

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

щодо якості навчального процесу

ОПП «Маркетинг»

заочна форма навчання

Кафедра маркетингу і бізнес-адміністрування
вересень 2026 року

17

ВІДПОВІДЕЙ





Особливості опитування

17

отриманих відповідей

4–5 вересня 2026 р.

період збору

Google Forms

інструмент опитування

Опитування проведено серед здобувачів вищої освіти ОПП «Маркетинг» заочної форми навчання. Анкета охоплювала оцінювання якості навчального процесу, індивідуальної освітньої траєкторії, практичної складової, взаємодії з роботодавцями та організаційно-консультативної підтримки.



ЯКІСТЬ НАВЧАННЯ



ОСВІТНЯ ТРАЄКТОРІЯ

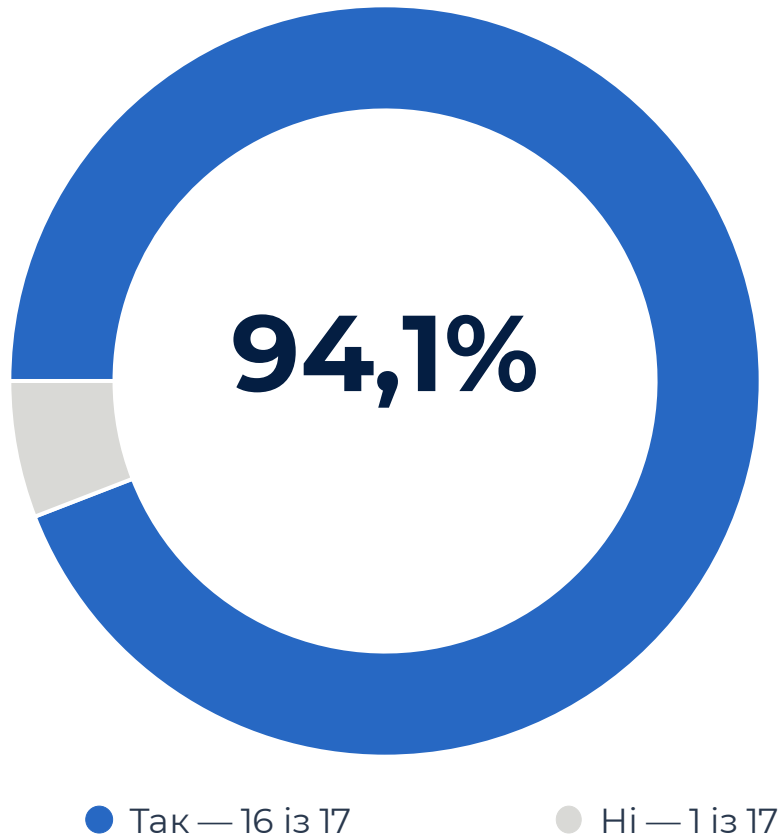


ПРАКТИЧНА СКЛАДОВА



ПІДТРИМКА ТА ВЗАЄМОДІЯ

Значення вибору закладу освіти



ВИСНОВОК

Для абсолютної більшості респондентів вибір конкретного закладу вищої освіти був усвідомленим і значущим: **16 із 17 здобувачів** зазначили, що для них мало значення, де саме навчатися.

Це підсилює змістовність подальших відповідей щодо факторів вибору КНУ та освітнього середовища.

«Чи мало для Вас значення, у якому закладі вищої освіти навчатися?»



Що було вирішальним при обранні КНУ імені Тараса Шевченка?

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



ВИСНОВОК

Вибір КНУ насамперед визначається **репутацією університету**, очікуваною якістю освіти та кар'єрними перспективами.

