

Результати анкетування учасників освітнього процесу щодо сильних та слабких сторін ОПП Маркетинг освітнього ступеня Бакалавр

Під час проведення дослідження сильних та слабких сторін освітньо-професійної програми Маркетинг в Полтавському державному аграрному університеті було проведено анкетування здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг освітнього ступеня Бакалавр. В опитуванні прийняло участь 75 осіб, які зазначили, що навчаються: на першому курсі – 30,7%; на другому курсі – 32%; на третьому курсі – 14,7%; на четвертому курсі – 22,7%.

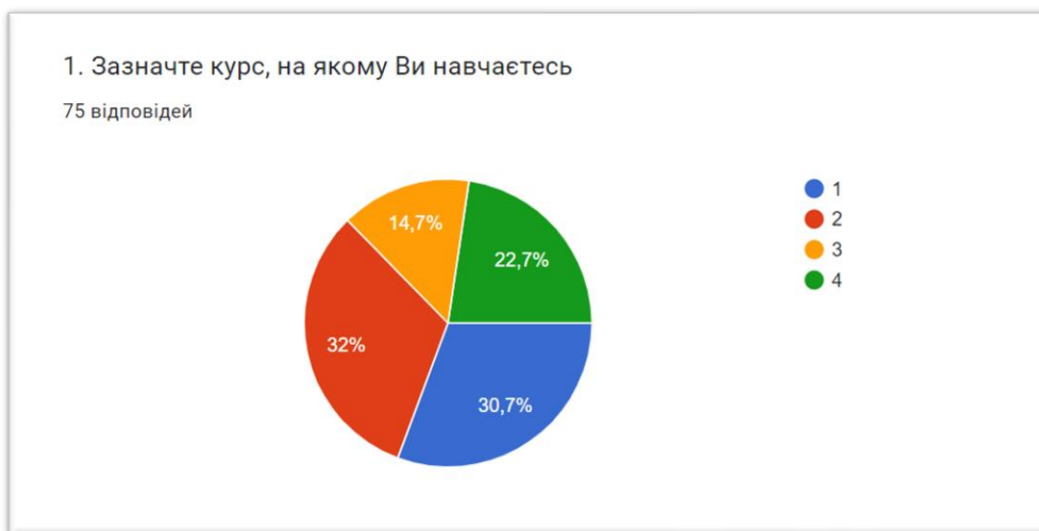


Рис. 1. Визначення структури опитуваних за курсом навчання

Здобувачі вищої освіти вважають, що цілі і програмні результати навчання освітньо-професійної програми відповідають існуючим тенденціям розвитку спеціальності Маркетинг на сучасному ринку праці. Про це свідчить 98,7% позитивних відповідей.

