



ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
БІЗНЕС-КОЛЕДЖ
РІК ЗАСНУВАННЯ - 1966

2 семестр
2025-2026 н.р

Результати опитування студентів щодо якості викладання ОК та задоволення освітніх потреб здобувачів ВО

**Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»**

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

На кафедрі бізнес-економіки та маркетингу, здобувачі вищої освіти освітньої програм «Маркетинг» були залучені до опитування, що проводилось з 28.04.2026р. по 15.05.2026р. Опитування проводилося анонімно за використання Google форми.

Здобувачам вищої освіти було запропоновано провести оцінку кожного освітнього компонента щодо взаємодії з викладачами, які викладали предмети протягом II семестру 2025/2026 навчального року за шкалою від 1 до 5. Де «1» - категорично не згоден, «2» - не згоден, «3» - нейтрально/не згоден і згоден, «4» - згоден, «5» - повністю згоден. Ці критерії включали такі пункти:

1. Викладач на початку навчання пояснив вимоги щодо оцінювання з дисципліни і вони мені зрозумілі;
2. Викладач добре пояснює матеріал та у зрозумілій формі викладає його студентам;
3. Викладач є фахівцем з дисципліни, яку викладає та вміло організовує навчальний процес;
4. Викладач вміє встановити і підтримувати добрий контакт з аудиторією у процесі викладання;
5. Навчальних матеріалів для самостійного вивчення дисципліни достатньо і вони зрозумілі;
6. У процесі навчання викладач стимулює моє прагнення до навчання;
7. Викладач об'єктивно оцінює студентів.

Респонденти надавали відповіді на такі відкриті питання:

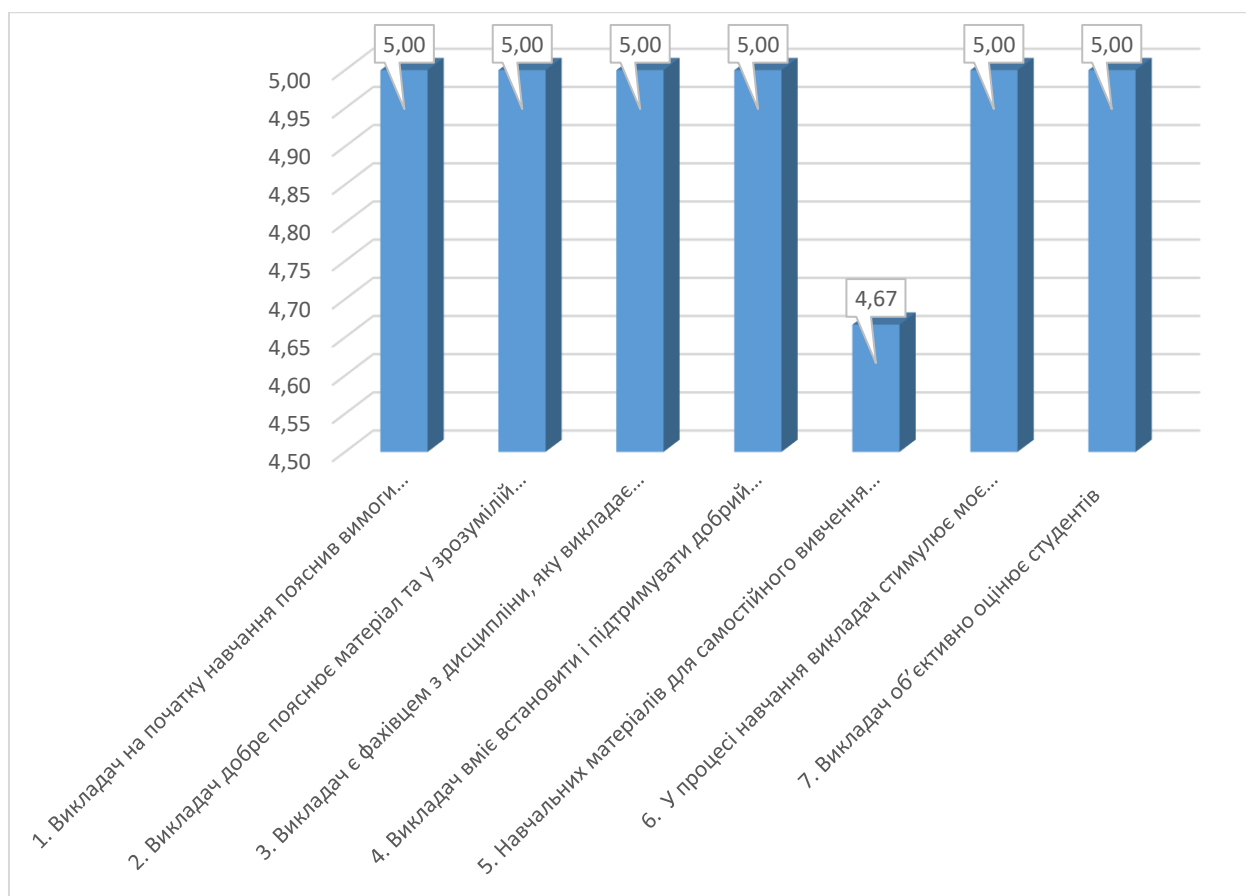
1. Що було найбільш корисним та цікавим при вивченні дисципліни?
2. Що б Ви хотіли змінити в підходах до викладання дисципліни?

В опитуванні взяло участь 19 (70,37 %) здобувачів освіти, які навчаються за ОП «Маркетинг». По курсам: 1 курс – 4 (14,81 %), 2 курс – 5 (18,52 %), 3 курс – 10 (37,04 %).

