

Результати анкетування по оцінюванню якості ОПП Маркетинг здобувачами вищої освіти освітнього ступеня бакалавр

Оцінювання рівня задоволеності навчанням за ОПП Маркетинг ОС Бакалавр здійснювалося за п'ятибальною шкалою, де 5 – дуже задоволений, а 1 – не задоволений. Відповіді надали 69 осіб.



Рис. 1. Рівень задоволеності навчанням здобувачами вищої освіти за ОПП Маркетинг ОС Бакалавр

Так, лише 2,9% (дві особи) вказали, що не задоволені навчанням; 8,7% респондентів вказали достатній рівень задоволеності; 37,7% – високий рівень; і 50,7% вказали найвищий рівень задоволеності.



Рис. 2. Обізнаність у понятті «індивідуальна освітня траєкторія»

На питання «Чи знайомі Ви з поняттям «індивідуальна освітня траєкторія?» 18,8% студентів відповіли – «Ні» і 81,2% – «Так».



Рис. 3. Можливість самостійно обрати освітні компоненти та ознайомитися з навчальним контентом освітніх компонентів

При цьому 97,1% вказали, що мали можливість самостійно обрати освітні компоненти та ознайомитися з навчальним контентом освітніх компонентів вільного вибору студента і лише 2,9% – вказали, що такої можливості не мали.



Рис. 4. Зрозумілість мети, цілей і очікуваних результатів вивчення дисциплін

Зрозумілість мети, цілей і очікуваних результатів вивчення дисциплін: 47,8% респондентів оцінили у максимальну кількість балів; 34,8% і 10,1% – вказали як високий і добрий рівень зрозумілості. І лише 4,3% вказали низький рівень зрозумілості та 2,9% респондентів оцінили як не зрозуміло.



Рис. 5. Відповідність отриманих результатів вивчення дисциплін заявленим в них цілям

Оцінюючи відповідність отриманих результатів вивчення дисциплін заявленим в них цілям було виявлено, що: 52,2% вказали дуже високий рівень відповідності; 34,8% – високий рівень; 8,7% вказали, що відповідає або лише частково відповідає; 1,4% – що не відповідає і 2,9% – повністю не відповідає.



Рис. 6. Актуальність освітньої програми у світлі найновіших досліджень у відповідній галузі

Оцінюючи актуальність освітньої програми у світлі найновіших досліджень у відповідній галузі переважна більшість студентів (53,6%) вказали дуже високий рівень актуальності; 29,0% вказали, що ОП має високий рівень актуальності; 13,0% респондентів вказали, що є актуальною. І тільки 1,4% та 2,9% зазначили, що ОП має задовільний і не задовільний рівень актуальності відповідно до найновіших досліджень в галузі маркетингу.

