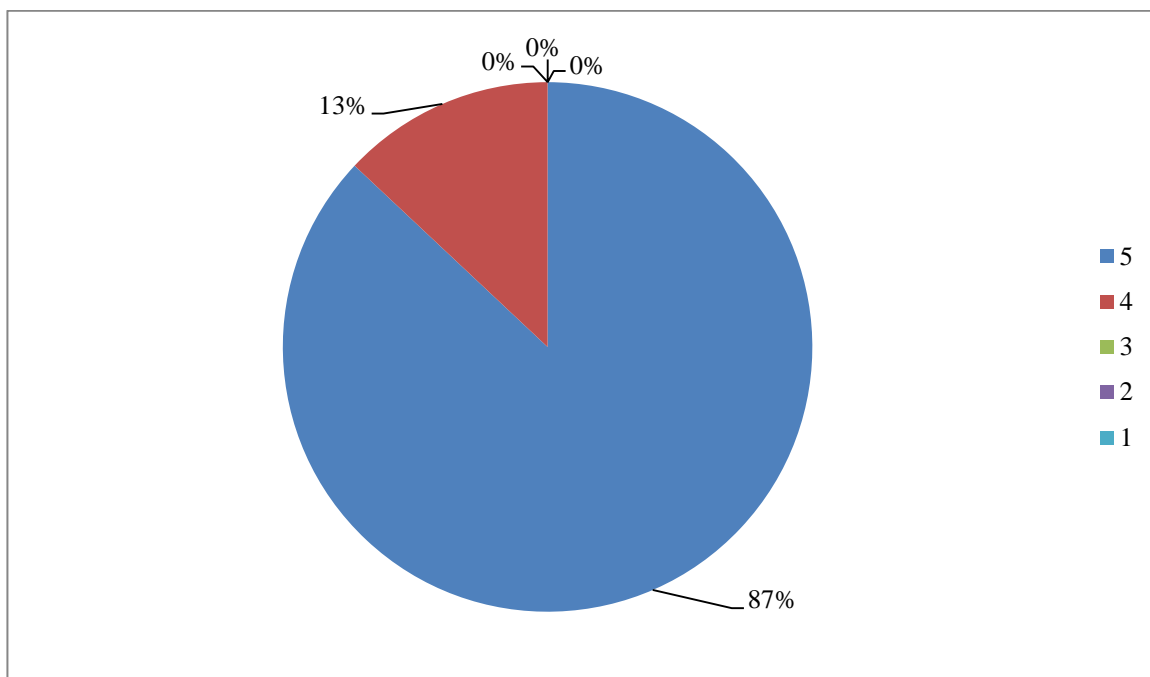


**Результати опитування викладацького складу щодо якості
освітньої програми та організації освітнього процесу –
СВО «Бакалавр» (2024 р.)**

В опитування взяли участь 16 осіб.

1. Наскільки знання випускника з даної освітньої програми відповідають сучасному реальному стану виробництва і бізнесу



Результати опитування викладачів показують високу оцінку відповідності знань випускників сучасним вимогам виробництва і бізнесу, підтверджуючи, що освітня програма загалом забезпечує випускників знаннями, релевантними для реальних умов праці.