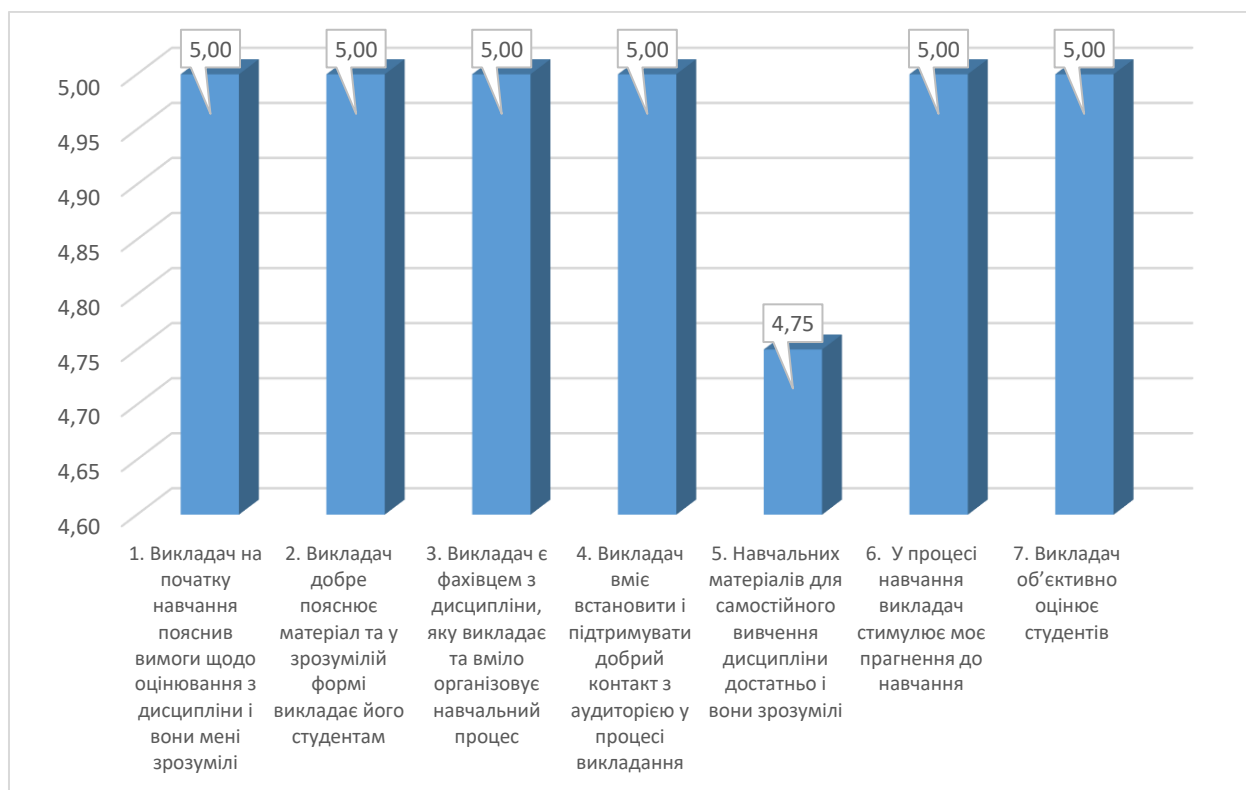
Результати опитування за освітньою програмою по предметам, що викладаються на кафедрі бізнес-економіки та маркетингу наведені нижче:

I курс

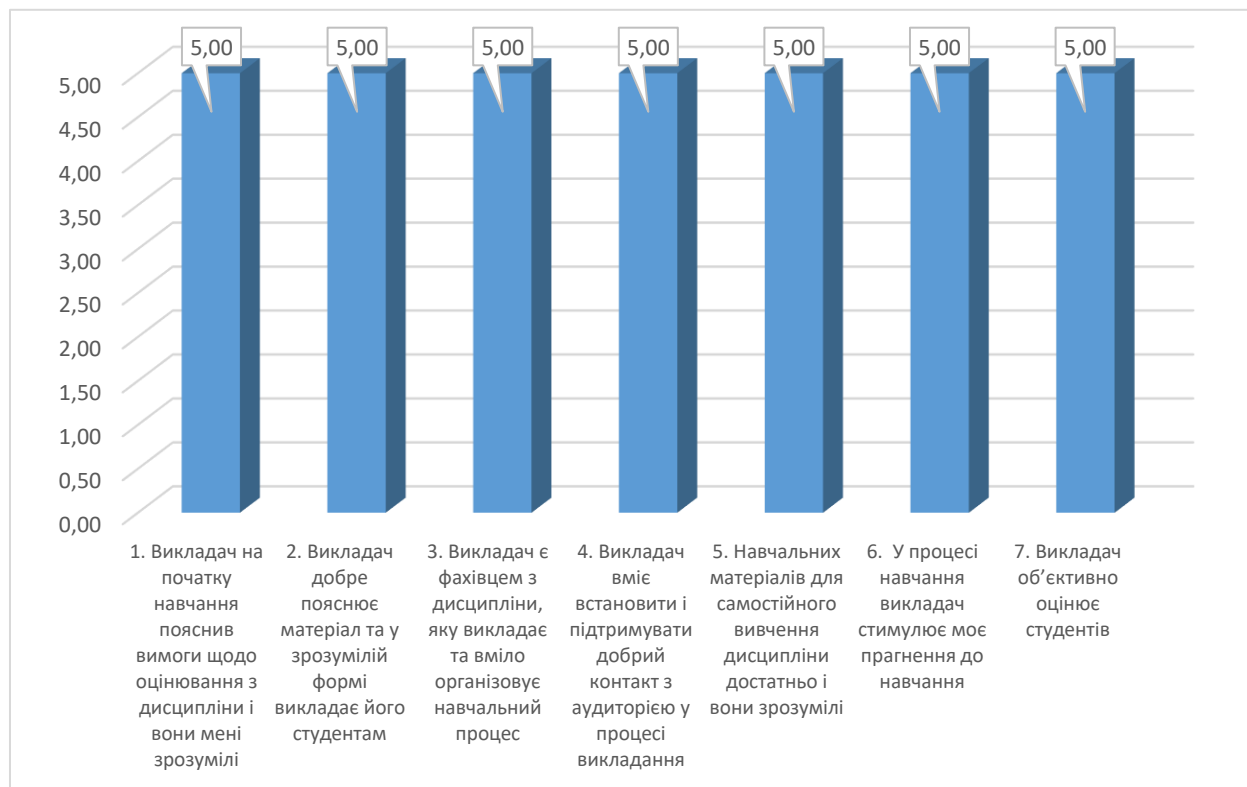
Міжнародні фінанси



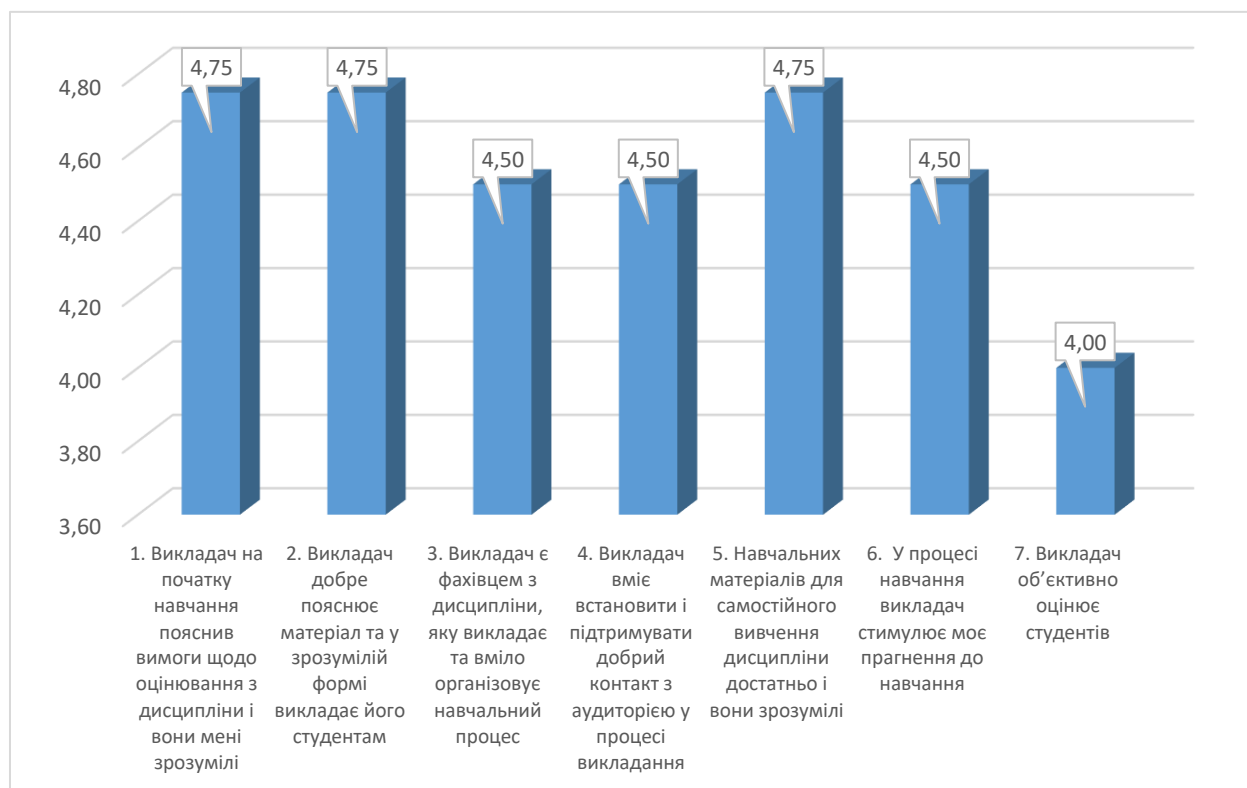
Регіональна економіка