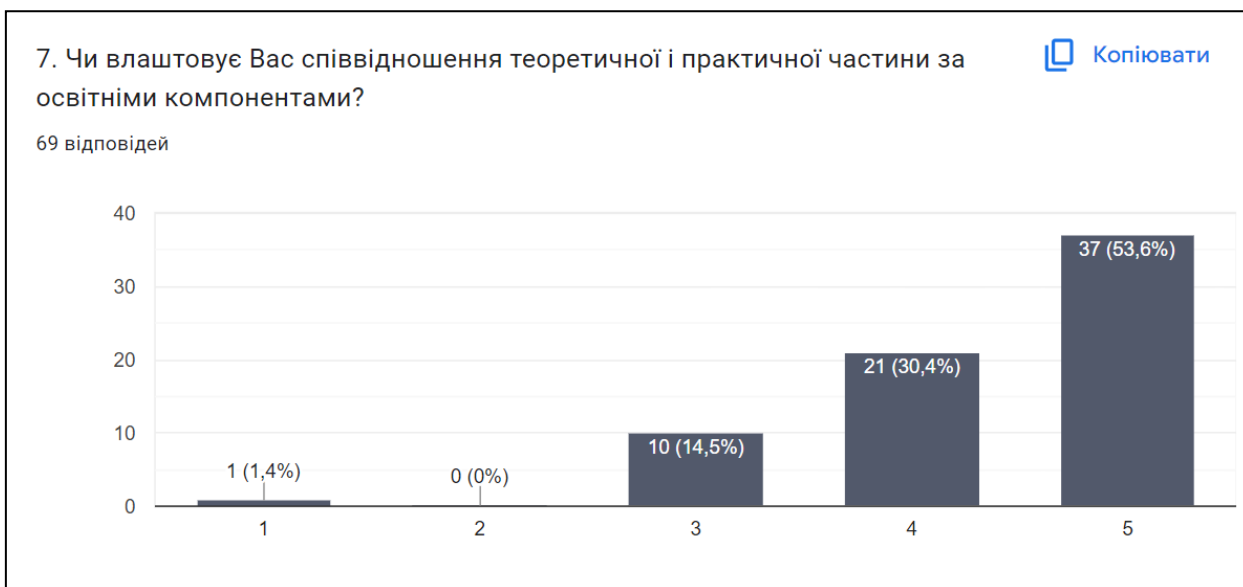


Рис. 7. Співвідношення теоретичної та практичної частини за освітніми компонентами

Співвідношення теоретичної й практичної частини за освітніми компонентами влаштовує переважну більшість респондентів, при цьому 53,6% оцінили це співвідношення найвищим балом; 30,4% оцінили у чотири бали; 14,5% – у три бали й 1,4% – в один бал.

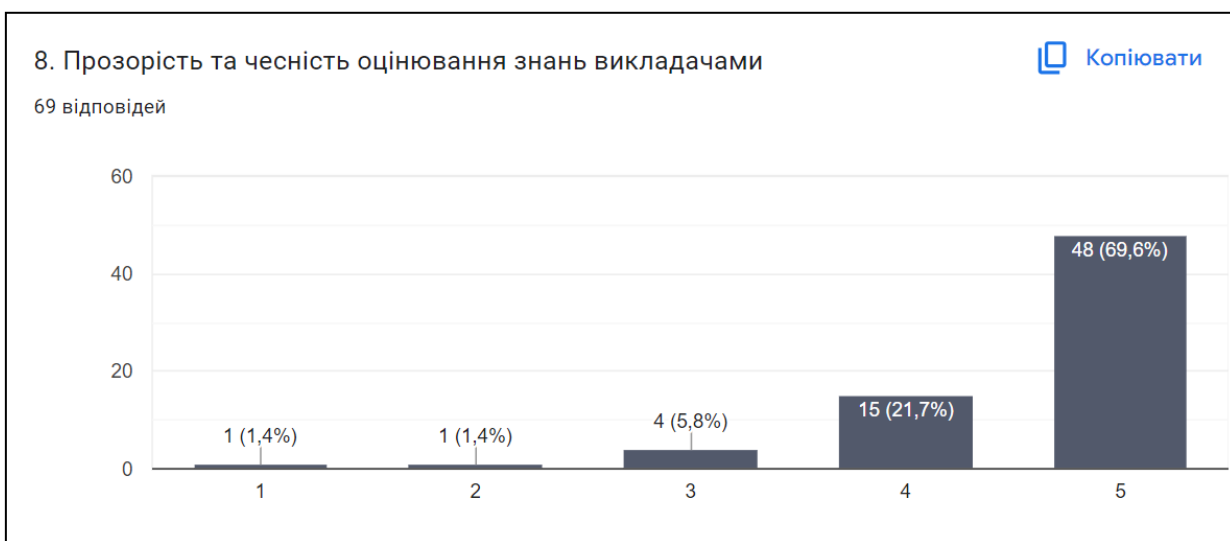


Рис. 8. Прозорість та чесність оцінювання знань викладачами

Щодо оцінки студентів рівня прозорості та чесності оцінювання знань викладачами, то тут 69,6% вказали найвищий рівень прозорості та чесності, ще 21,7% і 5,8% зазначили, що викладачі оцінюють прозоро і справедливо. І лише по 1,4 % респондентів оцінили рівень прозорості як задовільний і не задовільний.

