

ЗВІТ
ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ДРУГОГО
(МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
МАРКЕТИНГ

м.Дніпро
2026

Методологія дослідження

Відповідно до запиту гаранта освітньо-професійної програми «Маркетинг» Касяна С.Я. було розроблено та узгоджено інструментарій для проведення дослідження.

Розроблена анкета для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти <https://cutt.ly/7E6LZgG>.

Посилання на анкету було розміщено на сайті університету та в силабусах освітніх компонент.

Опитано: 12 здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг.

Термін проведення дослідження: 2025-2026 н. р. (наприкінці вивчення кожної освітньої компоненти)

Задачі дослідження:

1. Визначити рівень розуміння передумов вивчення курсу.
2. Визначити ступінь забезпеченості здобувачів методичним забезпеченням.
3. Проаналізувати кількість часу, який здобувачі приділяють самостійній роботі.
4. Оцінити рівень задоволеності здобувачів при вивченні освітніх компонент.
5. Виявити ключові напрями вдосконалення освітніх компонент.

Виконавці:

Куваєва Т.В. – завідувач кафедри маркетингу, к.е.н., доцент

Касян С.Я. – професор кафедри маркетингу, д.е.н., доцент

РЕЗУЛЬТАТИ

1. Визначення рівня розуміння здобувачами передумов вивчення курсу. Оцінка за 4-ьох бальною шкалою:

3 – детально окреслені всі вимоги до виконання/оцінювання поточних робіт, складання іспиту/заліку; надано навчально-методичну літературу