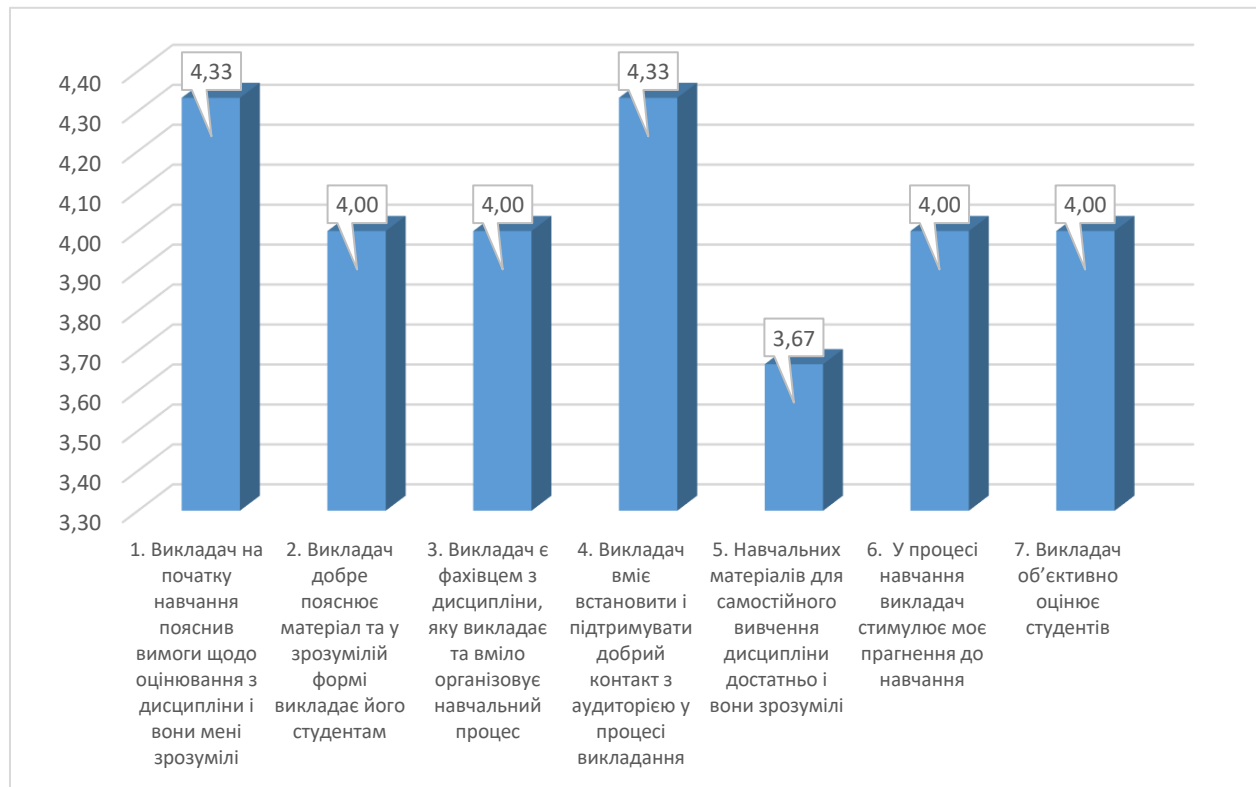
Технології PR



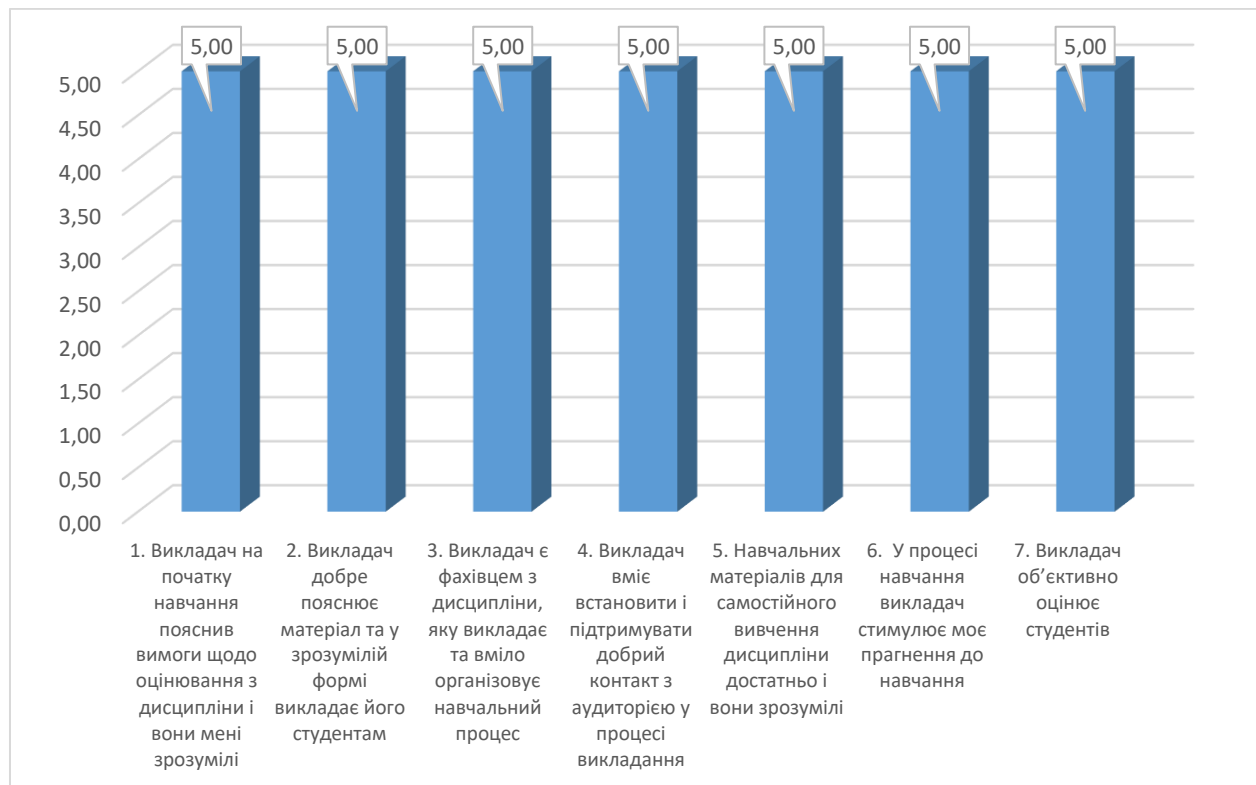
Communicative English



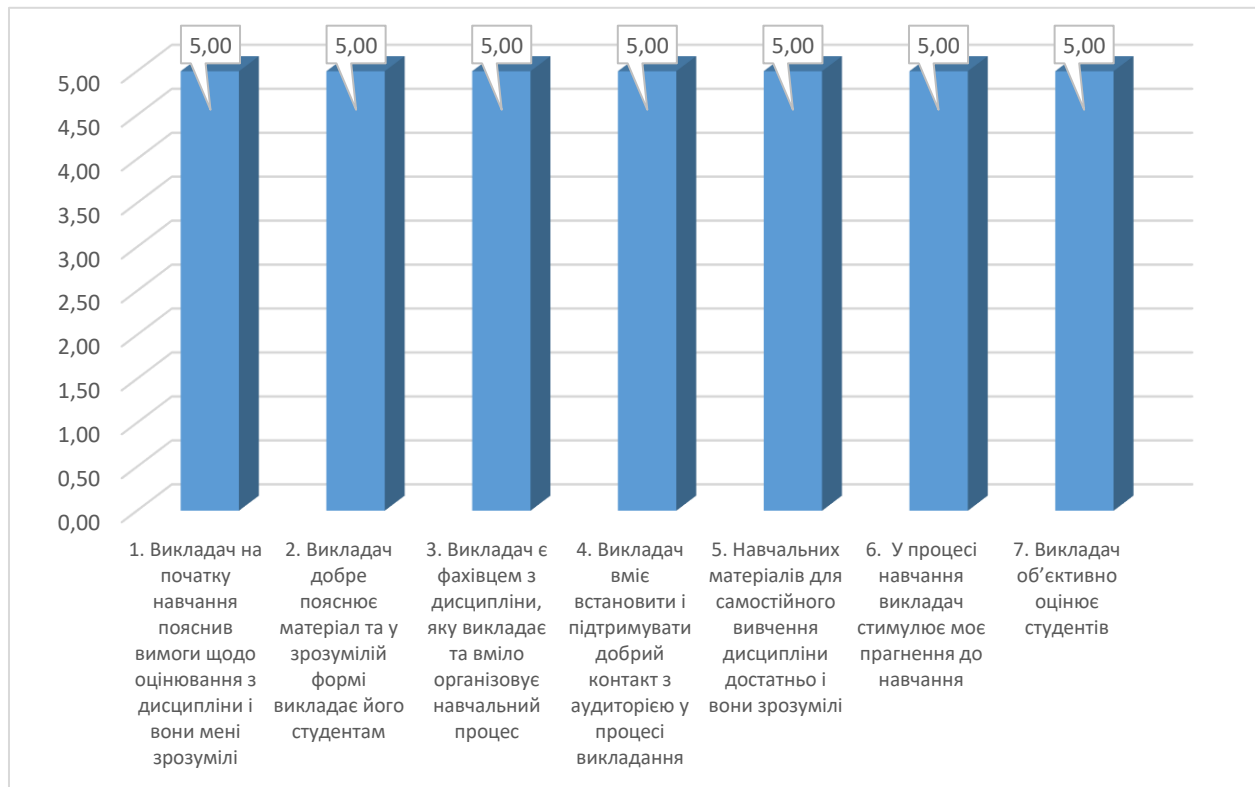