2. Оцініть важливість загальних компетентностей випускника для роботи за фахом

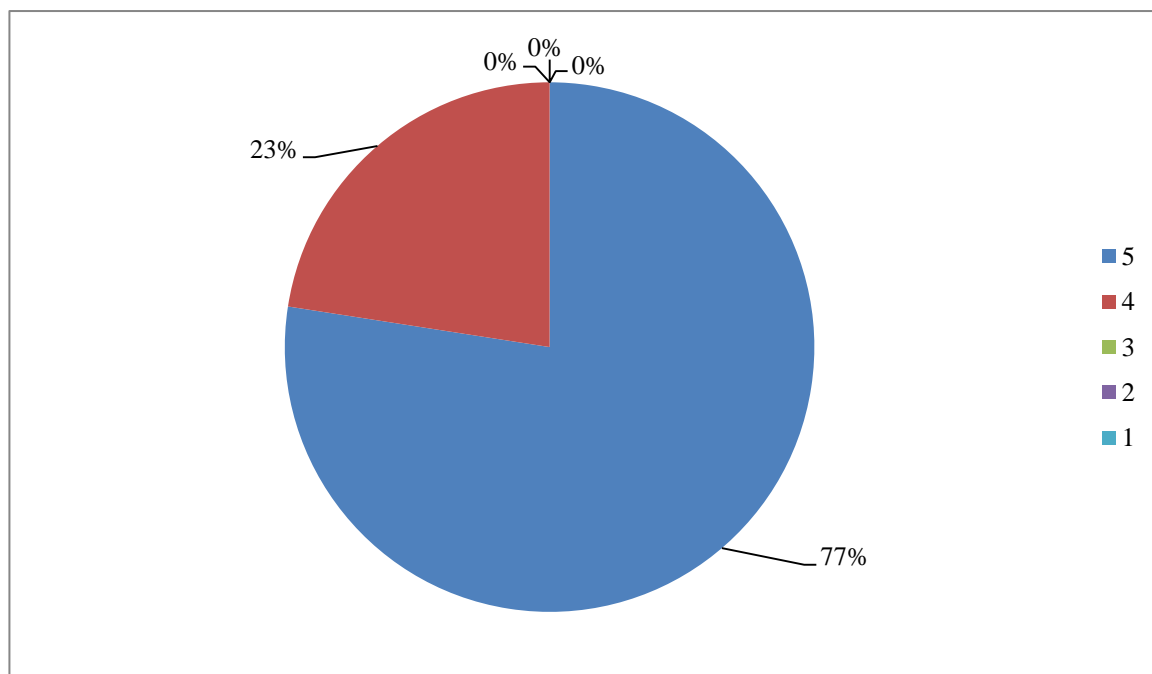
Чинники впливу	Середній бал
Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	5
Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	5
Здатність застосовувати знання у практичній ситуації	5
Здатність проведення досліджень на відповідному рівні	4
Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій	5
Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	4,5

Викладачі високо цінують компетентності, які сприяють інноваційності, практичному застосуванню знань та аналітичним навичкам.

3. Проранжуйте важливість спеціальних компетентностей випускника для роботи за фахом за 5-ти бальною шкалою

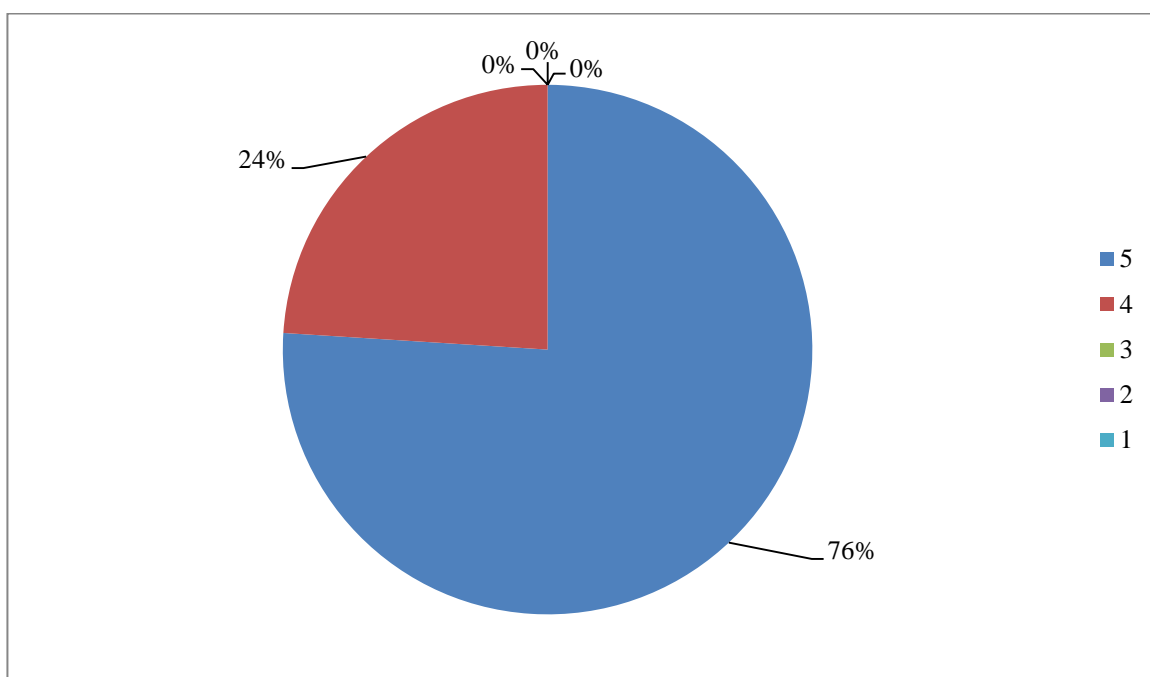
Чинники впливу	Середній бал
Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі	4
Здатність проводити маркетингові дослідження у всіх сферах маркетингової діяльності	4
Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів	5
Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності	5
Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків досліджень у сфері маркетингу	5
Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності	4

