

АНАЛІТИЧНА ДОВІДКА

за результатами опитування здобувачів вищої освіти щодо якості освітньої програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти

У травні 2026 року в Державному університеті економіки і технологій проведено моніторинг якості освітньої програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти шляхом опитування здобувачів вищої освіти.

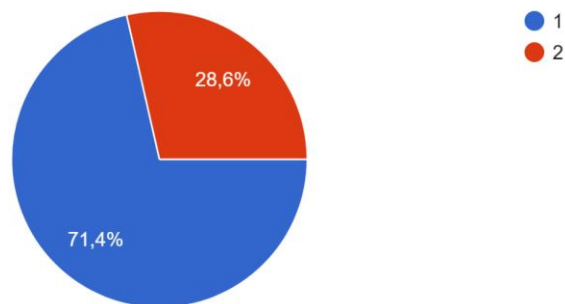
Метою опитування було визначення рівня задоволеності здобувачів якістю освітньої програми, змістом освітніх компонентів, організацією освітнього процесу, практичною спрямованістю підготовки, відповідністю програми сучасним тенденціям розвитку маркетингу та вимогам ринку праці, а також отримання пропозицій щодо її подальшого вдосконалення.

В опитуванні взяли участь 7 здобувачів вищої освіти, що дало змогу проаналізувати їхню оцінку якості реалізації освітньої програми, визначити рівень задоволеності освітнім процесом та узагальнити пропозиції щодо її подальшого розвитку.

Узагальнення результатів опитування, представлених у вигляді статистичних даних та відкритих відповідей респондентів, дало змогу здійснити аналіз рівня задоволеності здобувачів якістю освітньої програми, визначити її сильні сторони, окреслити напрями подальшого розвитку та сформулювати рекомендації щодо вдосконалення освітнього процесу.

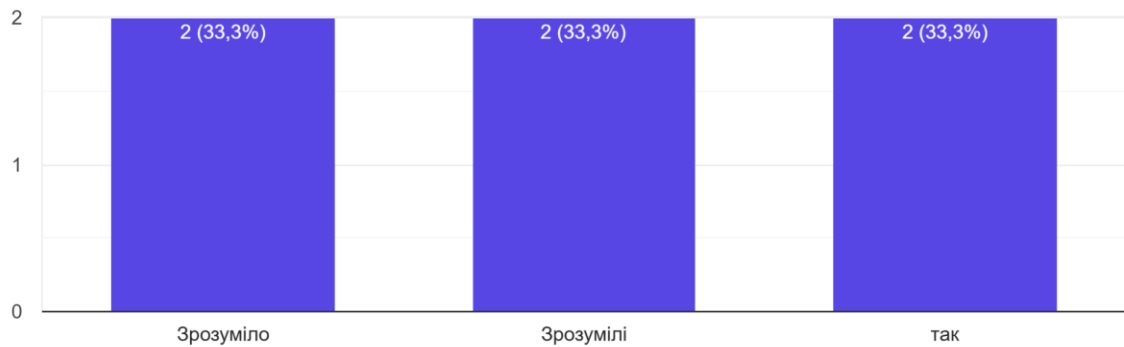
На якому курсі Ви зараз здобуваєте освіту?

7 відповідей



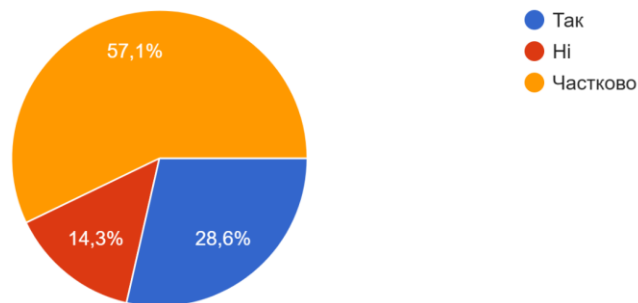
Чи зрозумілі Вам цілі освітньої програми? Якщо ні, що саме здається не зрозумілим або потребує додаткового пояснення?

6 відповідей



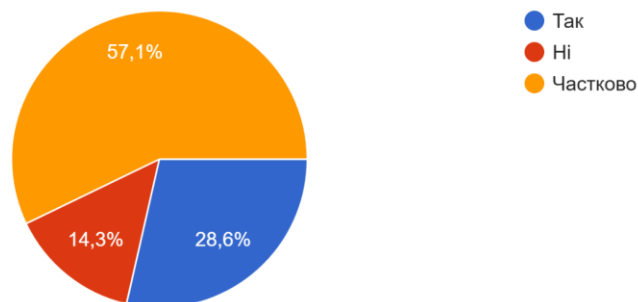
Чи вважаєте ви, що програма достатньо адаптована до сучасних тенденцій у вашій галузі?