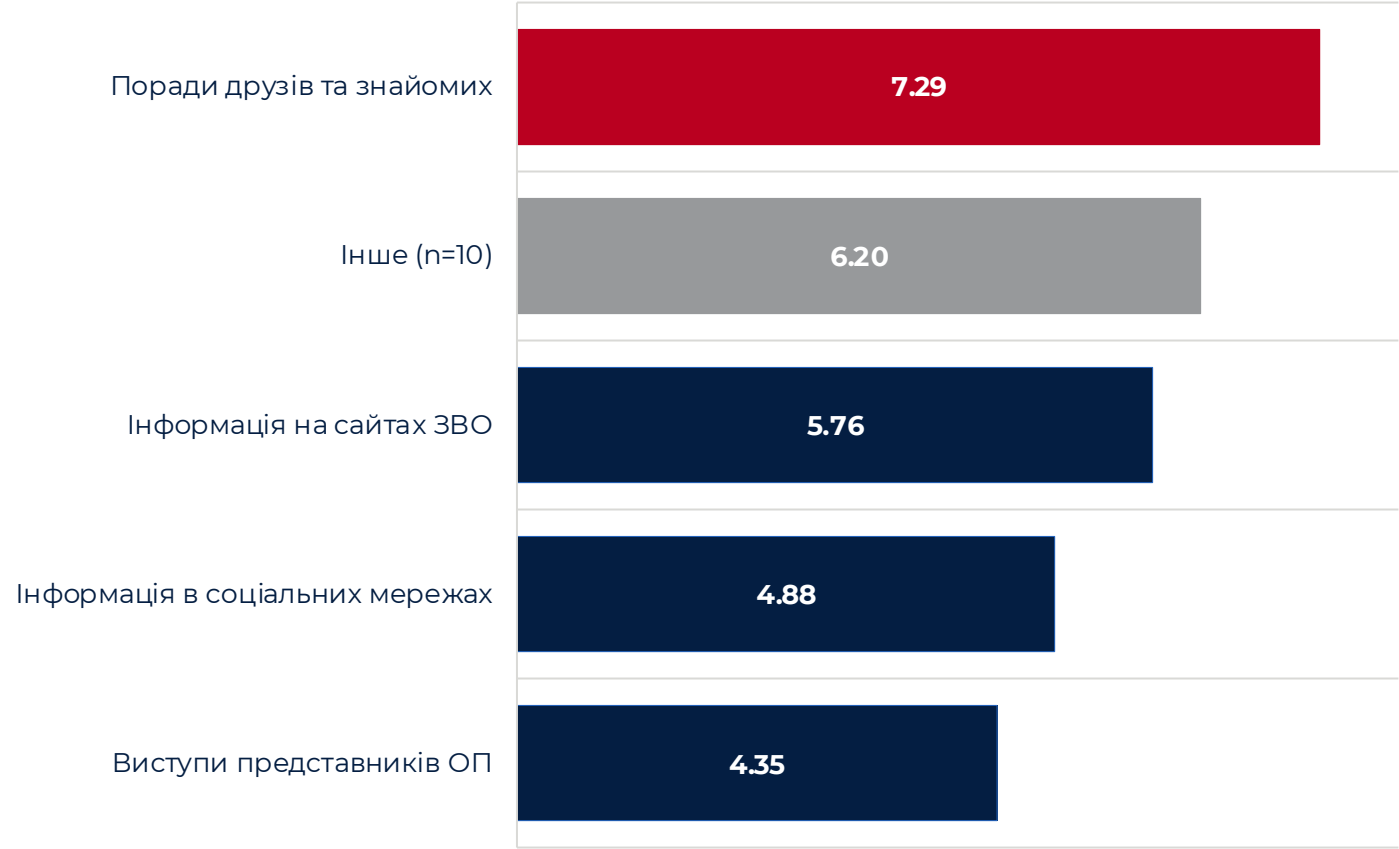
Нижчі оцінки міжнародного паралельного навчання та наукової діяльності відображають їх меншу роль саме на етапі прийняття рішення про вступ, проте не є оцінкою якості цих можливостей.

«Якщо так, то які фактори були вирішальними при обранні Київського національного університету імені Тараса Шевченка? (Оцініть значущість фактору за шкалою від 1 до 10, де 1 — найменш важливо, 10 — найбільш важливо).»



Джерела інформації при виборі ЗВО

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



ВИСНОВОК

Найбільший вплив має репутаційний ефект і **рекомендації особистого оточення**. Серед контрольованих університетом каналів найбільш значущим залишається офіційний сайт.