4. Чи бере участь навчальний заклад щодо організації для викладачів процесів підвищення кваліфікації, педагогічної майстерності?



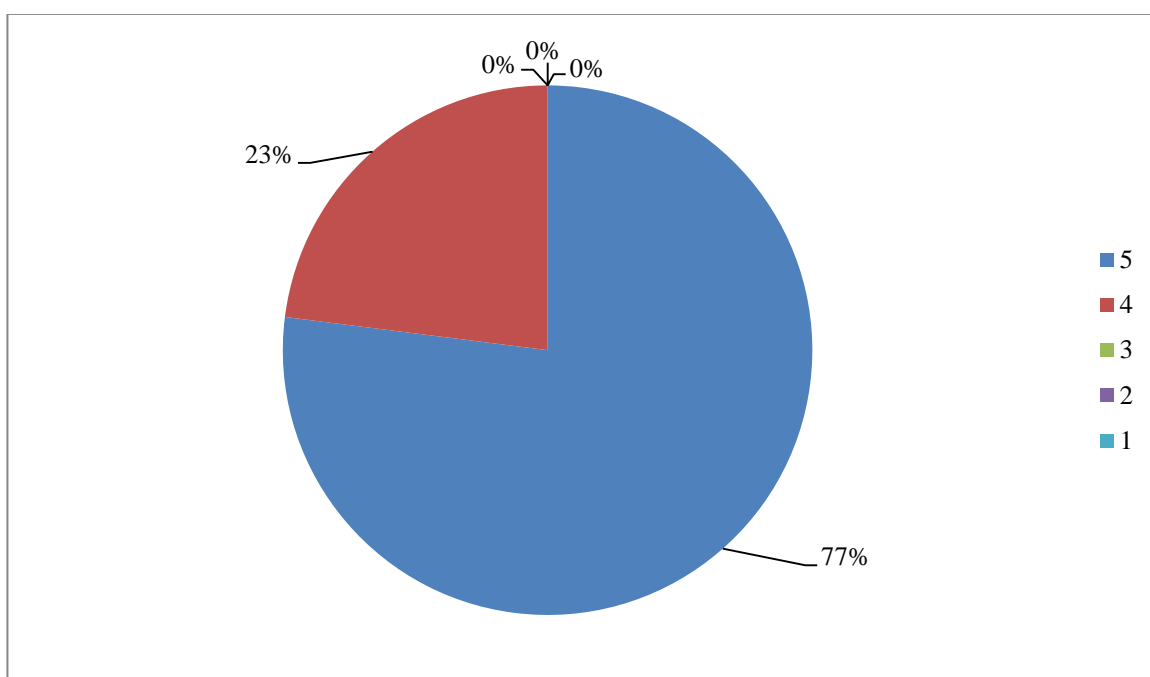
Викладачі задоволені зусиллями університету в організації підвищення кваліфікації.

5. Чи використовують у ЗВО засоби морального та матеріального заохочення для стимулювання підвищення ефективності викладацької діяльності?



Викладачі задоволені існуючими формами стимулювання, як морального, так і матеріального.

6. Чи вважаєте Ви атмосферу робочого процесу у ЗВО комфортною та спокійною?



Викладачі задоволені умовами робочого середовища, що сприяє продуктивній і комфортній праці.

