

Звіт
про результати онлайн-опитування випускників
ОПП Маркетинг
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
щодо якості отриманих знань та сформованих компетентностей

Анонімне опитування випускників ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти щодо якості професійної підготовки в Сумському державному педагогічному університеті імені А.С.Макаренка було проведене згідно календаря моніторингових заходів на 2024-2025 навчальний рік. Мета анкетування полягала у виявленні рівня задоволеності отриманими освітніми послугами задля послідовного вдосконалення механізмів ефективної підготовки конкурентоспроможних фахівців.

Анкета для випускників містила 15 запитань «закритого» типу та 4 запитання, що передбачали розгорнуту «відкриту» відповідь. Оцінювання окреслених параметрів здійснювалось за 10-бальною шкалою, де 1 – незадовільно, 10 – відмінно.

Аналіз результатів опитування випускників ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дав змогу встановити, що усі опитані респонденти цілком задоволені якістю сформованих фахових компетентностей (100% опитаних випускників).

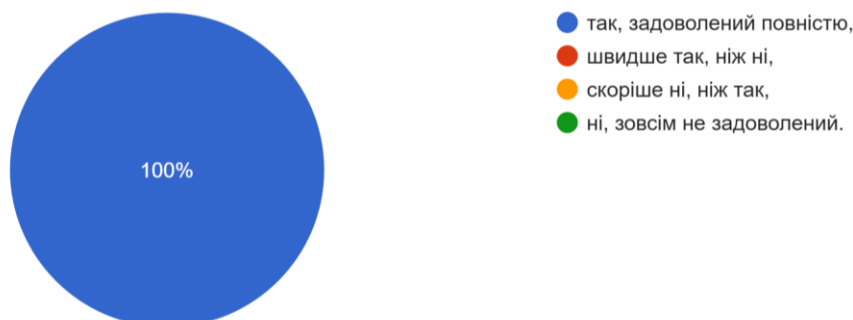


Рис. 1. Розподіл відповідей про рівень задоволення якістю сформованих фахових компетентностей.

Випускники у достатній мірі оцінили доброзичливість та злагоджену роботу деканату та кафедр. Усі опитані наголосили на тому, що допоміжний персонал деканату, кафедр та бібліотеки кваліфіковано та доброзичливо сприяв повністю їхньому навчанню. Високо оцінили випускники і вільний доступ до електронних інформаційних ресурсів університету (про це зазначили 100% опитаних). Усі опитані респонденти зазначили про високий рівень отриманих знань та вмінь, якими вони задоволені та сучасний, практично орієнтований підхід у навчанні (100%), також 66,7% опитаних випускників висловили впевненість, що знання, отримані в університеті стануть у нагоді в подальшому житті та у професійній діяльності, а частина опитаних (33,3%) – частково будуть використовувати отримані знання.

Випускники схвально оцінили роботу викладачів. Вони відзначили, що протягом навчання викладачі використовували сучасні педагогічні методи (майстер-класи, навчальні дискусії, тренінги, ділові ігри тощо) (на це вказало 66,7 % респондентів), прозоро та чесно оцінювали результати навчання (66,7%), організовували виробничі практики, які сприяли підвищенню знань та практичних навичок випускників (66,7%).

Усі опитані випускники (100%) зазначили, що університет або частково сприяв їхньому працевлаштуванню.

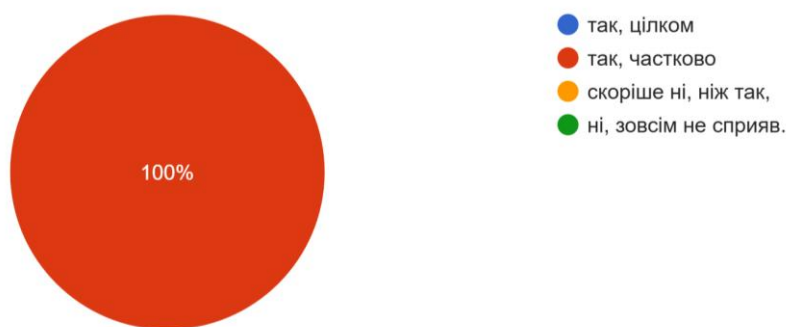


Рис. 2. Розподіл відповідей про сприяння Університету у працевлаштуванні випускників.

У цілому випускники відзначили, що протягом навчання їх постійно опитували про якість змісту дисциплін та якість викладання (на це вказало 100% опитаних), що дало змогу частково оновлювати та удосконалювати освітньо-професійну програму. При цьому усі опитані випускники (100%) оцінили ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти як оптимальну, при цьому кількість дисциплін та їх зміст є достатніми для подальшої ефективної роботи.

Аналіз відповідей на запитання «відкритого» типу дозволив з'ясувати напрями подальшого вдосконалення освітньої програми. Зокрема, з-поміж компетентностей, потрібних на сучасному ринку праці, але не сформованих за час навчання, випускники акцентували на конкретизацію використання у практичній діяльності можливостей цифрових технологій. На думку респондентів, в освітній процес необхідно ввести дисципліни *веб-аналітика* та *веб-дизайн*, а вивести – *філософію*.

У опитаних випускників були відсутні пропозиції щодо підвищення ефективності освітнього процесу в СумДПУ імені А.С.Макаренка


З урахуванням даних моніторингу фахівці ЦЗЯВО зробили висновок про високий рівень фахової підготовки здобувачів вищої освіти ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Випускники також відзначили, що найбільше задоволення під час навчання в університеті вони отримали від навчального процесу в цілому та можливості проявити себе. І 100% опитаних випускників рекомендуватимуть іншим навчатися у СумДПУ на цій спеціальності.

Після проведеного аналізу відповідей, фахівці ЦЗЯВО рекомендують:

- провести зустріч зі стейкхолдерами для обговорення варіантів працевлаштування випускників ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти;

- по можливості врахувати запропоновані зміни щодо змісту дисциплін при оновленні ОПП Маркетинг.

Фахівець ЦЗЯВО

 Олена Мичкіна

Начальник ЦЗЯВО

 Оксана Одінцова