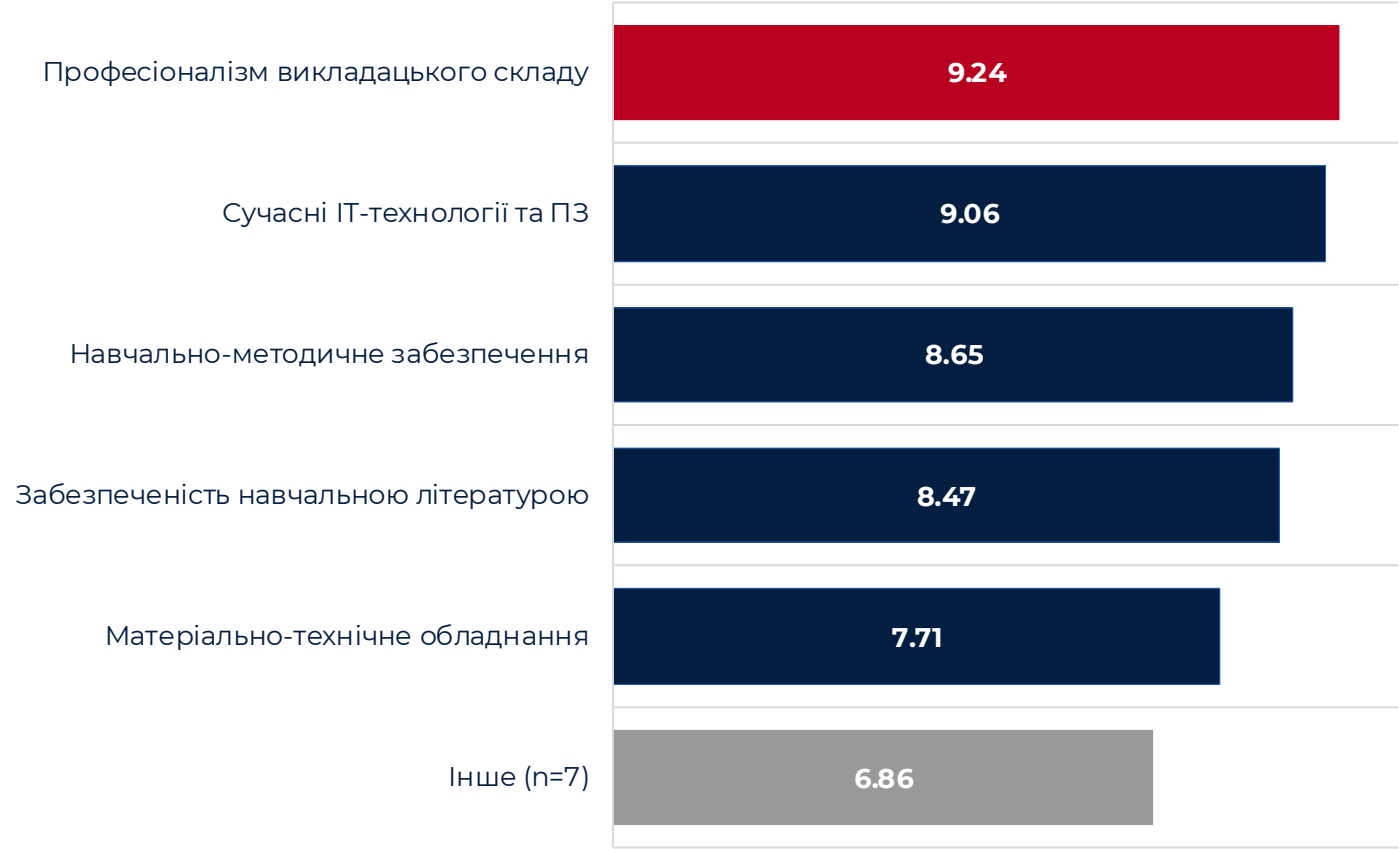
Соціальні мережі та профорієнтаційні заходи варто розглядати як **резерв посилення комунікації ОП**.

«Які джерела інформації для Вас стали вирішальними при прийнятті рішення, щодо вибору ЗВО? (Оцініть значущість за шкалою від 1 до 10, де 1 — найменш важливо, 10 — найбільш важливо).»



Що забезпечує якість навчального процесу

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



ВИСНОВОК

У моделі якісного навчального процесу здобувачі ставлять на перше місце **професіоналізм викладачів** і використання сучасних цифрових технологій.