9. Використання викладачами сучасних педагогічних методів (навчальних дискусій, мозкового штурму, тренінгів, ділових ігор тощо)

 Копіювати

69 відповідей

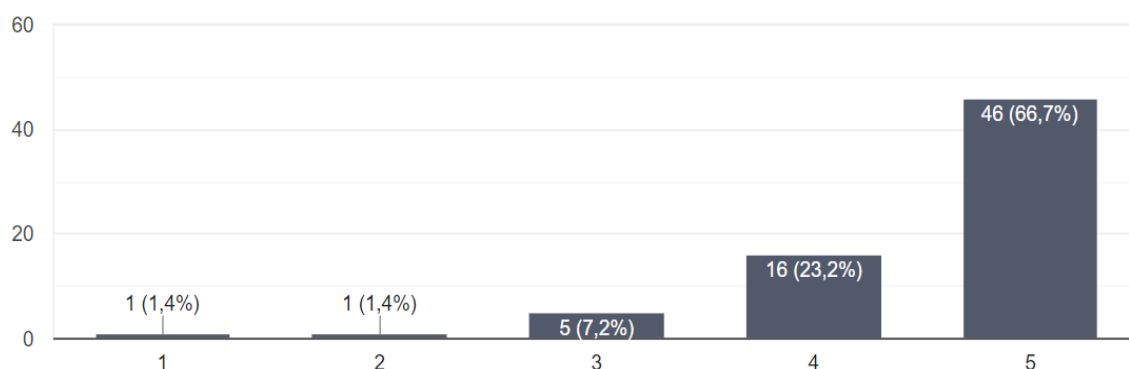


Рис. 9. Використання викладачами сучасних педагогічних методів (навчальних дискусій, мозкового штурму, тренінгів, ділових ігор тощо)

Використання викладачами сучасних педагогічних методів (навчальних дискусій, мозкового штурму, тренінгів, ділових ігор тощо) 66,7% і 23,2% оцінили як дуже високий рівень і високий, 7,2% та 1,4% як добрий і задовільний. І лише 1,4% респондентів оцінили як незадовільний рівень.

10. Спрямованість дисциплін на майбутню професію

 Копіювати

69 відповідей

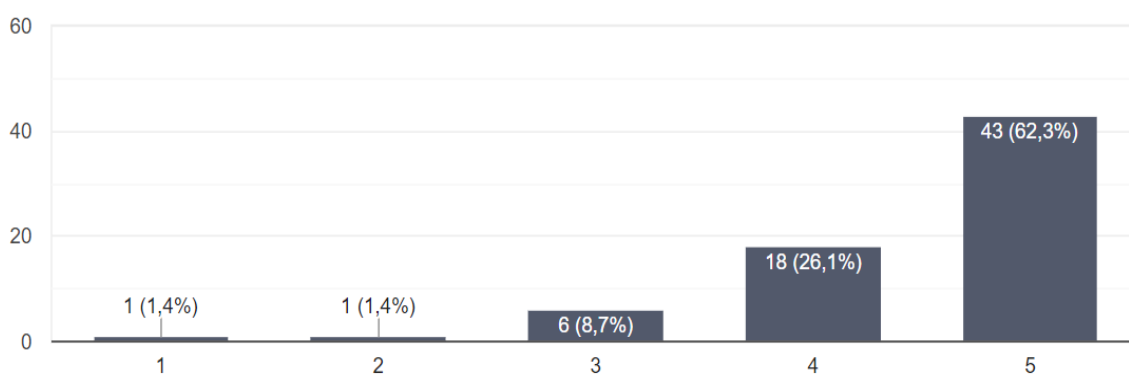


Рис. 10. Спрямованість дисциплін на майбутню професію

При оцінці спрямованості дисциплін освітньої програми на майбутню професію 62,3% і 26,1% вказали дуже високий і високий рівень спрямованості, а 8,7% та 1,4% – добрий і достатній. І лише 1,4% зазначили, що дисципліни не спрямовані на майбутню професію.



