

**МОНІТОРИНГ ВИВЧЕННЯ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ
РОБОТОДАВЦІВ ЯКІСТЮ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ
ЗА ОПІ МАРКЕТИНГ
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

Опитування роботодавців щодо задоволеності якістю підготовки фахівців у СумДПУ імені А.С.Макаренка здійснюється згідно з «Методичними рекомендаціями до проведення анкетування з питань оцінювання освітнього процесу у Сумському державному педагогічному університеті імені А.С. Макаренка» (наказ № 420 від 30 вересня 2019 р.). Таке опитування є формою участі роботодавців у системі внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Метою моніторингу було вивчення рівня задоволеності роботодавців якістю підготовки випускників фізико-математичного факультету для удосконалення системи якості вищої освіти в СумДПУ імені А.С. Макаренка.

Опитування роботодавців передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

- відповідності між компетентностями, набутими здобувачами вищої освіти, та очікуваннями і потребами роботодавців;
- відповідності між потребами ринку праці та професійною підготовкою випускників;
- рівня конкурентоспроможності випускників університету;
- потреб у інших освітніх пропозиціях університету.

Аналіз результатів анкетування також дасть змогу співставити чинники, що впливають на ефективність професійної діяльності фахівця взагалі та рівень сформованості аналогічних характеристик саме у випускників ОПІ Маркетинг.

Анкетування проводилося через Гугл-форму.

Учасники анкетування – роботодавці, в організаціях яких працюють, проходять чи проходили практику здобувачі, що навчалися за ОПІ Маркетинг.

Респонденти на початку анкетування мали змогу висловити свою точку зору щодо чинників, що впливають на ефективність професійної діяльності фахівця взагалі. Вони зазначили, що на ефективність його діяльності впливає:

- рівень загальнотеоретичної підготовки, при цьому однозначно має вплив: уміння застосовувати їх у професійній діяльності (на це вказали 100 % респондентів), частково - актуальність теоретичних знань, та відповідність теоретичних знань кваліфікації (на це вказали 66,7%);

- рівень практичної підготовки, при цьому однозначно має вплив актуальність практичних навичок та їх достатність для практичного застосування (на це вказали 100 % респондентів);

- націленість на результат (на це вказали усі респонденти);

- здатність працювати в команді, колективі, у тому числі частково впливає культура спілкування (на це вказали 66,7 % респондентів), та однозначно - здатність налагоджувати контакти в колективі (66,7%);

- здатність ефективно представляти себе й результати своєї роботи (на це вказали 100 % респондентів);

- націленість на кар'єрне зростання і професійний розвиток (на це вказали 100% опитаних роботодавців);

- здатність до самоосвіти, при цьому однозначно має вплив здатність самостійно засвоювати нові знання та прагнення до самоосвіти (на це вказали 100 % респондентів);

- ерудованість, загальна культура, комунікабельність (на це вказали 100% респондентів);

- володіння інформаційними та комунікаційними технологіями (100 %).

Аналізуючи відповідність між чинниками ефективності професійної діяльності фахівця взагалі та рівнем сформованості аналогічних характеристик саме у випускників ОПП Маркетинг, то слід зазначити, що:

- повністю задоволені рівнем професійної підготовки випускників ОПП Маркетинг усі опитані роботодавці;

- думки роботодавців розділилися щодо рівня загальнотеоретичної підготовки: повністю задоволені актуальністю теоретичних знань у випускників та відповідністю теоретичних знань кваліфікації (100% опитаних респондентів), і частково - умінням застосовувати їх у професійній діяльності (66,7%);

- щодо рівня практичної підготовки, у тому числі актуальністю практичних навичок задоволені 100% респондентів, а рівнем їх достатності для практичного застосування - 66,7% опитаних респондентів;

- усі опитані роботодавці (100%) задоволені націленістю на результат у випускників;

- рівнем здатності випускників ефективно представляти себе й результати своєї роботи задоволені 100% респондентів;

- здатністю працювати в команді, колективі, у тому числі здатністю налагоджувати контакти в колективі задоволені усі опитані роботодавці, а культурою спілкування повністю задоволені тільки 66,7% опитаних;

- націленістю на кар'єрне зростання і професійний розвиток випускників повністю задоволені 100% респондентів;

- здатністю до самоосвіти, у тому числі прагненням до самоосвіти та здатністю самостійно засвоювати нові знання задоволені 100% опитаних роботодавців;

- рівнем практичної підготовки випускників та студентів повністю задоволені 100% опитаних роботодавців;

- рівнем володіння інформаційними та комунікаційними технологіями – усі опитані роботодавці.

Варто звернути увагу, що усі опитані роботодавці вказали, що цілі та програмні результати навчання за освітньою програмою відображають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці, а також компетентності, набуті здобувачами вищої освіти, відповідають очікуванням і потребам роботодавця (на це вказали 100% респондентів).

На високий рівень підготовки здобувачів вищої освіти за ОПП Маркетинг вказує той факт, що роботодавці зацікавлені в прийомі на роботу випускників Сумського державного педагогічного університету імені

А.С. Макаренка (на це вказали 100% респондентів). А також усі роботодавці готові розвивати ділові зв'язки та співпрацювати з Сумським державним педагогічним університетом імені А.С. Макаренка та відповідними його структурними підрозділами. При цьому, основними напрямками співпраці є:

- виробнича практика студентів на базі організації;
- рецензування освітньо-професійних програм.

Серед основних переваг у підготовці випускників Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка роботодавці виділили наступні:

- високий рівень теоретичних знань (на це вказали 100% опитаних роботодавців);
- готовність випускників до швидкого реагування в нестандартних ситуаціях (100%);
- бажання випускників працювати (на це вказали 100% опитаних роботодавців);
- високий рівень володіння комунікативними навичками (66,7%).

Серед основних недоліків у підготовці випускників Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка, 1 роботодавець відзначив про недостатній рівень практичної підготовки, та наголосив на відсутності бажання до саморозвитку та самоосвіти, низькій виробничій дисципліні випускників.

При цьому роботодавці також зазначили, що при підготовці випускників Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка необхідно покращити рівень практичної підготовки.

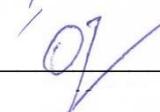
Аналізуючи результати опитування роботодавців, можемо узагальнити, що очікування від надання професійних послуг роботодавцям випускниками збігається зі сформованими компетентностями випускників за ОПП Маркетинг.

З урахуванням даних моніторингу та пропозицій, наданих роботодавцями, пропонується: провести відкриту зустріч усіх представників стейкхолдерів (зацікавлених сторін) для обговорення пропозицій, наданих роботодавцями. Зокрема, посилити формування комплексу практичних, надпрофесійних навичок, які відповідають за успішне професійне зростання майбутніх фахівців. Необхідно також звернути увагу на покращення навичок практичної підготовки, виробничої дисципліни та самоосвіти за ОПП Маркетинг.

Методист ЦЗЯВО

Начальник ЦЗЯВО


Олена Мичкіна


Оксана Одінцова