2 – надано загальне бачення вивчення дисципліни та складання іспиту/заліку

1 – визначено основні терміни та загально окреслені вимоги

0 – зовсім відсутні пояснення

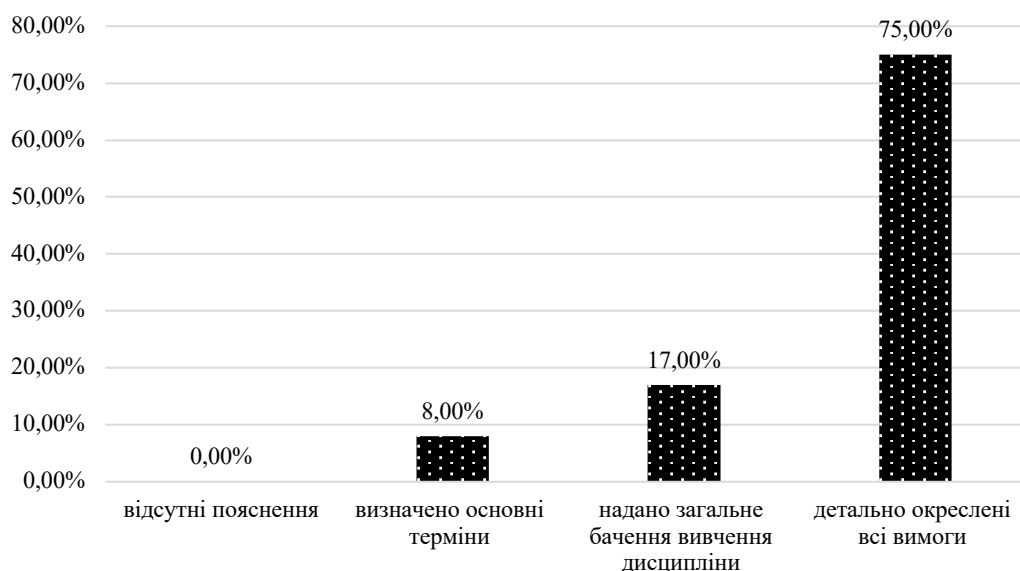


Рисунок 1.1 – Рівень інформування здобувачів щодо передумов вивчення дисциплін

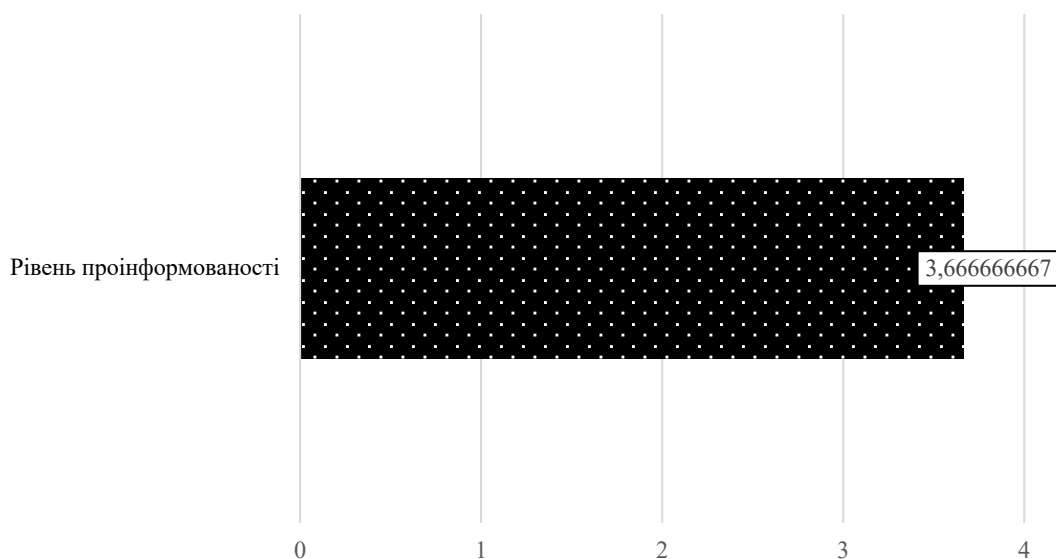


Рисунок 1.2 – Середній рівень поінформованості студентів

Висновки: Встановлено, що переважна більшість здобувачів другого освітнього рівня мають вище за середній рівень обізнаності щодо передумов вивчення дисципліни (3,7).

Рекомендації:

Перед початком вивчення освітньої компоненти викладачі повинні звертати уваги не тільки на загальні аспекти вивчення дисципліни, проте й робити акцент на процес оцінювання поточних робіт та заліку/іспиту; нагадувати, що інформація розміщена у силабусах на сайті кафедри.

2. Визначення наявності сучасних підручників, навчальних посібників, методичних вказівок, презентацій тощо для вивчення курсу в бібліотеці університету/on-line (платформа Moodle, додаток MS Teams).

За підсумками опитування, 83% здобувачів надали позитивну відповідь щодо забезпеченості курсу сучасними навчальними матеріалами (підручники, посібники, методичні вказівки, презентації) як у друкованому, так і в електронному форматі. Лише 17% обрали варіант “складно відповісти”.



Рисунок 2.1 – Оцінка наявності підручників, посібників, методичних вказівок тощо

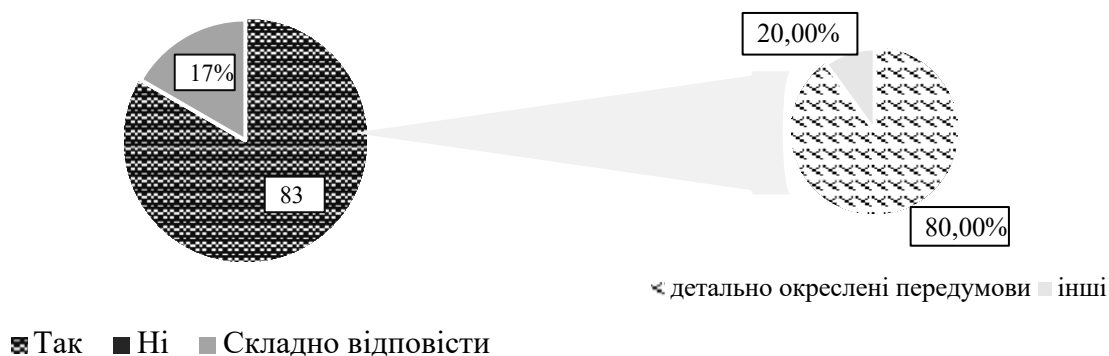


Рисунок 2.2 – Аналіз спяргованості респондентів, що підтверджують наявність методичного забезпечення та розуміння передумов вивчення курсу