Паблік-рэйшнз у бізнесі



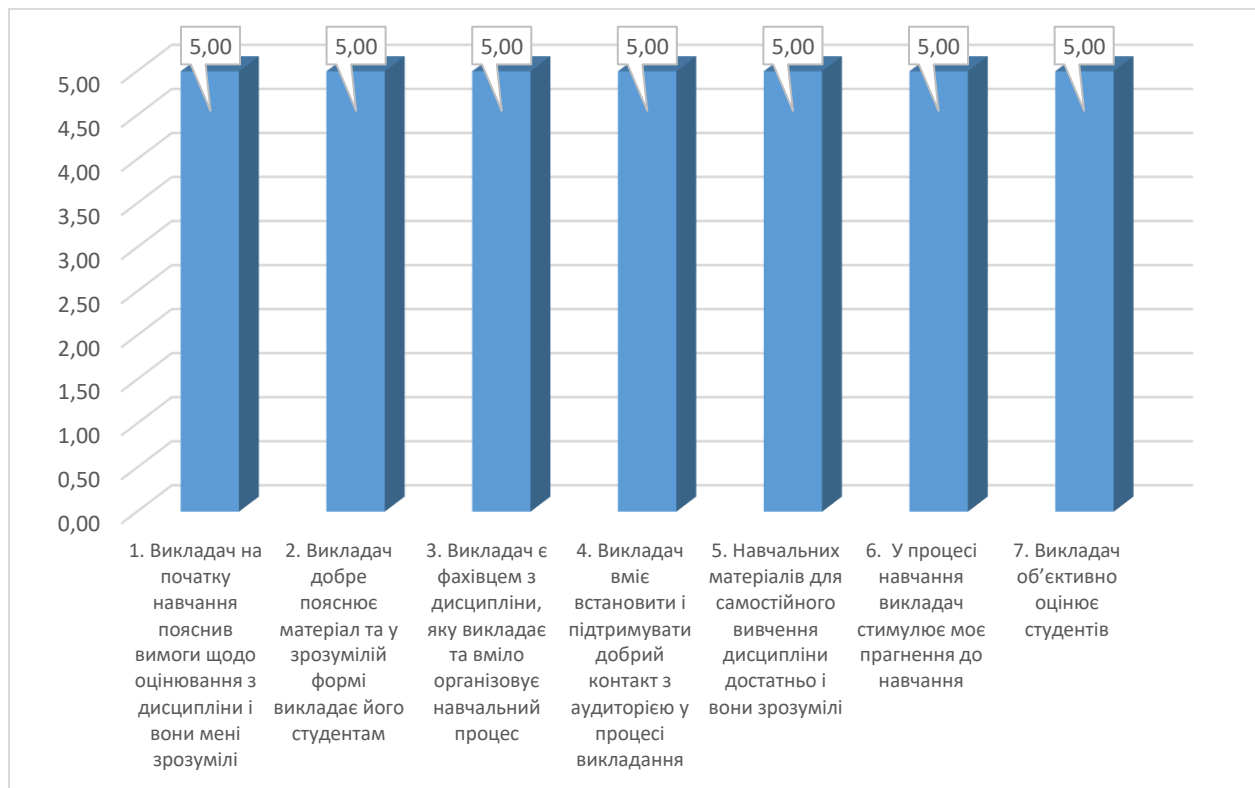
Рынок праці і людський капітал



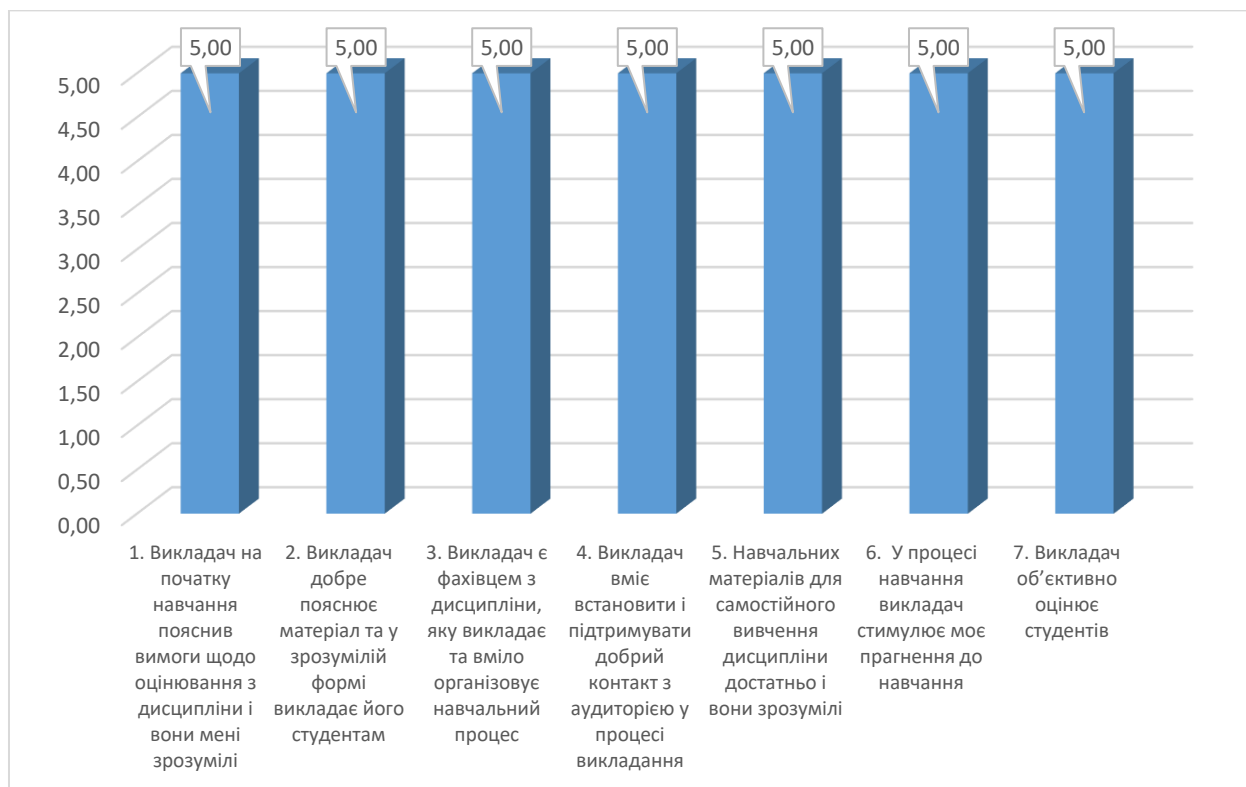