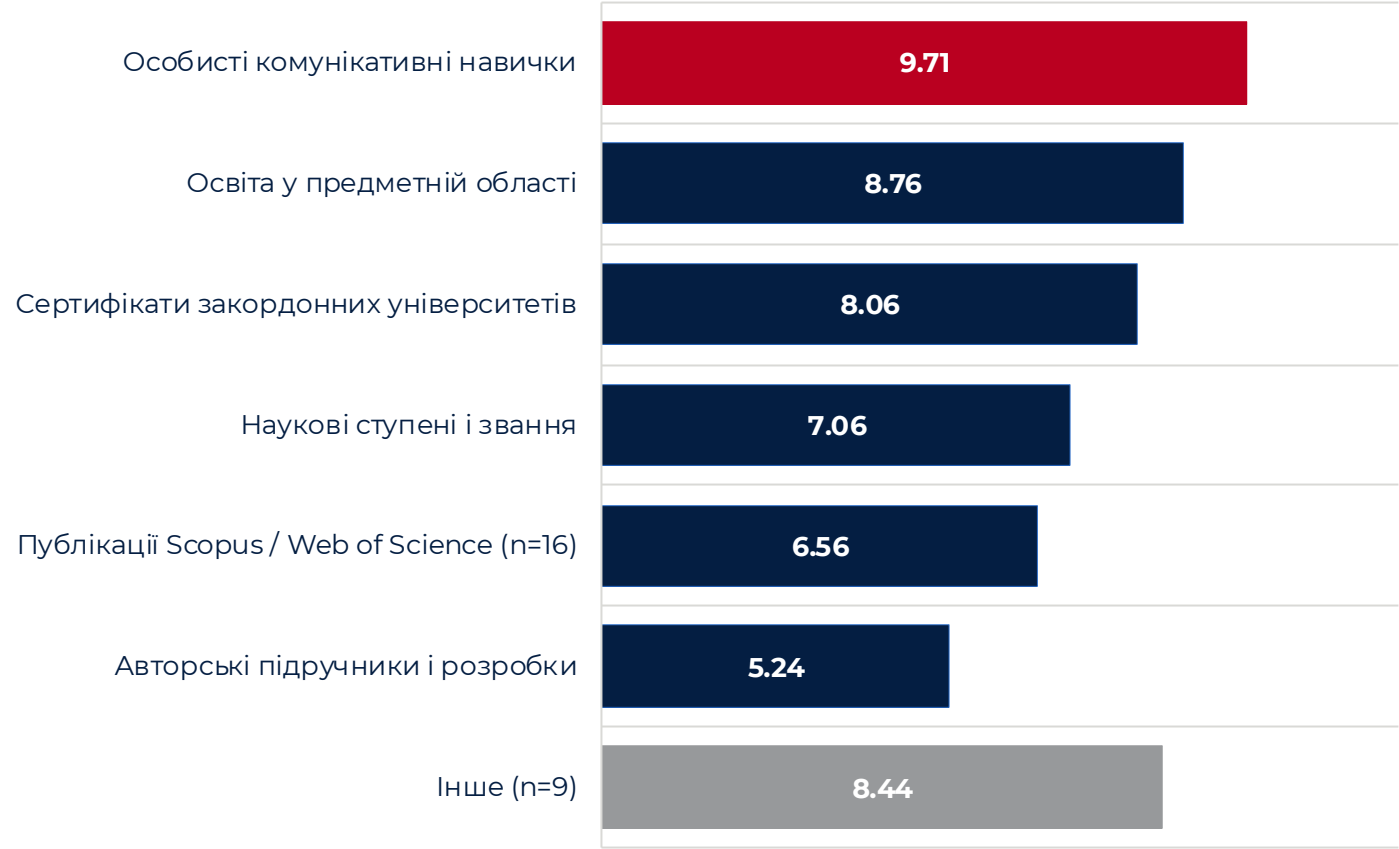
Усі п'ять запропонованих базових факторів отримали оцінки **7,7 бала і вище**, що свідчить про комплексне розуміння студентами складових якості освіти.

«Оцініть, будь ласка, які з нижчезазначених показників навчального процесу в найбільшій мірі забезпечують його якість? (Оцініть значущість за шкалою від 1 до 10, де 1 — найменш важливо, 10 — найбільш важливо).»



Розуміння професіоналізму викладача

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



ВИСНОВОК

Здобувачі насамперед пов'язують професіоналізм викладача з **якістю комунікації** та **предметною компетентністю**.

