними матеріалами МУДЛ ЧДБК

4. Провести обговорення результатів опитування на Методичній раді у січні 2026 р.

5. Проектній групі ОПП «Маркетинг» взяти до уваги побажання студентів під час формування ОПП – 2026