ЕММ та моделі



Господарське право та господарський процес

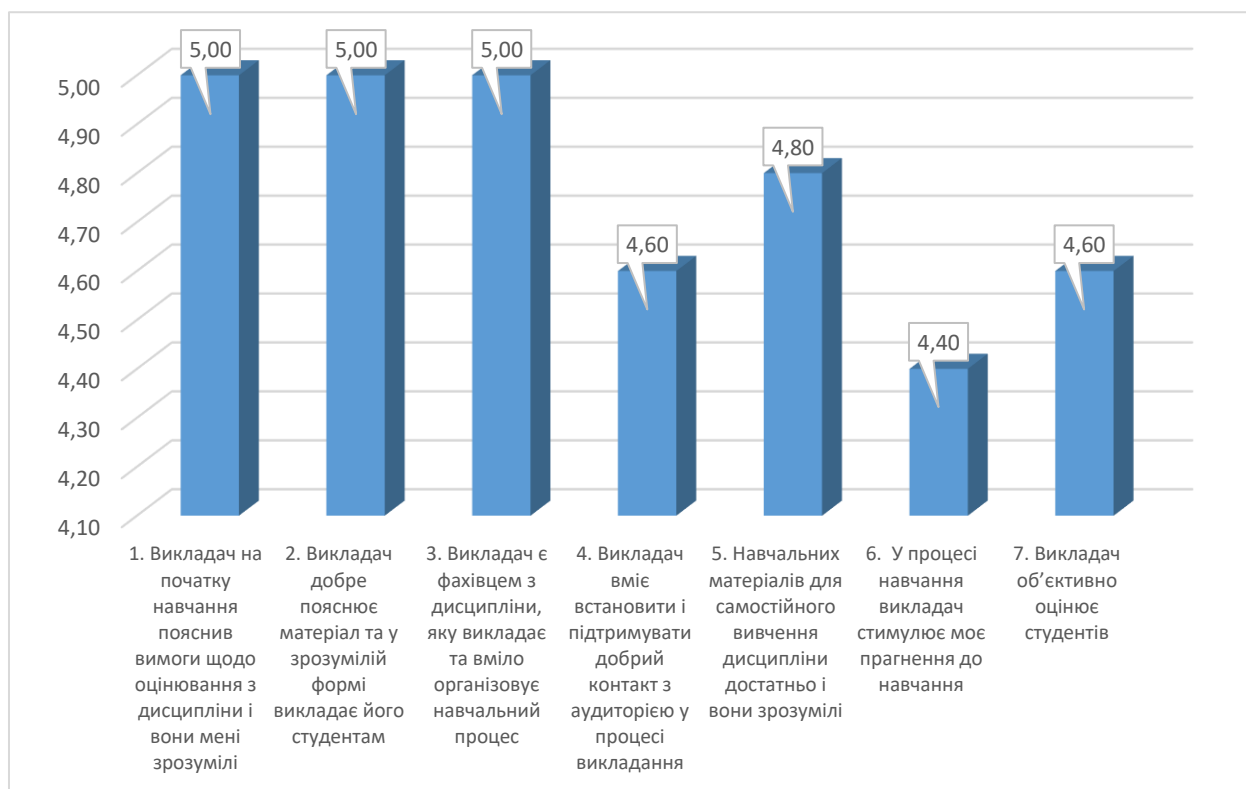


Тайм-менеджмент