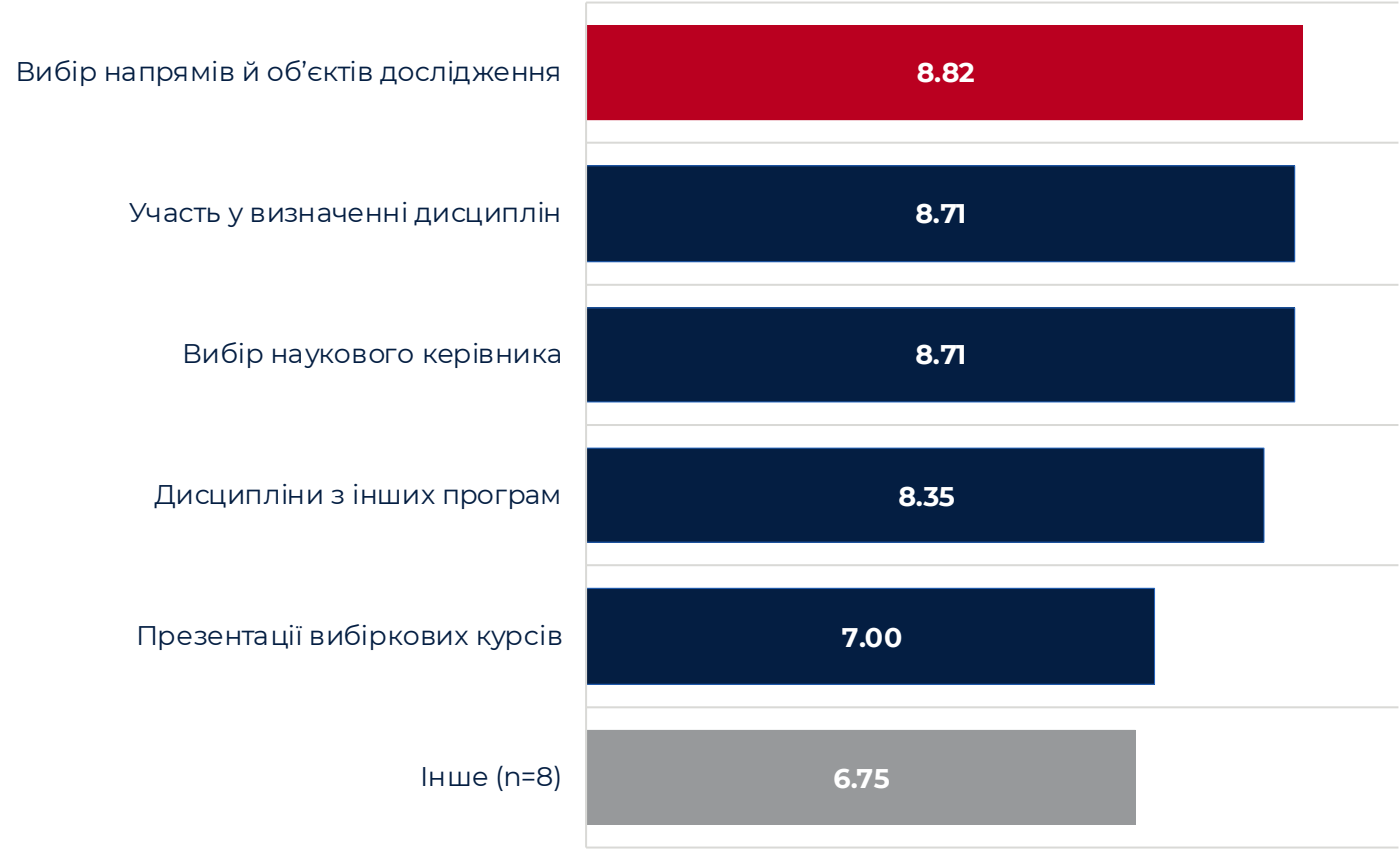
Формальні академічні індикатори – публікації, ступені, авторські видання – сприймаються **як доповнення** до здатності викладача якісно передавати професійні знання.

«Що для Вас означає професіоналізм викладача?
(Оцініть ступінь значущості за шкалою від 1 до 10, де 1 — найменш значущий, 10 — найбільш).»