Висновки: Встановлено, що 83% респондентів підтверджують наявність методичного забезпечення для вивчення освітньої компоненти. 80% серед цих респондентів зазначили, що знають всі передумови вивчення курсу. Отже, можна зробити висновок, що більшість здобувачів, які проінформовані щодо умов вивчення освітньої компоненти також добре обізнані щодо ресурсів, де розміщено методичне забезпечення.

Рекомендації: Викладачам доцільно розмішувати методичне забезпечення на платформі та постійно нагадувати (користуватися) під час лекційних та практичних занять. Також рекомендовано посилення розмішувати у силабусах.

3. Оцінка співпадіння тем в різних освітніх компонентах.

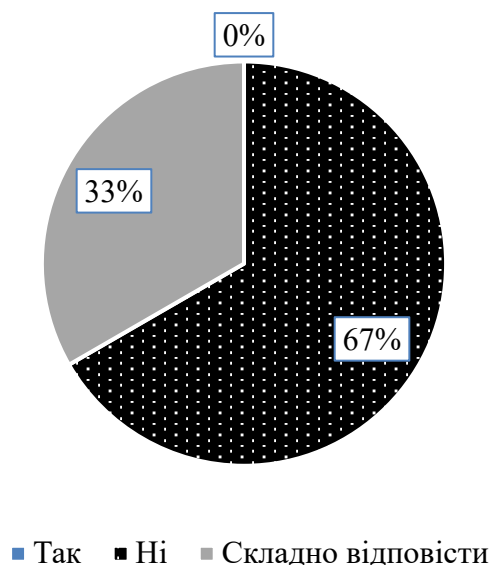


Рисунок 3.1 – Повторюваність тем освітніх компонент

Висновки: В ході опитування встановлено, що більше половини респондентів (4 особи) зазначають, що теми з різних освітніх компонент не повторюються. Для 2 здобувачів вищої освіти це запитання викликало складнощі і вони не змогли дати однозначної відповіді.

Рекомендації: Забезпечити викладачам більш глибоку перевірку тем освітніх компонент та дисциплінарних результатів. Проінформувати здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня про особливості методів, що застосовуються при викладанні, та компетенцій, які будуть набуті здобувачами за результатами вивчення дисциплін.

4. Достатність часу на засвоєнні освітньої компоненти

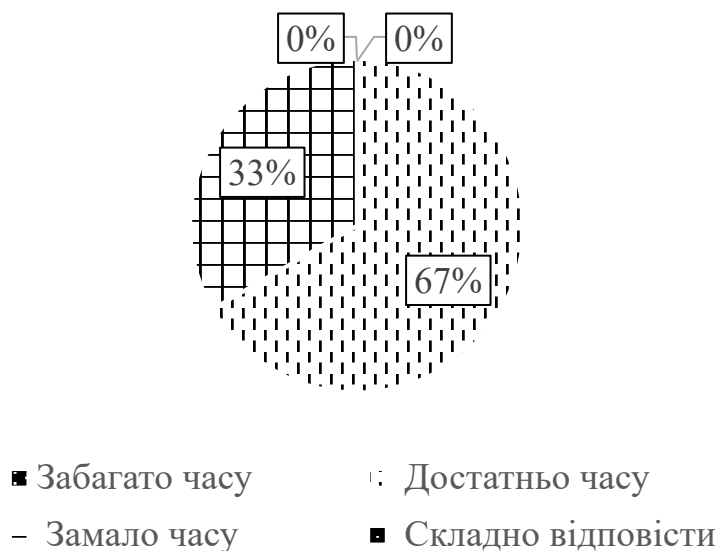


Рисунок 4.1 – Достатність часу на засвоєння ОК

Висновки: Переважна більшість респондентів 67% зазначають про достатній обсяг часу для засвоєння матеріалу.