Рис. 11. Обґрунтованість навантаження на здобувача вищої освіти

Переважає більшість опитаних студентів позитивно оцінюють навантаження на здобувача вищої освіти (кількість дисциплін на семестр, кількість годин аудиторної та самостійної роботи на тиждень) 69,6% – зазначило найвищий бал; 18,8% – оцінило у чотири бали; 8,7% – вказали три бали й 2,9% оцінили рівень навантаження як задовільно. Незадовільних відповідей не було.



Рис. 12. Організація наукових і практичних заходів професійної діяльності

Понад 98,6% респондентів позитивно оцінили організацію наукових і практичних заходів професійної діяльності (з них: 66,7 % – оцінили у 5 балів; 23,2% – у чотири бали; 8,7% – у три бали) і лише один студент (1,4 %) вказав не задовільний рівень.



Рис. 13. Залучення здобувачів вищої освіти до організації, проведення та участі у наукових і практичних заходах

Залучення здобувачів вищої освіти до організації, проведення та участі у наукових і практичних заходах понад 98% студентів-маркетологів ПДАУ також оцінили на високому і достатньому рівні. І один респондент (1,4%) вказав не задовільну оцінку.

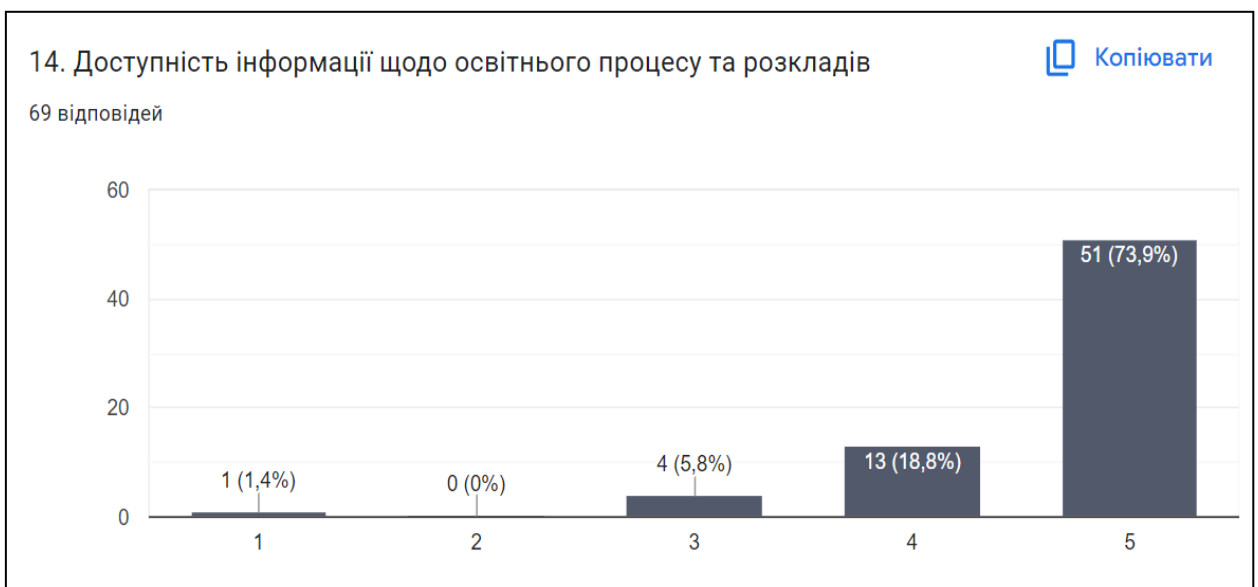


Рис. 14. доступність інформації щодо освітнього процесу та розкладу занять у ПДАУ

Оцінка доступність інформації щодо освітнього процесу та розкладу занять у ПДАУ також є позитивною; 98,6 % респондентів вказали високі оцінки та лише один студент (1,4%) вказав не задовільну оцінку.