Індивідуальна освітня траєкторія

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



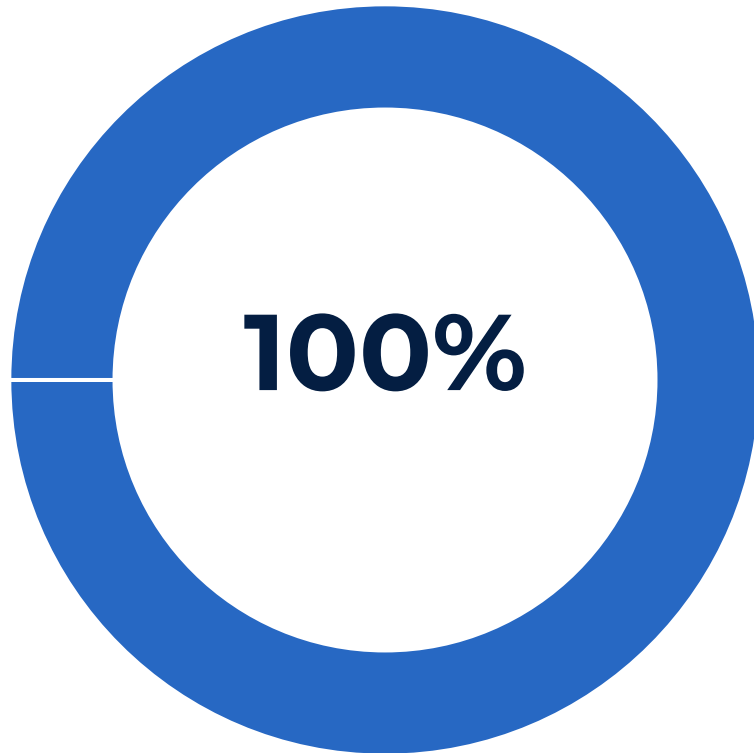
ВИСНОВОК

Найвищу цінність для здобувачів мають **реальні механізми академічного вибору**: визначення напряму дослідження, участь у формуванні набору дисциплін та вибір наукового керівника.

Інформаційні презентації курсів оцінюються як допоміжний механізм формування індивідуальної траєкторії.

«Які з нижчезазначених процедур формування індивідуальної освітньої траєкторії студента Ви вважаєте найбільш ефективними? (Оцініть за шкалою від 1 до 10, де 1 — найменш ефективна, 10 — найбільш ефективна).»

Реалізація права на вибір дисциплін



ВИСНОВОК

Усі респонденти вважають, що достатньою мірою реалізують своє право на вибір навчальних дисциплін.

Результат є **прямим позитивним індикатором** функціонування механізмів формування індивідуальної освітньої траєкторії.

«Чи вважаєте Ви, що в достатній мірі реалізовуєте своє право на вибір навчальних дисциплін?»



Форми практичної складової

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



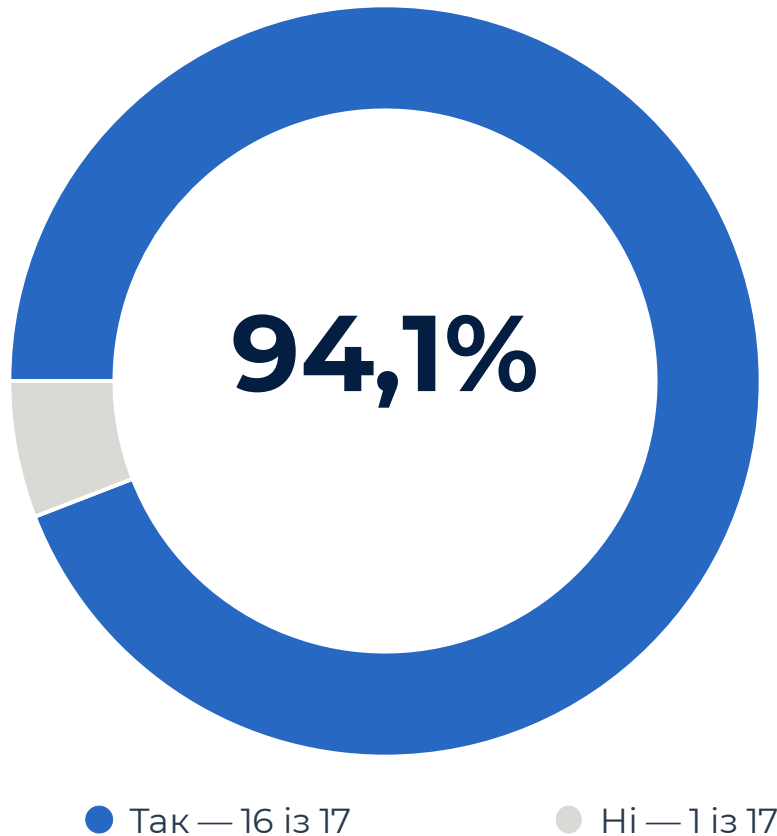
ВИСНОВОК

Найефективнішими способами забезпечення практичної складової здобувачі вважають безпосередній **контакт із представниками бізнесу** та роботу з **реальними кейсами**.

Це демонструє запит не просто на збільшення кількості практичних годин, а на **максимально наближену** до реального бізнес-середовища форму навчання.

«Оцініть, будь-ласка, які з нижчезазначених форм в найбільшій мірі забезпечують практичну складову навчального процесу? (За шкалою від 1 до 10, де 1 — найнижчий, 10 — найвищий).»