Рекомендації: Викладачам забезпечити індивідуалізований підхід до здобувачів. Особливу увагу звернути на категорії студентів, які не встигають за графіком виконання завдань або навпаки мають багато вільного часу, не відвідують заняття. В більшості випадків це здобувачі, що мають низьку успішність. Встановити причини такої ситуації, провести додаткові дослідження.

5. Зв'язок освітніх компонент з ОП Маркетинг.

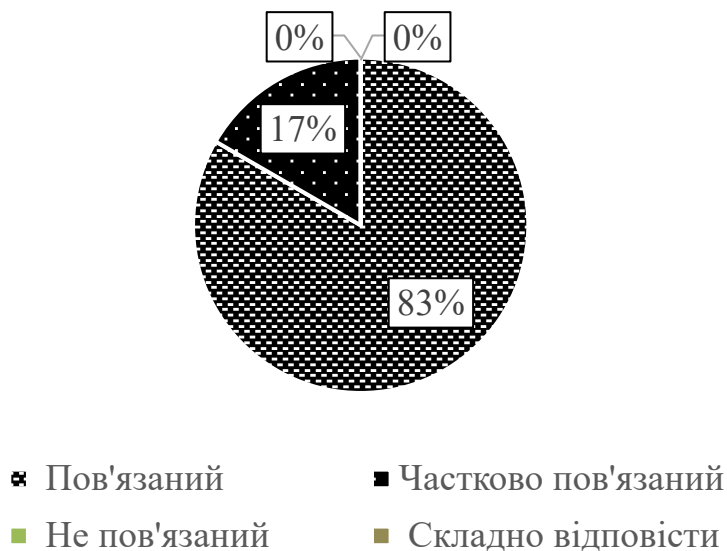


Рисунок 5.1 – Зв'язок ОК з ОП Маркетинг

Висновки: 83% здобувачів зазначають, що ОК напряду пов'язані з ОП Маркетинг. 17% респондентів не до кінця розуміють зв'язок з ОП.

Рекомендації: Більш конкретно відобразити ПР в ОК через дисциплінарні результати.

6. Оцінка задоволеності ОК здобувачами за 5-ти бальною шкалою, де 5 – повністю задоволений, 4 – задоволений, 3 – скоріше задоволений, 2 – незадоволений, 1 – повністю незадоволений.

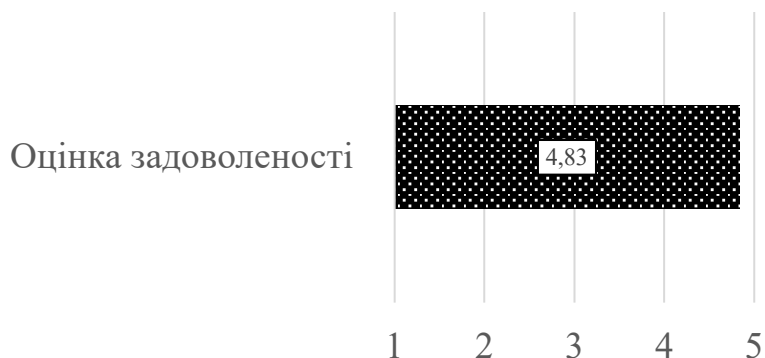


Рисунок 6.1 – Оцінка задоволеності здобувачів вивченням ОК

Висновки: Середній рівень задоволеності здобувачами другого (магістерського) рівня освіти вивченням освітніх компонент складає 4,83.

Рекомендації: Виявити сильні та слабкі сторони ОК, у наступних опитуваннях врахувати причини задоволеності/незадоволеності ОК.