7 відповідей

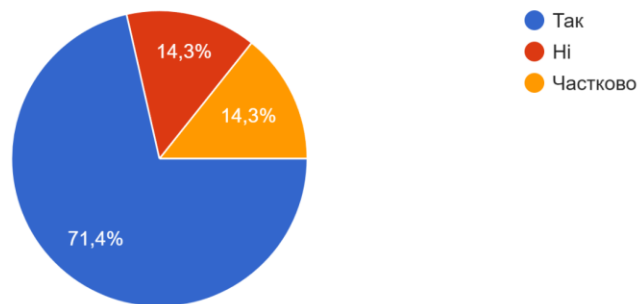


Чи навчання за цією програмою дає вам необхідні знання та навички для успіху у вашій професійній сфері?

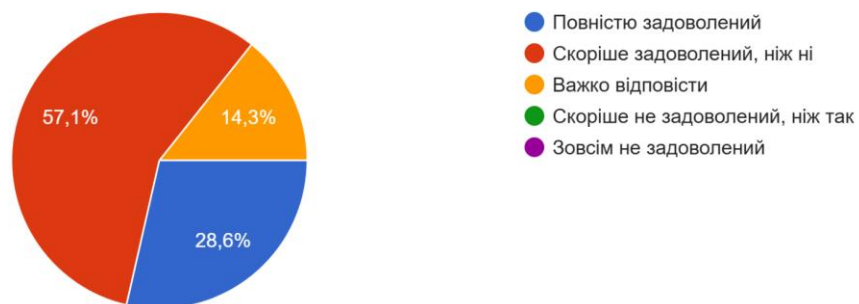
7 відповідей



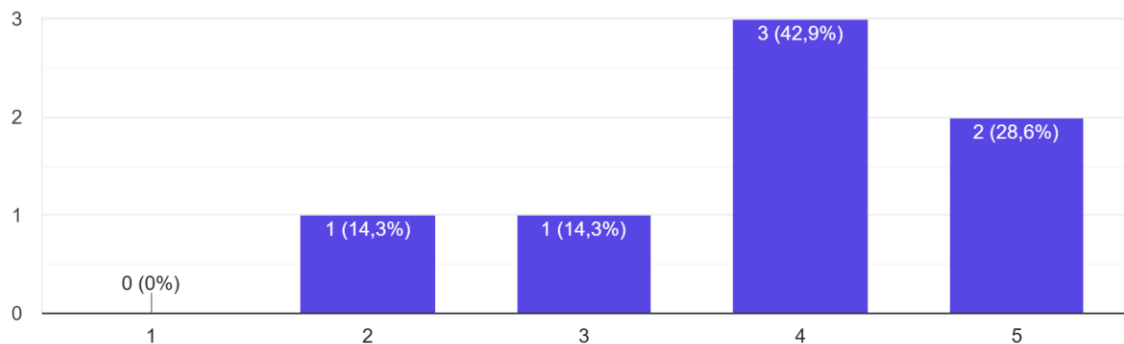
Чи вважаєте ви за потрібне додати до програми більше освітніх компонентів, спрямованих на розвиток soft skills (наприклад, комунікація, робота в команді, критичне мислення, тощо)?
7 відповідей



Наскільки ви задоволені якістю освітньої програми в цілому?
7 відповідей

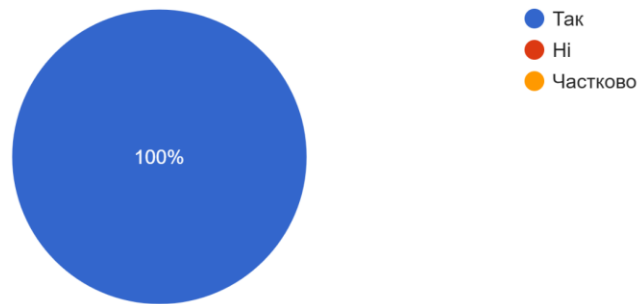


Наскільки, на вашу думку, освітня програма відповідає вашим очікуванням та професійним потребам?
7 відповідей



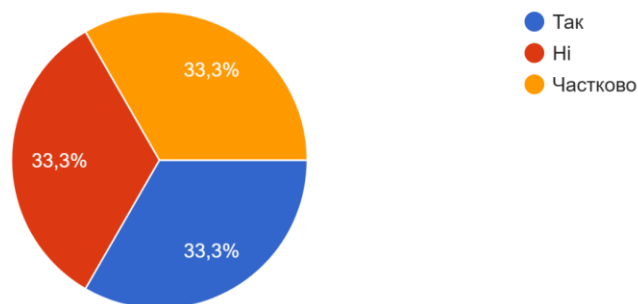
Чи плануєте Ви в майбутньому працювати за здобутою кваліфікацією?