Задоволеність практичною складовою



ВИСНОВОК

16 із 17 респондентів задоволені забезпеченням практичної складової навчального процесу.

Запит на подальше розширення кейсів та участі практиків є напрямом розвитку вже позитивно оціненої складової.

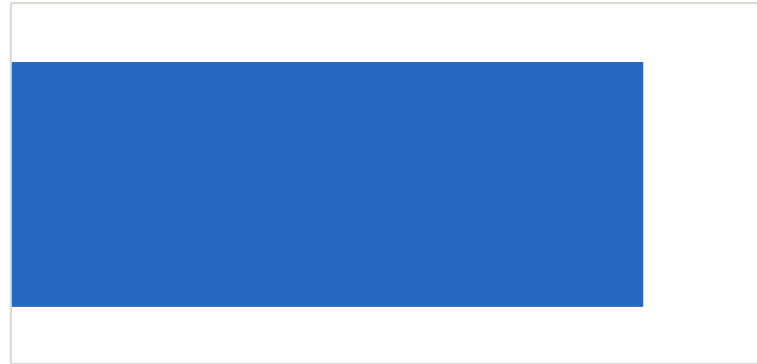
«Чи задовольняє Вас забезпечення практичною складовою навчального процесу?»

Напрям удосконалення практичної складової

n=1

одна змістовна відповідь

Сучасні напрями маркетингу + актуальні
практичні кейси



ВИСНОВОК

Єдина конкретна пропозиція від респондента, якого не повністю задовольнила практична складова, стосується **постійного оновлення** тематики маркетингу та використання нових практичних кейсів.

Це дає **конструктивний** напрям подальшого вдосконалення ОП.

«Якщо Ні, визначте напрям покращення»



Оцінка складових викладання

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



«Як Ви оцінюєте наступні складові у викладанні навчальних дисциплін?
(1 — незадовільно, 10 — дуже задоволений (-на)).»

ВИСНОВОК

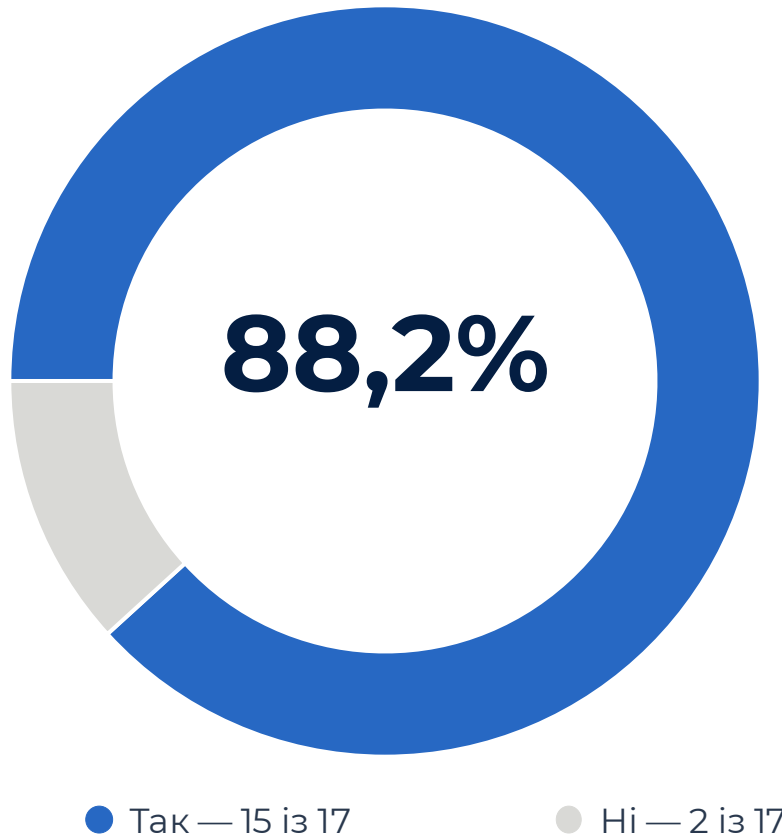
Найвищу оцінку отримала **прозорість критеріїв** оцінювання. Резерв розвитку – **посилення зв'язку** навчального матеріалу з практикою.

82,4% оцінили прозорість критеріїв на 7–10 балів

64,7% оцінили зв'язок із практикою на 7–10 балів

Висновок узгоджується з відкритими пропозиціями щодо актуальних кейсів і більшого залучення практиків.