7. Середня кількість годин на тиждень, яку здобувачі присвячують вивченню однієї ОК (окрім аудиторних годин).

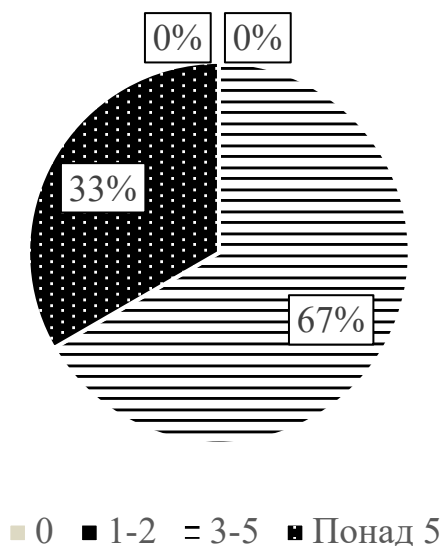


Рисунок 7.1 – Середня кількість годин/тиждень (позаудиторних)

Висновки: 67% здобувачів виділяють в середньому 3-5 годин на тиждень на вивчення однієї ОК. В цілому такий показник відповідає самостійному часу на засвоєння однієї дисципліни в межах навчального плану.

Рекомендації: Доцільно співставити дане запитання із запитанням стосовно самооцінки здобувачів щодо рівня знань.

8. Самооцінка здобувачами рівня засвоєння ОК.

