

**МОНІТОРИНГ ОЦІНЮВАННЯ ВИКЛАДАЧАМИ ЯКОСТІ  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ  
«МАРКЕТИНГ»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

**Мета дослідження** – вивчення думок щодо рівня задоволеності викладачів якістю освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

**Метод дослідження** – анонімне електронне анкетування за спеціально розробленим інструментарієм (*Google Форм*), розміщеним на офіційному веб-сайті Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (ТДАТУ) за адресою <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschoji-osvity/onlajn-opytuvannja-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>.

**Цільова аудиторія** – науково-педагогічні працівники, які викладають навчальні дисципліни, що передбачені навчальним планом за освітньо-професійною програмою (ОПП) «Маркетинг» (респонденти).

Опитування респондентів було проведено в **1 семестрі 2023-2024 навч. року** за анкетною «якість освітньої програми». Всього опитано **19 респондентів**.

Процедури, види та форми оцінювання повністю відповідають [Положенню про опитування учасників освітнього процесу в ТДАТУ](#).

Анкета складалася з дев'яти блоків питань, які включали: оцінювання відповідності знань випускників з освітньої програми сучасному стану виробництва і бізнесу; ранжування за значимістю тринадцяти найбільш важливих компетентностей, оцінювання якостей та навичок випускників за п'ятибальною шкалою від 1 (низький рівень) до 5 (високий рівень); найбільш необхідні складові освітньої програми; необхідність залучання роботодавців до розроблення та модернізації освітніх програм та відкриті питання щодо дисциплін, які необхідно ввести та вивести з освітнього процесу, інших пропозицій щодо покращення якості освіти та освітньої програми.

Результати було опрацьовано за допомогою програмного забезпечення Microsoft Excel (з допустимою похибкою вимірювання 0,1%).

Результати оцінювання науково-педагогічними працівниками якості ОПП «Маркетинг» за критерієм «**Наскільки знання випускника зі спеціальності відповідають сучасному реальному стану виробництва і бізнесу**» наведено на рисунку 1.

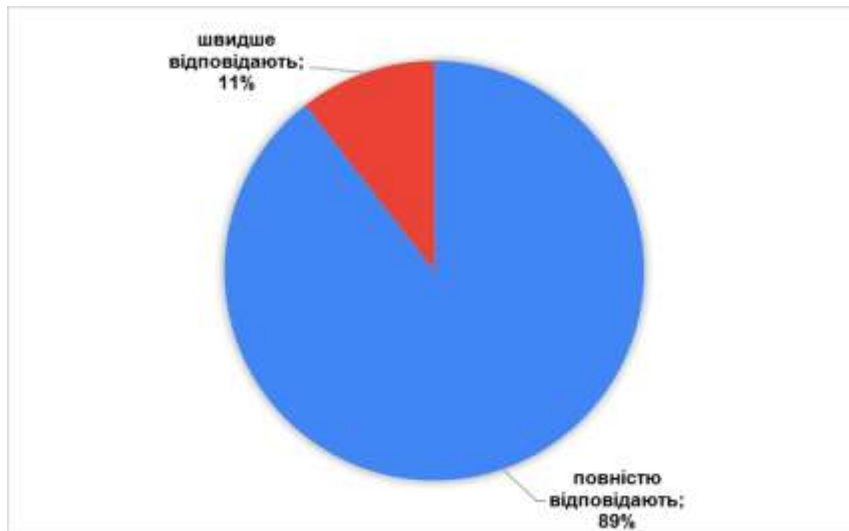


Рис. 1. Оцінювання «*Наскільки знання випускника зі спеціальності відповідають сучасному реальному стану виробництва і бізнесу*» (у відсотках)

Результати ранжування тринадцяти найбільш важливих компетентностей випускника для роботи за фахом (*1- найбільш важлива*) представлено у табл. 1.

**Таблиця 1 - Ранжування пунктів щодо важливості компетентностей випускника для роботи за фахом**

Назва компетентності	Рейтинг
<b>1 блок</b>	
Здатність застосовувати знання на практиці	1
Засвоєння основ базових знань з професії	2
Базові загальні знання	3
Усне і письмове спілкування рідною мовою	4
Здатність до аналізу і синтезу	5
Знання другої мови	6
<b>2 блок</b>	
Прийняття рішень	1
Здатність породжувати нові ідеї (креативність)	2
Здатність пристосовуватись до нових ситуацій	3
Здатність до критики та самокритики	4
Здатність до навчання	5
Дослідницькі навички і вміння	6
Елементарні комп'ютерні навички	7

Моніторинг оцінювання якостей та навичок випускників освітньої програми за п'ятибальною шкалою від 1 (низький рівень) до 5 (високий рівень) наведено в таблиці 2.

**Таблиця 2 - Оцінювання якостей та навичок випускників (у відсотках)**

Критерій оцінювання	Бали				
	1	2	3	4	5
Рівень загальнотеоретичної підготовки	0	0	10,5	10,5	78,9
Рівень базових (професійних) знань і навичок	0	0	0	21,1	78,9
Стратегічне мислення	0	10,5	5,3	10,5	73,7
Націленість на кінцевий результат	0	0	5,3	5,3	89,5
Здатність працювати в колективі, команді	0	0	5,3	0	94,7
Здатність ефективно представляти себе й результати своєї праці	0	0	5,3	10,5	84,2
Націленість на професійний розвиток і кар'єрне зростання	0	5,3	5,3	0	89,5
Навички управління персоналом, колективом	0	10,5	0	21,1	68,4
Ерудованість, загальна культура, комунікабельність	0	0	21,1	0	78,9
Володіння інформаційними та комунікаційними технологіями	0	0	10,5	10,5	78,9
Ведення ділової документації	5,3	5,3	5,3	15,8	68,4

Результати оцінювання показали достатньо **високий рівень** (максимальна сума відсотків за балами 4 і 5) наступних якостей та навичок випускників: «рівень базових (професійних) знань і навичок» (100%), по 94,7% - «націленість на кінцевий результат», «здатність працювати в колективі, команді», «здатність ефективно представляти себе й результати своєї праці».