7 відповідей



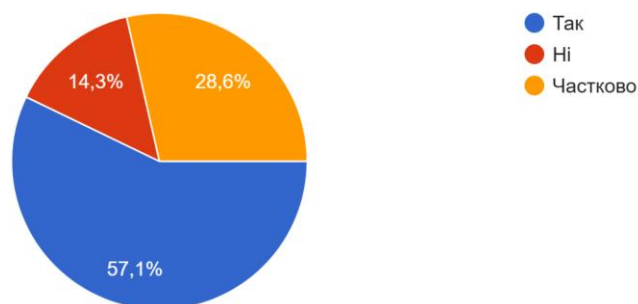
Чи залучається студентське самоврядування до обговорення та внесення пропозицій щодо ОП??

6 відповідей



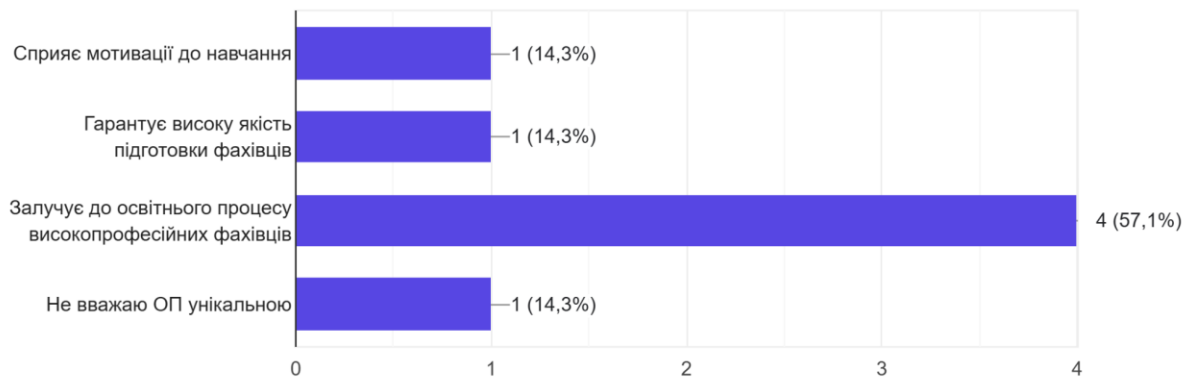
Чи була, на Вашу думку, логічною послідовність вивчення освітніх компонентів?

7 відповідей



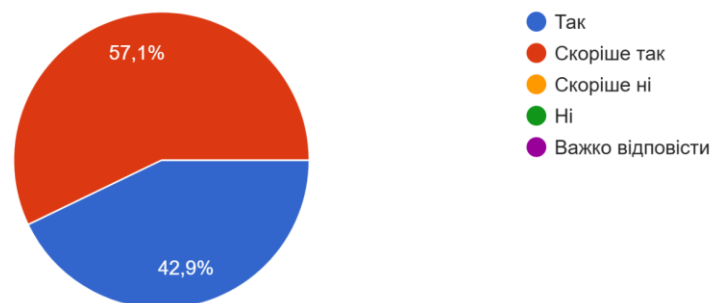
В чому полягає унікальність освітньої програми?

7 відповідей



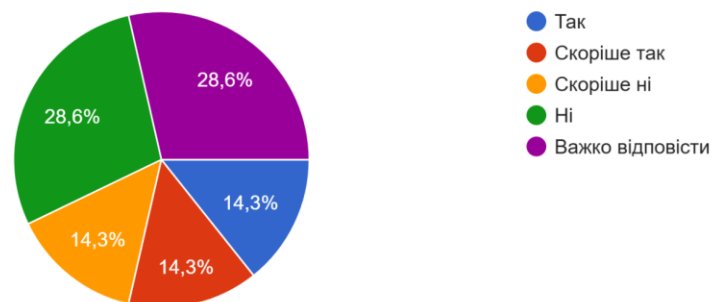
Чи раціонально було розподілено освітні компоненти час вивчення освітньо-професійної програми?

7 відповідей



Чи спостерігається дублювання змісту освітніх компонентів у структурі освітньо-професійної програми?

7 відповідей



Які конкретні зміни або доповнення ви б запропонували для програми, щоб вона краще відповідала сучасним вимогам ринку праці?