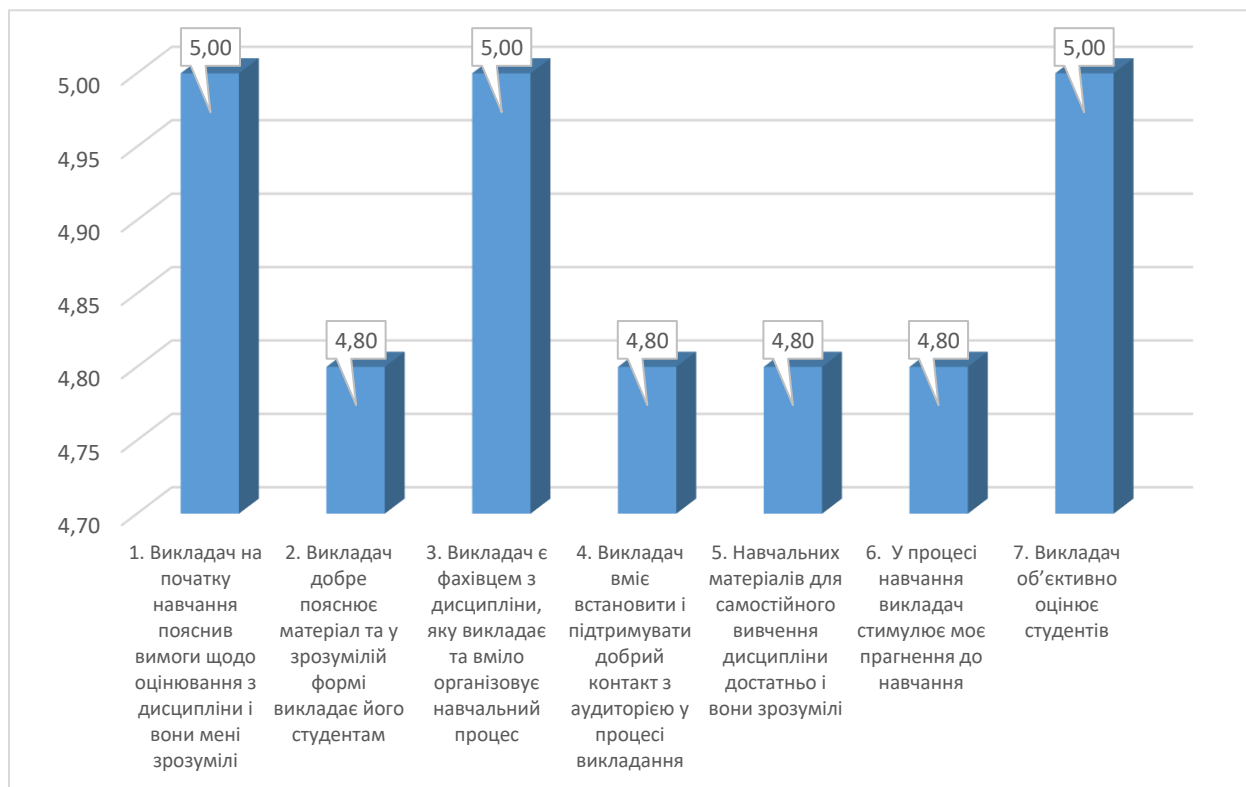


II курс

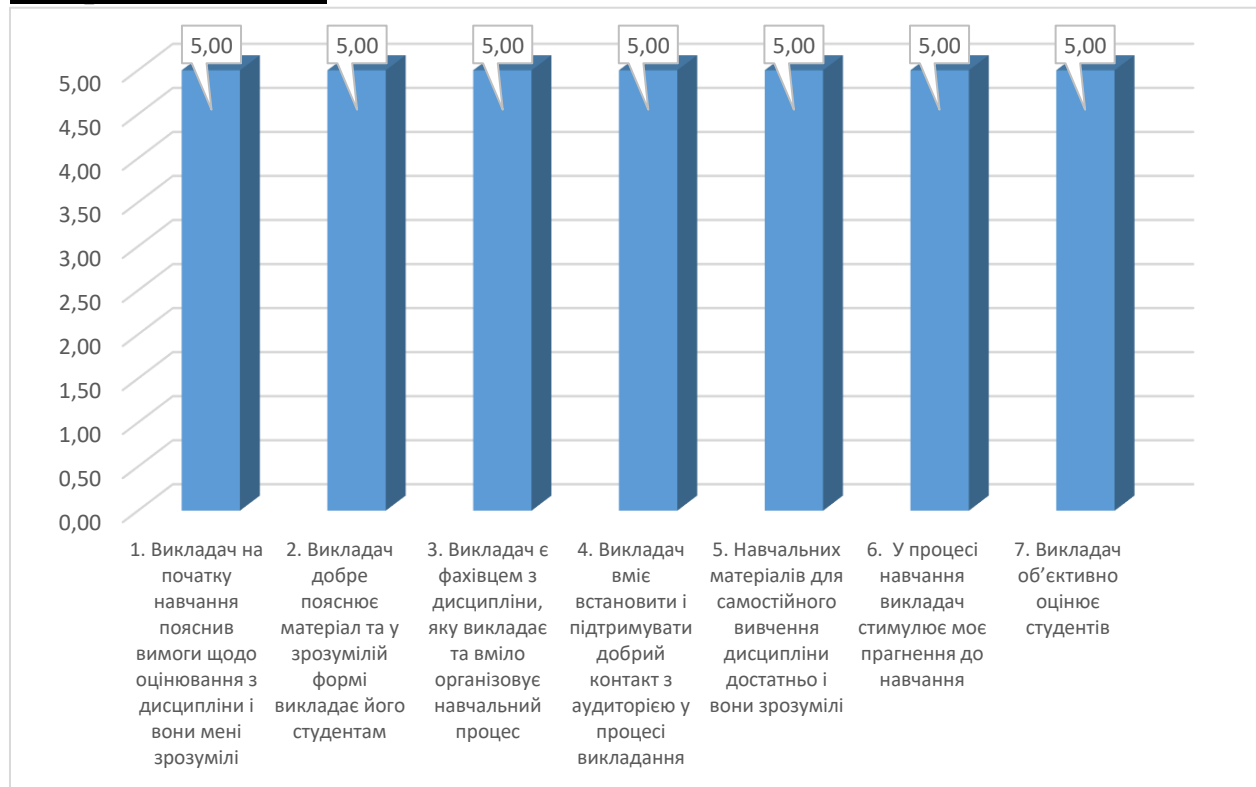
Політико-правові засади управління господарською діяльністю