**Меншими балами оцінили наступні критерії** (максимальна сума відсотків за балами 1 і 2, по 10,5%) – «стратегічне мислення», «навички управління персоналом, колективом», «ведення ділової документації».

Моніторинг оцінювання п'яти найбільш необхідних складових освітньої програми «Маркетинг» наведено в таблиці 3.

**Таблиця 3 - Оцінювання п'яти найбільш необхідних складових освітньої програми «Маркетинг» (у відсотках)**

Критерій оцінювання	Бали
Співвідношення теоретичної і практичної частини	89
Зрозумілість мети, цілей і очікуваних результатів вивчення дисциплін	42
Спрямованість дисциплін на майбутню професію	100
Обґрунтованість навантаження на студентів (кількість дисциплін на семестр, кількість годин на тиждень аудиторної і самостійної роботи)	47
Організація наукових і практичних заходів професійної діяльності (конференції, тренінги, дискусії тощо)	89
Залучення студентів до організації, проведення і участі в наукових і практичних заходах	84
Доступ до програм підготовки, графіків освітнього процесу, розкладів і робочих програм дисциплін	5
Доступ до навчальної і наукової літератури бібліотеки університету	42

Аналіз таблиці 3 показує, що за результатами опитування респондентів найбільш необхідних складових ОПП «Маркетинг» наступні:

1. Спрямованість дисциплін на майбутню професію (100%);
2. Співвідношення теоретичної і практичної частини (89%);
3. Організація наукових і практичних заходів професійної діяльності (конференції, тренінги, дискусії тощо) (89%)
4. Залучення студентів до організації, проведення і участі в наукових і практичних заходах (84%);
5. Обґрунтованість навантаження на студентів (кількість дисциплін на семестр, кількість годин на тиждень аудиторної і самостійної роботи) (47%).

*Тому, при перегляді освітньої програми на цих складових необхідно зупинитись більш детально.*

Результати щодо необхідності залучення роботодавців, на думку викладачів, до розроблення та модернізації освітньої програми показали 100% - ву позитивну відповідь.

Результати опитування пропозицій викладачів щодо навчальних дисциплін показали:

- *необхідно ввести до освітнього процесу – Брендинг територій, Бізнес-комунікації; дисципліни з використання цифрових технологій.*
- *необхідно вивести з освітнього процесу - пропозиції відсутні.*

Інші пропозиції від викладачів щодо покращення якості освіти та освітньої програми «Маркетинг»:

- бажано вставити дисципліни з діджиталізації;
- покращити внутрішню складову.

## **Висновки**

Аналіз результатів оцінювання викладачами якості освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти показав, що загальні враження респондентів від організації, змісту та якості освітніх послуг є позитивними. Анкетування показало досить високий рівень результативності та задоволеності якістю ОПП.

За всіма критеріями оцінки високу відзнаку отримали показники «рівень базових (професійних) знань і навичок», «націленість на кінцевий результат», «здатність працювати в колективі, команді», «здатність ефективно представляти себе й результати своєї праці». Це свідчить про високий рівень фахових та програмних результатів навчання здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг».

Моніторинг оцінювання викладачами якості ОПП «Маркетинг» встановив п'ять необхідних складових освітньої програми. Такі елементи ОПП демонструють мету та завдання освітньої програми та визначають основний фокус програми – практикоорієнтовану підготовку здобувачів вищої освіти з метою надання компетенцій та навиків у маркетинговій діяльності підприємств. Основними необхідними складовими ОПП «Маркетинг» є: спрямованість дисциплін на майбутню професію, співвідношення теоретичної і практичної частини, організація наукових і практичних заходів професійної діяльності, залучення студентів до організації, проведення і участі в наукових і практичних заходах, обґрунтованість навантаження на студентів. Отже, оновлення освітньої програми безпосередньо буде базуватися саме на визначених основних складових ОПП.

З метою покращення якості освітньо-професійної програми «Маркетинг» з врахуванням думок та зауважень викладачів пропонується:

1. Продовжити практику залучення роботодавців до розроблення та оновлення змісту освітньо-професійної програми та визначення сучасних необхідних компетентностей фахівців.

2. Обговорити робочою групою ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти можливість коригування складу компонент освітньо-професійної програми в контексті діджиталізації та бізнес-комунікації.

3. Робочою групою ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти розглянути зміст навчальних дисциплін, що формують якості та навички стратегічного мислення та діловодства. Запровадити удосконалення змісту таких дисциплін.

4. Активізація наукових і практичних заходів професійної діяльності: організація та проведення практичних семінарів, майстер-класів, форумів та конференцій із залученням спеціалістів і спікерів бізнес-маркетингу, цифрового маркетингу, управління маркетинговими проектами.

Гарант ОПП «Маркетинг» за першим  
(бакалаврським) рівнем освіти  
к.е.н., доцент

Яна СОКІЛ

Завідувачка відділу МЯОД ТДАТУ,  
к.т.н., доцент

Радміла СКЛЯР