Хотілось би замінити частину теорії розбором реальних стратегій сучасних українських та міжнародних компаній, додати окремі дисципліни з роботи в соцмережах, таргету та використання ШІ в маркетингу. Зробити вивчення професійної англійської обов'язковим протягом усього періоду навчання

Рекомендую інтегрувати до навчального плану вивчення професійної англійської мови, а також практичні блоки роботи із сучасним програмним забезпеченням, можливо навіть із ШІ

Впровадження AI

все добре

Стажування у компаніях (рітейл, FMCG, IT, креативні агентства).
Спільні проекти з бізнесом: розробка маркетингових стратегій для реальних клієнтів.

Які аспекти освітньої програми, на вашу думку, потребують удосконалення?

Зміст деяких дисциплін частково повторюється, через що доводиться витратити час на вивчення вже пройденого матеріалу замість заглиблення у нові теми. Ще на бакалаврі була обіцяна можливість обрати дисципліну з майже усіх спеціальностей, по факту нам залиши один безальтернативний варіант для всієї групи

Є перекид у бік загальноуправлінських та менеджерських дисциплін, замість маркетингових.

Я наче недоотримую прикладні навички: настройку таргету, копірайтинг, роботу з базами даних і роботу в графічних редакторах.

Почати викладати те що зараз сучасно і потрібним

практична спрямованість

Удосконалення ОП з акцентом на цифрові навички, аналітику та глобальний контекст

Як ви оцінюєте відповідність між поставленими цілями програми та вашими очікуваннями від освіти? Які є розбіжності?

Поки я сподіваюсь, що 1 курс дає базову теорію і 2 курс вже буде більш практичним. Теоретичні завдання перетворюються на формування реальних кейсів, які можна буде додати до портфоліо

Недостатня кількість практичної підготовки. Бракує завдань у форматі реальних брифів від замовників, аналізу поточних ринкових кейсів та симуляції робочих процесів

5. Більшість інформації є застарілою і не актуальною. Потрібно впроваджувати нові методики і нові інструменти, а не лише текстовий формат лекцій

все добре

Добре і

Аналіз результатів опитування

Результати опитування свідчать про **загалом позитивну оцінку** здобувачами якості реалізації освітньої програми «Маркетинг» та водночас визначають низку напрямів для її подальшого розвитку.

Оцінка актуальності освітньої програми свідчить про наявність потенціалу для її подальшого вдосконалення. **28,6 %** респондентів вважають, що програма повністю адаптована до сучасних тенденцій розвитку галузі, **57,1 %** зазначили, що така відповідність є частковою, тоді як **14,3 %** висловили протилежну думку. Аналогічно оцінено професійну підготовку: **28,6 %** здобувачів вважають, що навчання повною мірою забезпечує необхідні знання та навички для професійної діяльності, **57,1 %** — частково, а **14,3 %** дали негативну відповідь. Отримані результати визначають доцільність подальшої актуалізації змісту програми та посилення її практичної спрямованості.

Загальна оцінка якості освітньої програми є переважно позитивною: **28,6 %** респондентів повністю задоволені її якістю, **57,1 %** — скоріше задоволені, ніж ні, а **14,3 %** не змогли визначитися з відповіддю. Таким чином, **85,7 %** здобувачів загалом позитивно оцінюють якість освітньої програми, при цьому негативні оцінки за цим питанням відсутні.

Оцінюючи відповідність освітньої програми власним очікуванням і професійним потребам, **42,9 %** респондентів поставили 4 бали, **28,6 %** — 5 балів, **14,3 %** — 3 бали та **14,3 %** — 2 бали. Отже, **71,5 %** здобувачів оцінили відповідність програми власним очікуванням на високому рівні — 4 або 5 балів. Водночас наявність нижчих оцінок підтверджує доцільність урахування пропозицій здобувачів під час подальшого вдосконалення програми.

Показовим є високий рівень професійної мотивації: **100 % респондентів планують у майбутньому працювати за здобутою кваліфікацією**. Це свідчить про професійну орієнтованість здобувачів та їхню зацікавленість у подальшій діяльності у сфері маркетингу.

Результати щодо участі студентського самоврядування в обговоренні та внесенні пропозицій до освітньої програми є неоднозначними: по **33,3 %** респондентів обрали відповіді «так», «ні» та «частково». З огляду на це доцільним є подальше інформування здобувачів про форми та можливості їхнього залучення до процесів моніторингу і перегляду освітньої програми.

Структура освітньої програми загалом оцінюється позитивно. **57,1 %** респондентів вважають послідовність вивчення освітніх компонентів логічною, **28,6 %** — частково логічною, тоді як **14,3 %** висловили протилежну думку. Водночас розподіл освітніх компонентів протягом навчання всі респонденти оцінили позитивно: **42,9 %** обрали відповідь «так», а **57,1 %** — «скоріше так».