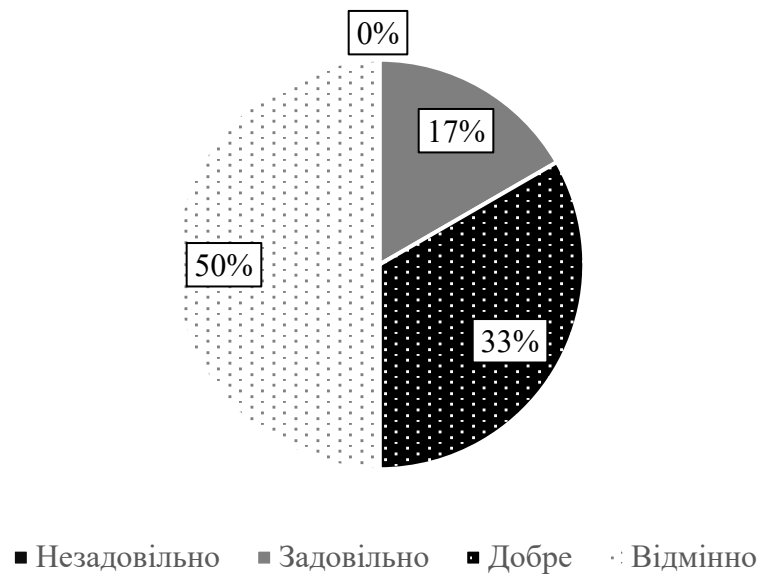


Рисунок 8.1 – Самооцінка здобувачами рівня засвоєння ОК

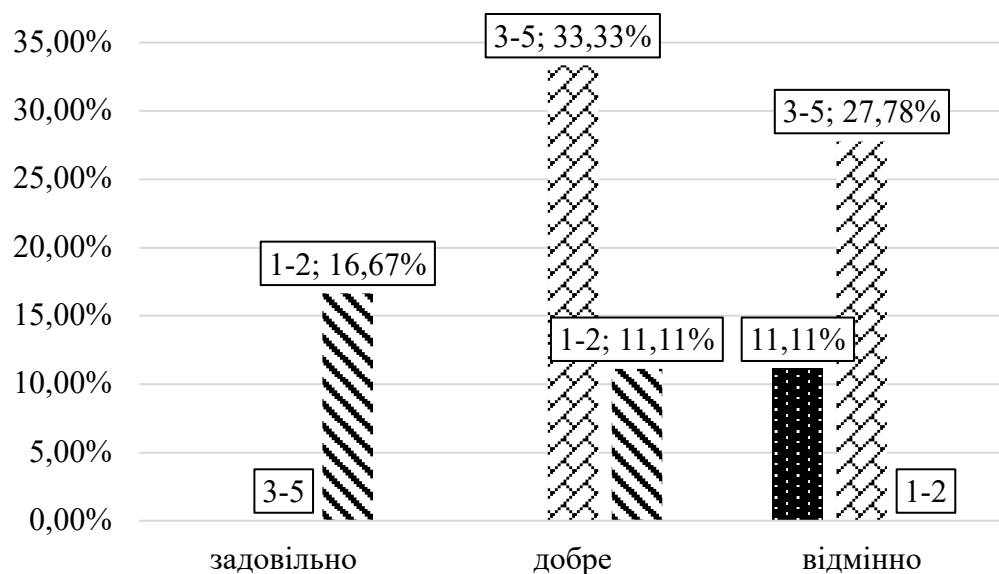


Рисунок 8.2 – Аналіз спрягованості. Співставлення самооцінки та часу на засвоєння ОК здобувачами.

Висновки: Переважна більшість здобувачів 83 % оцінюють своє знання на 4-5 балів. Аналіз спрягованості самооцінки та часу на самостійну роботу продемонстрував пряму залежність між рівнем самооцінки вивчення ОК та часом на її засвоєння. Отже, здобувачі, що приділяють в середньому 1-2 годин на тиждень на самостійну роботу мають більш низькі оцінки.

Рекомендації: Виявити мотивацію студентів щодо збільшення часу на засвоєння матеріалу для самостійного вивчення. Переглянути теми для самостійної роботи.

9. Виявити індекс лояльності NPS.

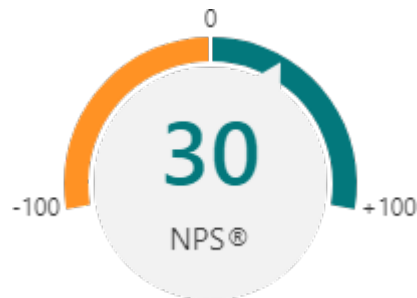


Рисунок 9.1 – Показник NPS

Висновки: За результатами дослідження встановлено, що індекс лояльності складає 33%.

Рекомендації: Виявити причини незадоволеності серед «критиків»-здобувачів та забезпечити збільшення NPS до 50%.

10. Визначення ступеню згоди/незгоди з наступними твердженнями за шкалою Лайкерта.