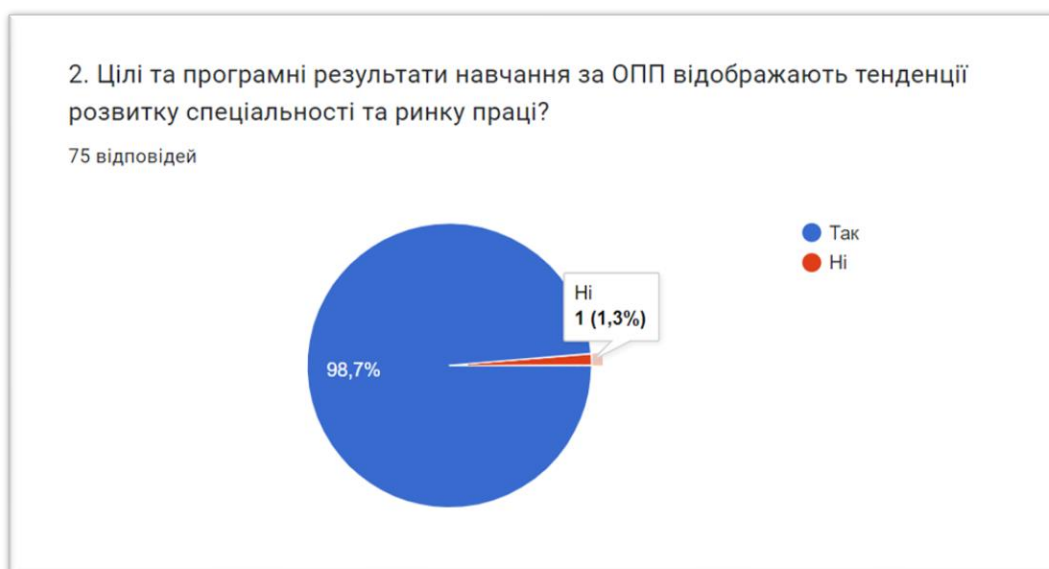


Рис. 2. Оцінка відповідності цілей ОПП тенденціям розвитку спеціальності на ринку праці

100% опитаних відзначили, що в ході реалізації освітньо-професійної програми передбачена конструктивна взаємодія з роботодавцями та провідними фахівцями галузі, які залучаються до освітнього процесу, що дає можливість здобувачам вищої освіти отримувати не лише теоретичні і розуміти сучасний стан і тенденції розвитку спеціальності.

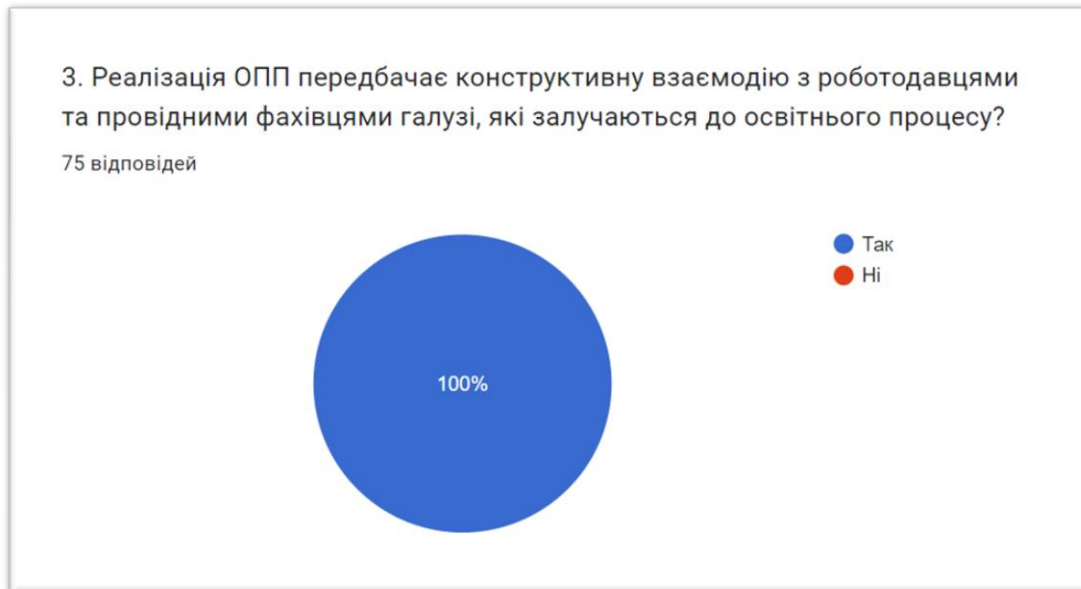


Рис. 3. Оцінка взаємодії з провідними фахівцями галузі

В ході опитування 97,3% респондентів зазначили, що методи навчання за ОПП відповідають студентоцентрованому підходу та сприяють реалізації принципів академічної свободи.



Рис. 4. Оцінка студентоцентрованого підходу в методах навчання

94,7% опитаних вважають, що освітні компоненти ОПП сприяють формуванню особистих навичок, завдяки яким людина може успішно взаємодіяти

в команді під час розв'язання будь-яких робочих питань (комунікативні здібності, мовні навички, тайм-менеджмент тощо).