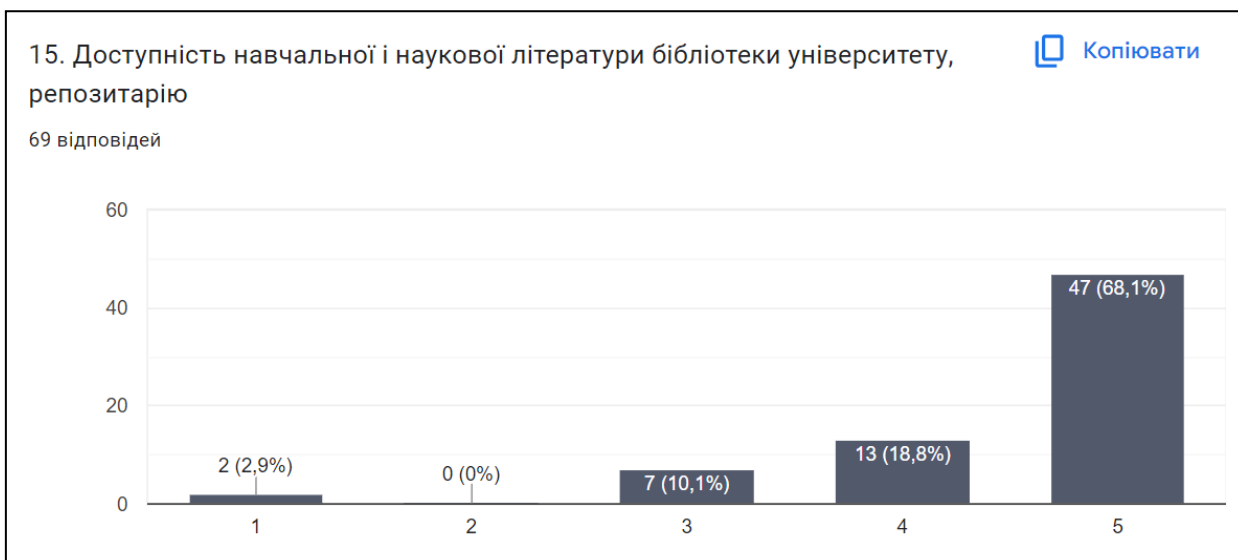


Рис. 15. Доступність навчальної та наукової літератури бібліотеки університету, репозитарію

Доступність навчальної та наукової літератури бібліотеки університету, репозитарію студенти оцінили у високі бали (97,1%) і лише два студенти (2,9%) вказало варіант із не задовільним рівнем.