Серед особливостей освітньої програми **57,1 %** здобувачів відзначили залучення до освітнього процесу висококваліфікованих фахівців, по **14,3 %** — мотивацію до навчання та високу якість підготовки фахівців. Водночас **14,3 %** респондентів не вважають освітню програму унікальною. Отримані результати свідчать про позитивне сприйняття залучення практиків та водночас визначають можливості для подальшого розвитку конкурентних особливостей освітньої програми.

Значний запит здобувачів стосується розвитку універсальних компетентностей: **71,4 %** вважають за необхідне розширити перелік освітніх компонентів, спрямованих на розвиток soft skills, ще **14,3 %** підтримують це частково. Щодо можливого дублювання змісту освітніх компонентів відповіді розподілилися неоднозначно: **28,6 %** не вбачають дублювання, по **14,3 %** обрали відповіді «так», «скоріше так» і «скоріше ні», ще **28,6 %** не змогли визначитися. Це свідчить про доцільність аналізу змістового наповнення окремих освітніх компонентів під час наступного перегляду програми.

Сильні сторони освітньої програми

За результатами опитування до сильних сторін освітньої програми належать:

- ✓ загалом позитивний рівень задоволеності здобувачів якістю освітньої програми;
- ✓ високий рівень професійної мотивації здобувачів;
- ✓ раціональний розподіл освітніх компонентів протягом навчання;
- ✓ загалом логічна послідовність вивчення освітніх компонентів;
- ✓ залучення до освітнього процесу висококваліфікованих фахівців;
- ✓ професійна спрямованість підготовки;
- ✓ орієнтація здобувачів на подальшу професійну діяльність у сфері маркетингу.

Аналіз відкритих відповідей

Аналіз відкритих відповідей засвідчив наявність конкретних пропозицій здобувачів щодо подальшого вдосконалення освітньої програми. Основний запит стосується посилення практикоорієнтованої та цифрової складових підготовки, зокрема збільшення кількості практичних завдань, роботи з реальними кейсами українських і міжнародних компаній, реалізації спільних проєктів із бізнесом та розширення можливостей стажування у компаніях.

Окремі пропозиції спрямовані на актуалізацію змісту освітніх компонентів відповідно до сучасних тенденцій маркетингової діяльності. Здобувачі наголосили на доцільності розвитку цифрових навичок, маркетингової аналітики, роботи із соціальними мережами та таргетованою рекламою, сучасним програмним забезпеченням і технологіями штучного інтелекту. Також висловлено пропозиції щодо посилення професійної англійської мови.

Серед аспектів, які, на думку окремих респондентів, потребують уваги, зазначено можливе повторення змісту окремих освітніх компонентів, співвідношення загальноуправлінської та фахової маркетингової підготовки, а також потребу в розширенні прикладних навичок. Окремо акцентовано на використанні реальних брифів, аналізі актуальних ринкових кейсів, симуляції робочих процесів та формуванні практичних результатів, які можуть бути використані здобувачами у професійному портфоліо.

Висновки

Результати моніторингу свідчать, що освітня програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти загалом позитивно оцінюється здобувачами.

Переважна більшість респондентів задоволена її якістю, а всі опитані планують у майбутньому працювати за здобутою кваліфікацією.

Водночас результати опитування визначають напрями подальшого розвитку освітньої програми, пов'язані насамперед із посиленням практичної та цифрової складових підготовки, актуалізацією змісту окремих освітніх компонентів відповідно до сучасних тенденцій маркетингу та розширенням можливостей взаємодії здобувачів із професійним середовищем.

За результатами моніторингу рекомендовано

- ✓ актуалізувати зміст окремих освітніх компонентів з урахуванням сучасних тенденцій розвитку цифрового маркетингу та потреб ринку праці;
- ✓ посилити практикоорієнтовану складову підготовки шляхом використання реальних маркетингових кейсів, професійних брифів, проєктної роботи та взаємодії з бізнесом;
- ✓ розширити можливості формування цифрових та аналітичних компетентностей, зокрема щодо використання сучасних маркетингових інструментів і технологій штучного інтелекту;
- ✓ розглянути можливості посилення професійної англійської мови та розвитку soft skills;
- ✓ сприяти розширенню можливостей проходження стажувань та реалізації спільних проєктів із представниками бізнесу;
- ✓ врахувати результати опитування та пропозиції здобувачів під час наступного перегляду освітньої програми.

Завідувач Центру менеджменту якості освіти



Ольга ПАТІЄВА