7. Оцініть якості та навички випускників за п'ятибальною шкалою

Чинники впливу	Середній бал
Аналізувати і прогнозувати ринкові явища і процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності	4
Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного та методичного інструментарію	5
Використовувати цифрові та інформаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію	5
Вільно володіти державною та іноземною мовами для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій у сфері маркетингу	4
Планувати і виконувати наукові дослідження у сфері маркетингу, аналізувати їх результати, аргументувати висновки.	5
Здійснювати комерціалізацію інноваційних розробок	4
Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	5
Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта	4
Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта	4
Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта	4
Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання	4

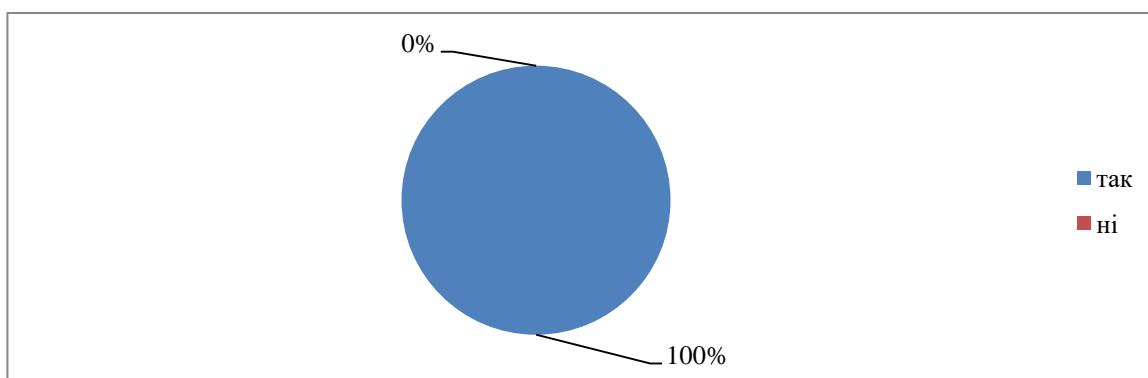
Викладачі високо оцінюють здатність випускників аналізувати та прогнозувати ринкові явища, використовувати ІТ та здійснювати маркетингові функції.

8. Відмітьте п'ять найбільш необхідних характеристик освітньої програми



Основна увага приділяється досягненню визначених результатів навчання, ясності цілей та програм, спрямованості на майбутню професію і залученню студентів до наукових і практичних заходів.

9. Чи вважаєте Ви, що необхідно залучати стейкхолдерів до розроблення та модернізації освітніх програм?



Результати опитування показують однакову думку викладачів щодо залучення стейкхолдерів до розробки та модернізації освітніх програм. Усі респонденти (100%) висловилися за необхідність такої співпраці, що

підкреслює важливість врахування потреб ринку праці, вимог роботодавців та інших зацікавлених сторін у процесі вдосконалення освітніх програм. Такий підхід сприяє підвищенню актуальності програм, забезпечуючи випускників знаннями та навичками, які відповідають сучасним професійним стандартам.

10. Які освітні компоненти, на Вашу думку, необхідно ВВЕСТИ до освітнього процесу?

Викладачі пропонують впровадити дисципліни, які сприятимуть кращій адаптації випускників до сучасних вимог ринку. До таких пропозицій належать:

- Дисципліни, орієнтовані на розвиток soft skills (комунікаційні навички, лідерство, критичне мислення)

- Основи сталого розвитку та екологічної відповідальності.

11. Які освітні компоненти, на Вашу думку, необхідно ВИБЕСТИ з освітнього процесу?

З метою оптимізації навчального плану, викладачі вважають за потрібне виключити застарілі курси, які не відповідають потребам сучасного бізнесу.

12. Інші пропозиції щодо покращення якості освіти та освітньої програми

Викладачі у своїх пропозиціях щодо покращення якості освіти акцентують на необхідності розширення співпраці з роботодавцями та стейкхолдерами, щоб адаптувати програми до сучасних вимог ринку праці. Вони вбачають важливість збільшення практичних занять, стажувань і проєктної роботи, які дозволять студентам здобути реальний досвід у процесі навчання. Важливим аспектом є залучення викладачів-практиків та гостьових лекторів із бізнесу та промисловості, які здатні зробити освітню програму більш прикладною та відповідною сучасним стандартам.