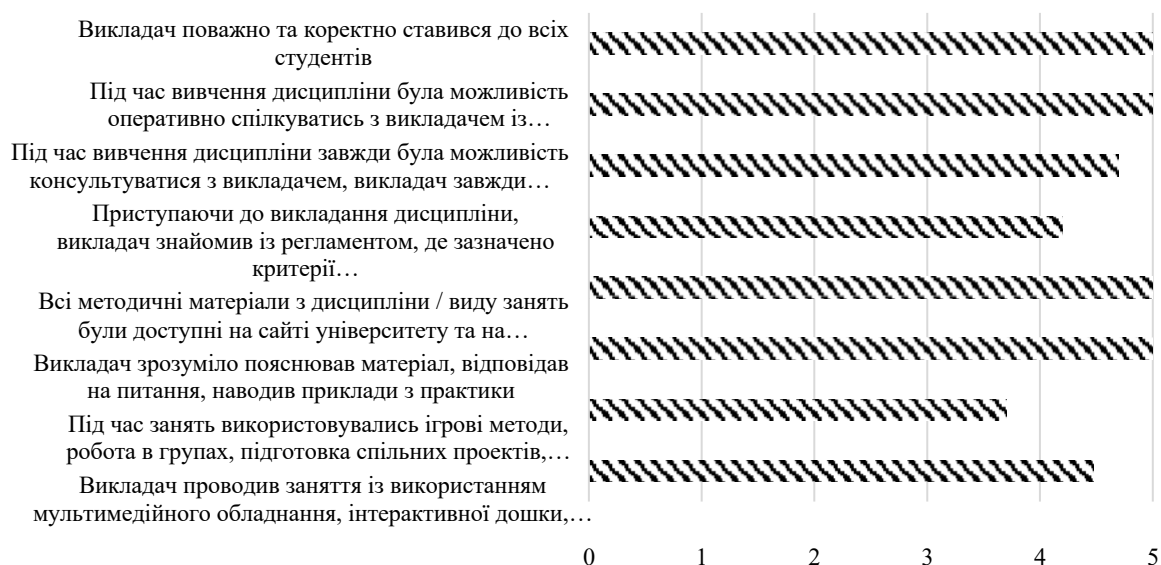


Рисунок 10.1 – Середній ступінь згоди/незгоди здобувачів

Висновок: В середньому здобувачі високо оцінюють якість процесу підготовки та викладання ОК. Середній рівень згоди складає 4,64.

Рекомендації: Викладачам приділити увагу ознайомленню з регламентом вивчення дисципліни: критерії оцінювання, наявність методичного забезпечення; на заняттях використовувати інтерактивні методики викладання матеріалу, а також більше ігрових та групових форм.

11. З метою оцінювання практичної цінності освітнього компонента (ОК) для майбутньої професійної діяльності респондентам запропонували оцінити важливість дисципліни за п'ятибальною шкалою, де 1 – «зовсім не важлива», а 5 – «дуже важлива».

Важливість ОК для професії

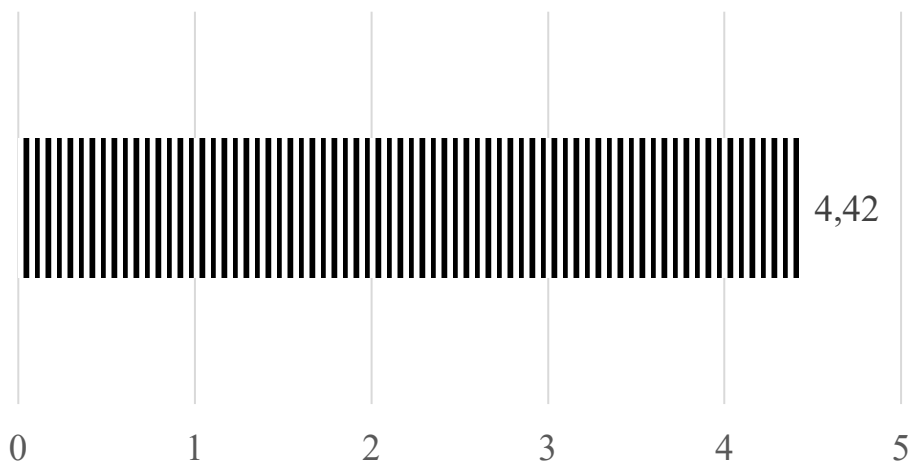


Рисунок 11.1 – Важливість ОК для майбутньої професії

Висновок. За результатами опитування середня оцінка важливості освітнього компонента для майбутньої професійної діяльності становить 4,42 бала з 5 можливих. Це свідчить про високу оцінку здобувачами практичної значущості дисципліни та її важливості для професійної підготовки майбутніх фахівців із маркетингу. Отриманий результат підтверджує доцільність збереження практичної спрямованості освітнього компонента та її подальшого посилення з урахуванням актуальних потреб професійного середовища.

Рекомендації. З огляду на результати опитування рекомендується зберігати та надалі розвивати практичну спрямованість освітнього компонента, доповнювати зміст дисципліни актуальними кейсами з діяльності українських і міжнародних компаній, використовувати практичні завдання, що моделюють реальні професійні ситуації, та залучати фахівців-практиків до освітнього процесу. Доцільно також систематично збирати зворотний зв'язок від здобувачів щодо змісту дисципліни й відповідності навчальних завдань потребам професійної діяльності, використовуючи отримані результати для подальшого вдосконалення освітнього компонента.