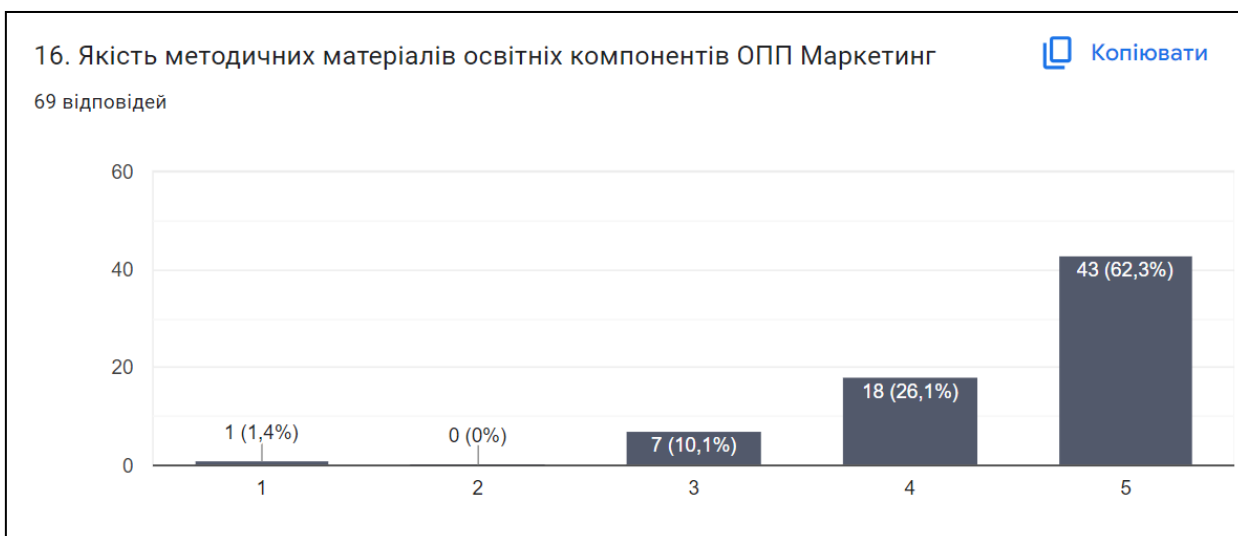


Рис. 16. Якість методичних матеріалів освітніх компонентів ОПП

Що стосується якості методичних матеріалів освітніх компонентів ОПП Маркетинг, то тут така ж ситуація: 98,6% студентів оцінили її у високі бали; один студент (1,4%) вказав варіант із не задовільним рівнем.

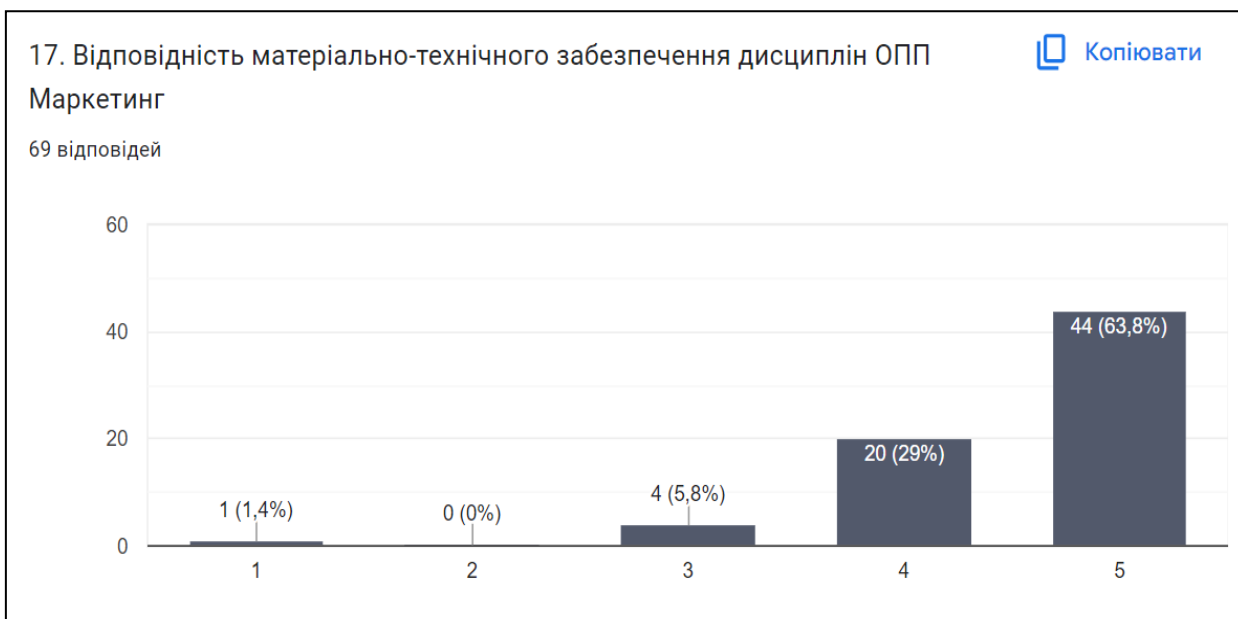


Рис. 17. Відповідність матеріально-технічного забезпечення дисциплін ОПП Маркетинг

Відповідність матеріально-технічного забезпечення дисциплін ОПП Маркетинг один студент оцінив як не задовільно, а переважна більшість (98,6%) вказали добрі, високі й дуже високі оцінки.