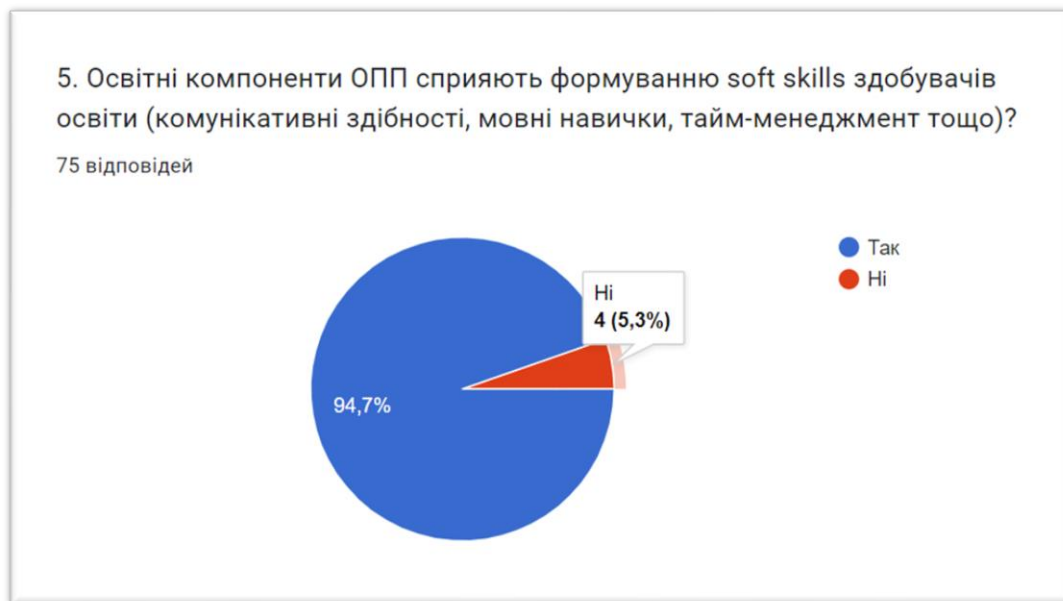


Рис. 5. Оцінка сприяння освітніх компонентів формуванню soft skills здобувачами вищої освіти

96% респондентів відзначили, що система контрольних заходів для оцінювання результатів навчання за освітньою програмою є чіткою, прозорою і доступною.



Рис. 6. Визначення прозорості і доступності системи оцінювання результатів навчання

Проанкетовані здобувачі вищої освіти визначили використання ними засобів інформаційно-комунікаційних технологій дистанційного навчання таким чином:

- Moodle – 86,7% (65 осіб);
- Google Meet – 89,3% (67 осіб);

– Zoom – 29,3 % (22 особи).