12. За результатами опитування здобувачів щодо впливу навчання на їхні професійні знання та навички з маркетингу 58,33% респондентів зазначили, що знання та навички значно покращилися, а 41,67% вказали на покращення.

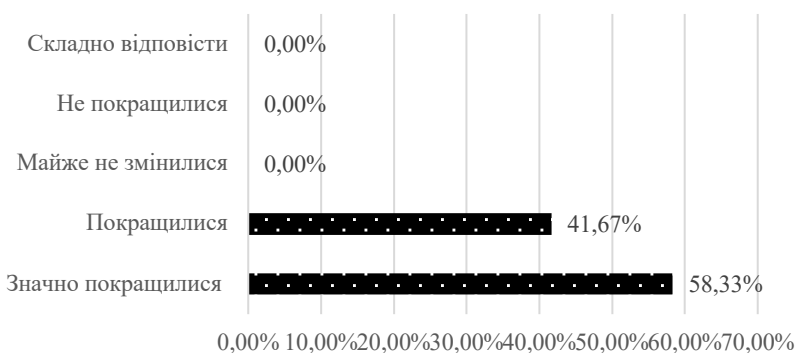


Рисунок 12.1 – Оцінка покращення маркетингових компетенцій після завершення курсу

Висновки. Опитування показало повністю позитивну динаміку: 100% респондентів відзначили покращення професійних знань та навичок з маркетингу після завершення курсу. Більше половини слухачів (58,33%) оцінили зміни як значні, що свідчить про високу ефективність програми. Решта учасників (41,67%) також зафіксували покращення, хоча й менш суттєве. Відсутність негативних і нейтральних відповідей підтверджує, що курс успішно закриває запити аудиторії та дає практичний результат.

Рекомендації. Враховуючи високі результати, доцільно зберегти поточну структуру та наповнення курсу. Для подальшого підвищення ефективності варто поглибити практичну складову, додати більше кейсів, домашніх завдань з розбором та роботи з реальними інструментами, щоб збільшити частку тих, хто відзначає значне покращення.

13. Останнє питання було відкритим і стосувалося покращень ОК.

Надаючи відповідь на відкрите запитання щодо технологій і методів навчання, здобувачі освіти зауважили, що найбільш продуктивними й релевантними для них є технології, що поєднують інноваційні методи. Зокрема, вказали на ефективність кейс-методу, методів інверсії, проблемного викладу матеріалу, мозкового штурму, наставництва і занурення. За результатами опитування викладачам рекомендовано активніше застосовувати у процесі викладання вказані методи.

Відповіді умовно можна поділити на дві категорії:

- позитивні, все влаштовує;
- рекомендаційні, із зауваженнями.

Наприклад, до першої групи можна віднести наступні:

«Дуже подобаються лекції, матеріал цікавий.»

«Дякую. вдосконалювати нема чого, все супер.»

«Дякую за викладення дисципліни на високому рівні!»

До другої групи можна віднести наступні:

«Більше практичних прикладів щодо планування комунікацій.»

«Хотілося би більше навичок щодо управління та аналізу даних за допомогою

III»

«Більше прикладів зі своєї практики/досвіду.»

«Продовжуйте пропонувати дисципліни «Бренд-менеджмент», «Інтернет-дослідження» та «Сучасні технології маркетингу та управління продажами».

«Додати тему щодо рекламної діяльності.»

«Більше практичних занять»

«Додайте обов'язкове вивчення управління маркетинговими стратегічними проектами з урахуванням сталого розвитку.»

«Продовжуйте пропонувати дисципліну «Соціально відповідальні тренди в рекламі і PR-комунікаціях».