Рис. 18. Рівень залученості професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців до викладання та організації освітнього процесу

Рівень залученості професіоналів-практиків, експертів та представників роботодавців до викладання та організації освітнього процесу опитані студенти оцінили: 63,8% – як дуже високий, 24,6% – як високий і 10,1% – як добрий. І лише один респондент вказав незадовільну оцінку.



Рис. 19. Ситуація з обізнаністю і реальною дієвістю системи оскарження процедури проведення контрольних заходів та їх результатів

Рівень обізнаності та реальності дієвості системи оскарження процедури проведення контрольних заходів та їх результатів 50,7% оцінили на дуже високому рівні, 26,1% – на високому рівні, 20,3% – на доброму рівні, і по 1,4% вказали що задовільний і не задовільний рівень.

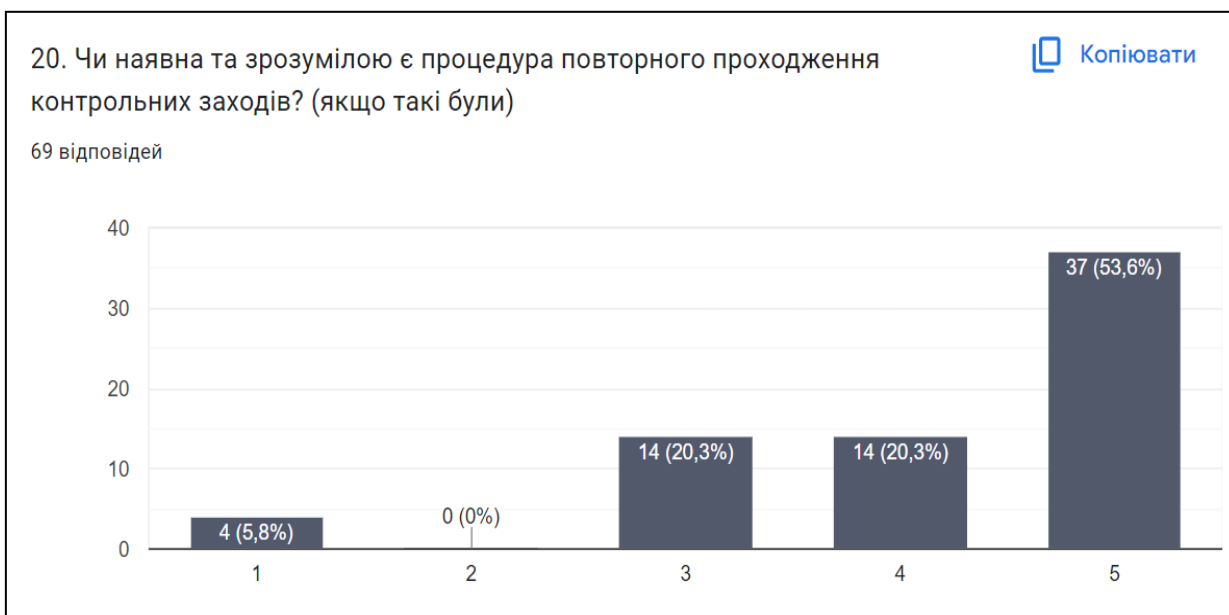


Рис. 20. Наявність та зрозумілість процедури повторного проходження контрольних заходів

А що стосується наявності та зрозумілості процедури повторного проходження контрольних заходів, то 5,8% респондентів вказали на не задовільну оцінку, а 94,2% оцінили на доброму, високому і дуже високому рівні.