Залучення роботодавців



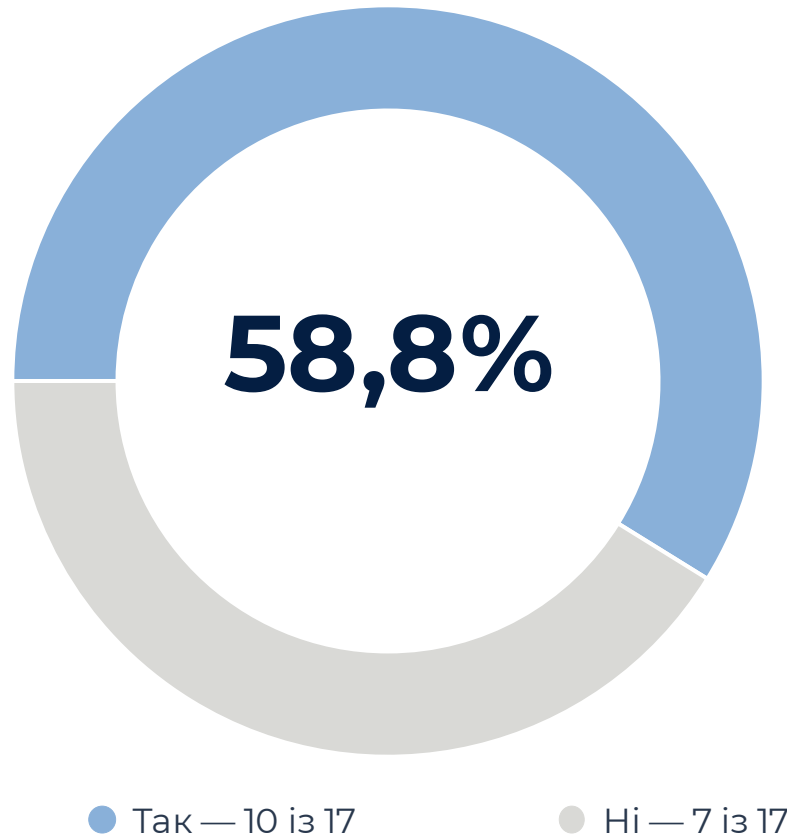
ВИСНОВОК

Переважна більшість здобувачів – **15 із 17** – підтримують залучення роботодавців до освітнього процесу.

Результат безпосередньо кореспондує з високою оцінкою запрошення представників бізнесу та використання практичних кейсів.

«Чи вважаєте Ви за необхідне залучення роботодавців до освітнього процесу?»

Психічне та емоційне благополуччя



ВИСНОВОК

10 із 17 здобувачів стикалися з ситуаціями, які впливали на їхній емоційний стан.

Показник демонструє реальну потребу в доступних механізмах комунікації та підтримки, ефективність яких оцінюється далі.

«Чи були у Вас ситуації в процесі навчання, що впливали на Ваше психічне/емоційне здоров'я?»



Як надавалась підтримка



ВИСНОВОК

У конкретних прикладах здобувачі описують підтримку передусім через **доступність викладачів, кураторський супровід**, комунікацію та підтримання регулярного зв'язку.

Якісні відповіді доповнюють кількісні оцінки організаційної підтримки на наступному слайді.

Відкрите питання; тематичне кодування 4 змістовних відповідей.

«Якщо ТАК, яким чином ЗВО допомагав Вам у подоланні таких ситуацій?»



Організаційна, інформаційна та консультативна підтримка

Середня оцінка, балів | шкала 1–10



ВИСНОВОК

Усі основні канали організаційної та інформаційної підтримки оцінено **вище 8 балів із 10**.

Найсильнішими елементами є **робота кураторів** та інформаційна взаємодія через старост – **9,19 та 9,06** бала. Кількісні результати підтверджують форми підтримки з відкритих відповідей.

«Оцініть, будь ласка, в якій мірі нижче зазначені фактори забезпечують організаційну, інформаційну та консультативну підтримку з боку викладачів (за шкалою від 1 до 10, де 1 — найнижчий, 10 — найвищий).»

Пропозиції щодо вдосконалення навчального процесу



«Які зміни Ви б запропонували у навчальному процесі для його вдосконалення?»

ВИСНОВОК

У більшості анкет **не сформульовано** окремих побажань. Дві змістовні відповіді мають узгоджений і конструктивний характер.

ЄДИНИЙ СПІЛЬНИЙ ВЕКТОР

Більше актуальних бізнес-кейсів і взаємодії з практиками