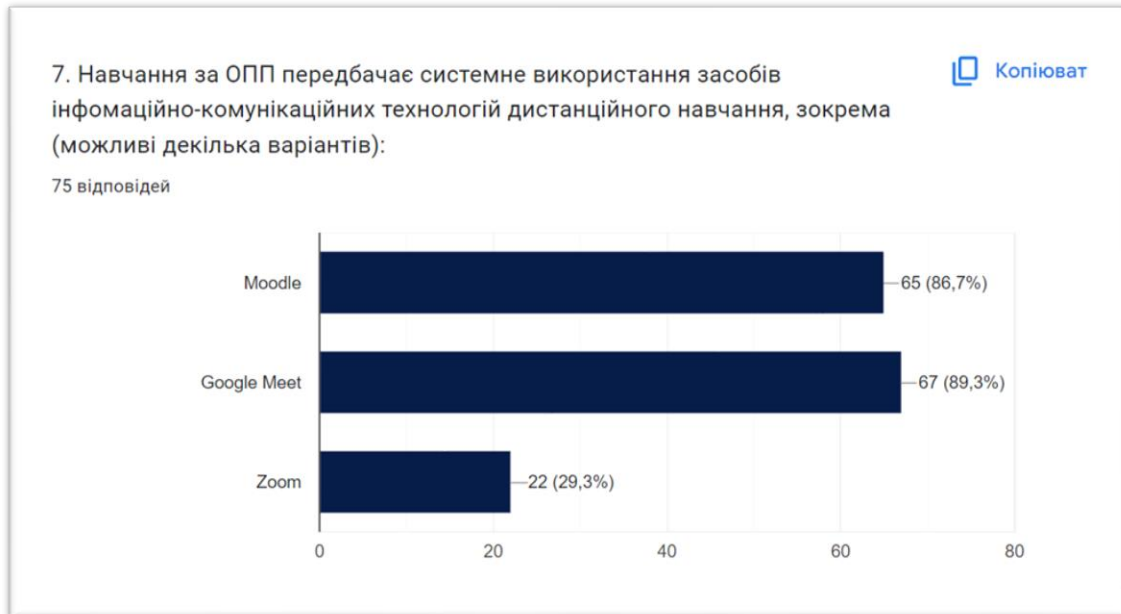


Рис. 7. Оцінка використання засобів інформаційно-комунікаційних технологій під час дистанційного навчання

На питання «Чи містять силабуси (робочі програми) та описи освітніх компонентів список сучасної навчально-методичної літератури та авторські публікації викладачів?» 68% опитаних дали відповідь «Так», а 32% - «Важко відповісти». Відповідь «Ні» не надала жодна особа.



Рис. 8. Оцінка використання сучасної навчальної літератури та авторських публікацій викладачів

На думку 92% опитаних матеріально-технічна база навчального процесу є забезпеченою сучасним обладнанням, що допомагає реалізовувати освітній процес.



Рис. 9. Оцінка забезпечення сучасним обладнанням

69 проанкетованих (92%) зазначили, що їм відома інформація про залучення до академічної мобільності за бажанням здобувачів вищої освіти і 6 осіб (8%) зазначили, що їм ця інформація невідома.



Рис. 10. Оцінка поінформованості здобувачів вищої освіти щодо академічної мобільності

100% опитаних вважають, що розміщений на сайті Полтавського державного аграрного університету перелік вибірових дисциплін забезпечує у повній мірі формування індивідуальної освітньої траєкторії у здобувачів вищої освіти.



Рис. 11. Оцінка забезпечення формування індивідуальної освітньої траєкторії у здобувачів вищої освіти

На питання «Які перспективи подальшого розвитку ОПП Ви вважаєте найважливішими? Ваші пропозиції» опитані учасники освітнього процесу надали такі відповіді:

- важко відповісти;
- більше зв'язку з молоддю, інновації в програмах, та активна підтримка для молодих лідерів - ось ключові перспективи для майбутнього розвитку ОПП;
- важко сказати;
- постійне оновлення навчальних програм;
- ОПП мають продовжувати публікувати відкриті навчальні ресурси, щоб зробити освіту більш доступною;
- розвиток технологій, розвиток стратегій залучення та утримання персоналу;
- все добре;
- зустріч із підприємцями;
- все чудово;
- важливо аналізувати новинки пов'язані з тим предметом, який вивчає студент. Просто не відставати від того, що пропонує зараз новітній маркетинг.

12. Які перспективи подальшого розвитку ОПП Ви вважаєте найважливішими? (Ваша пропозиція)

26 відповідей

Важко відповісти

Більше зв'язку з молоддю, інновації в програмах, та активна підтримка для молодих лідерів - ось ключові перспективи для майбутнього розвитку ОПП.

Важко сказати

Постійне оновлення навчальних програм

ОПП мають продовжувати публікувати відкриті навчальні ресурси, щоб зробити освіту більш доступною

Розвиток технологій, розвиток стратегій залучення та утримання персоналу

Рис. 12. Які перспективи подальшого розвитку ОПП Ви вважаєте найважливішими? Ваші пропозиції

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