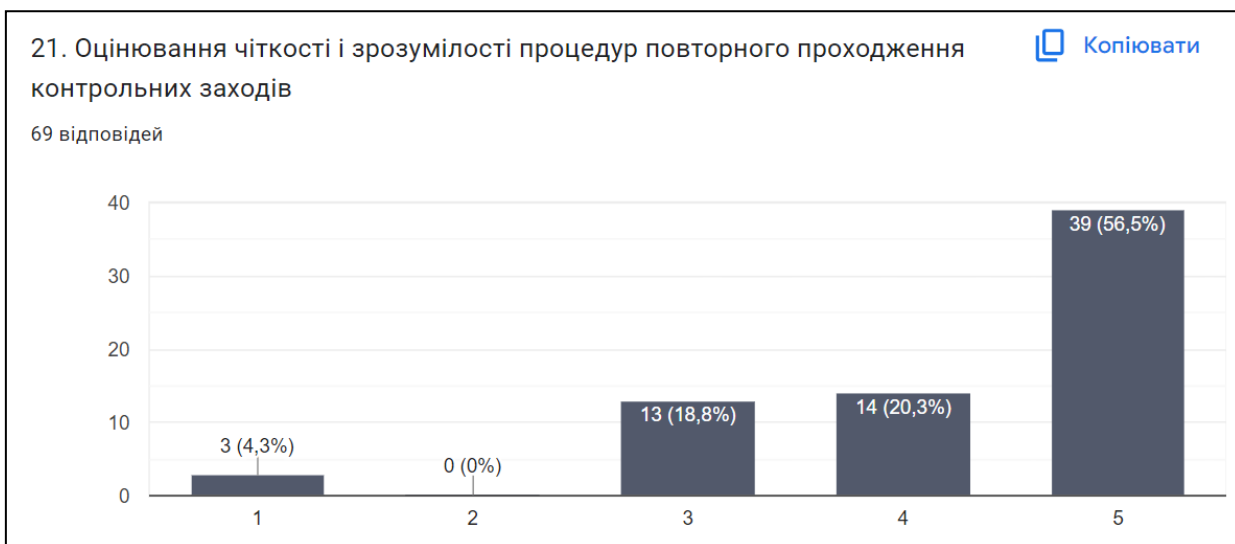


Рис. 21. Оцінювання чіткості й зрозумілості процедури повторного проходження контрольних заходів

При оцінюванні чіткості й зрозумілості процедури повторного проходження контрольних заходів, то відсоток студентів, які вказали не задовільну оцінку нижчий – 4,3%, а переважна більшість респондентів (95,7%) оцінили на доброму, високому і дуже високому рівні.



Рис. 22. Робота персоналу деканату, кафедр, бібліотеки та інших відділів

Що стосується роботи персоналу деканату, кафедр, бібліотеки та інших відділів, то опитані відповіли, що цей персонал кваліфіковано та доброзичливо сприяє моєму навчанню, оцінивши їх рівень сприяння 71% дуже високо, 17,4 % – високо і 7,2 % – добре, 1,4% – задовільно. І лише два студенти (2,9%) оцінили роботу персоналу деканату, кафедр, бібліотеки та інших відділів, як не задовільну.

23. Рекомендації/зауваження

69 відповідей

Все супер



Все влаштовує, чудова організація

Наводити в приклад не тільки українські компанії, а й зарубіжні та охоплювати не лише аграрну галузь

Зауважень немає.

Немає ніяких зауважень всі 4 роки були чудовим

немає

Рис. 23. Рекомендації здобувачів вищої освіти для удосконалення якості навчання за ОПП Маркетинг ОС Бакалавр

Щодо рекомендацій для удосконалення якості навчання на ОПП Маркетинг, то основні з них мали такі формулювання: «Практичні завдання засновані на реальних ситуаціях», «Проводити більше конференцій», «Хочеться, щоб було більше різних практик щодо сучасного маркетингу», «Наводити в приклад не тільки українські компанії, а й зарубіжні та охоплювати не лише аграрну галузь», «Не вистачає більше показувати роботу маркетингологів на практиці». Також 21 респондент вказав, що не має ні зауважень, ні пропозицій і 16 респондентів вказали «Все добре».

Дані результати анкетування розглянуті на засіданні кафедри маркетингу (протокол №22 від 28.05.2024 року)