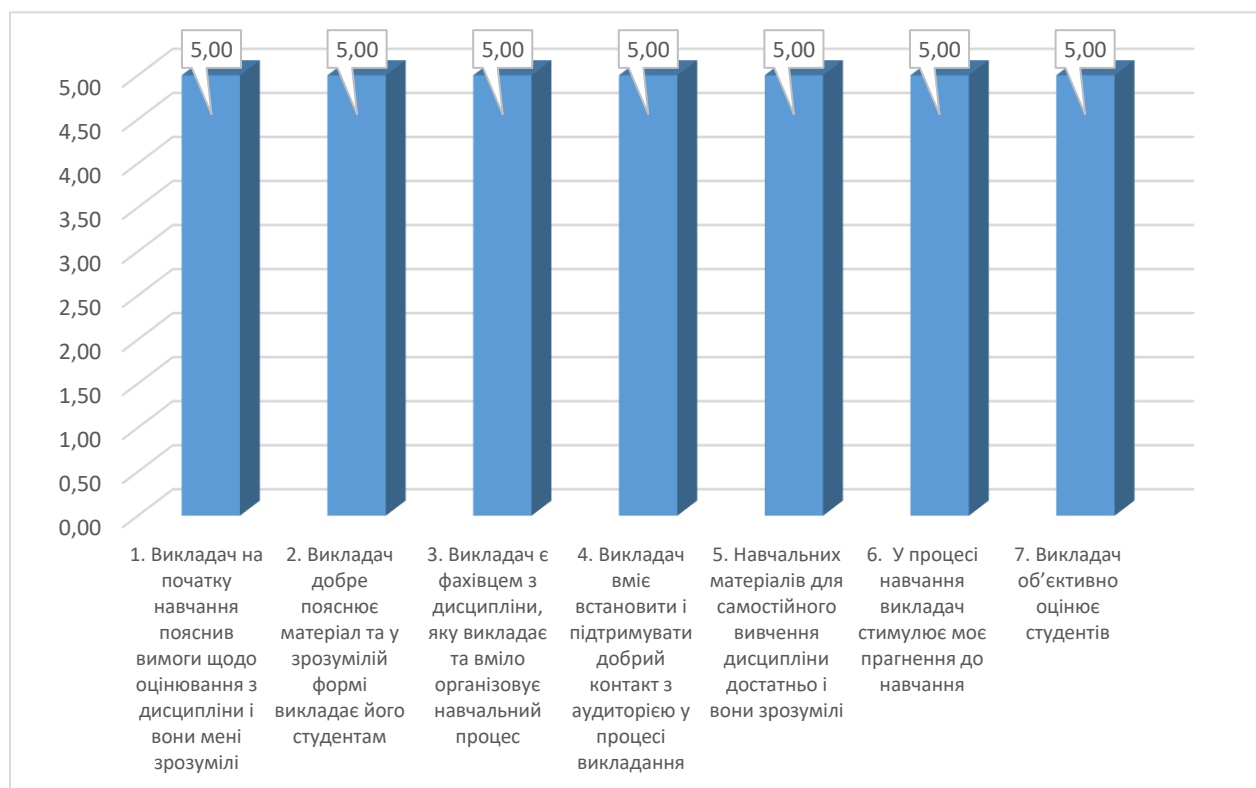
Introduction to Public Speaking



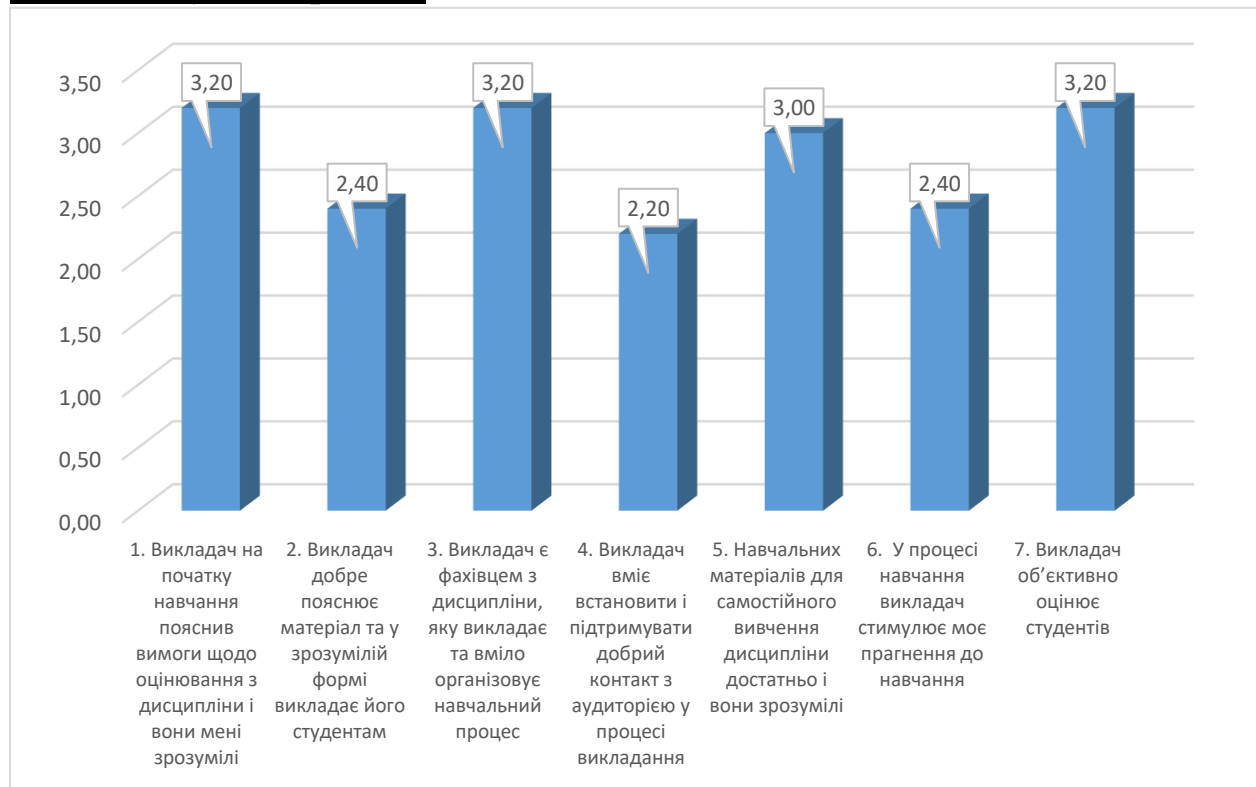
Лідерство в бізнесі



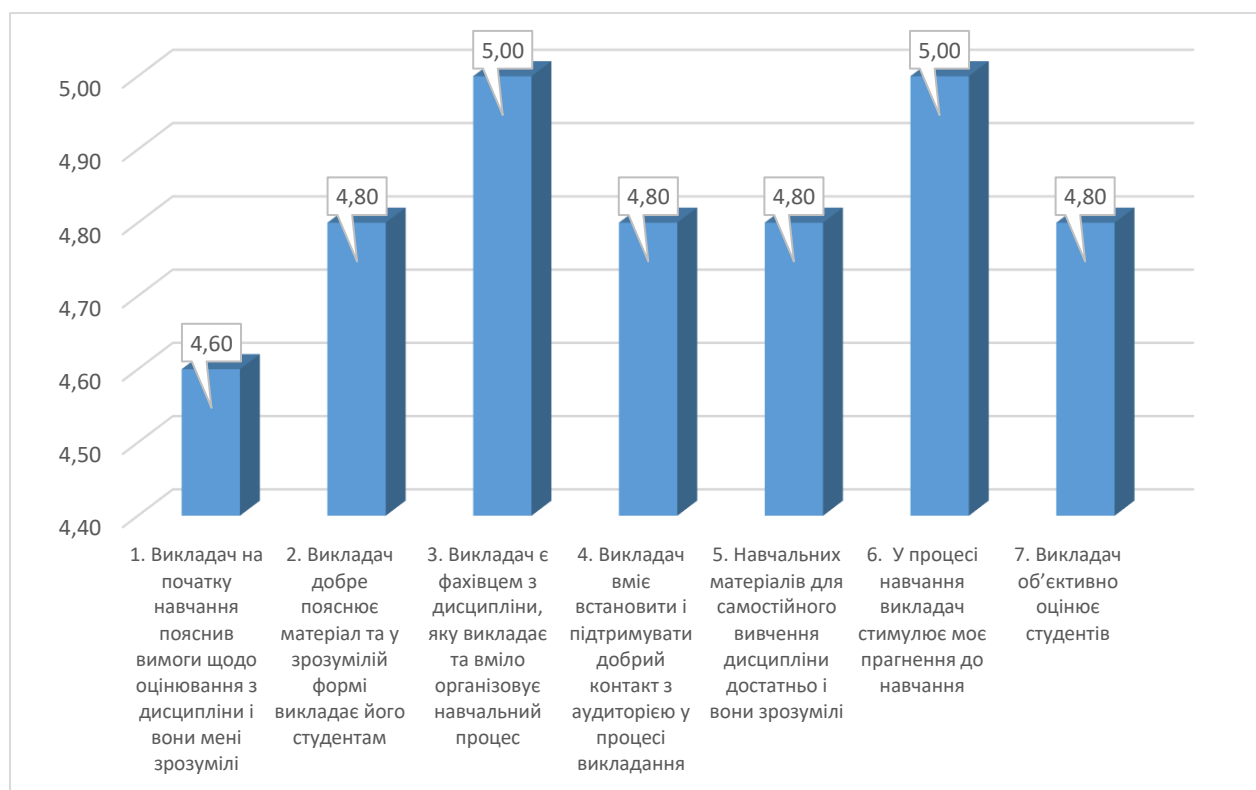
Регіональна економіка



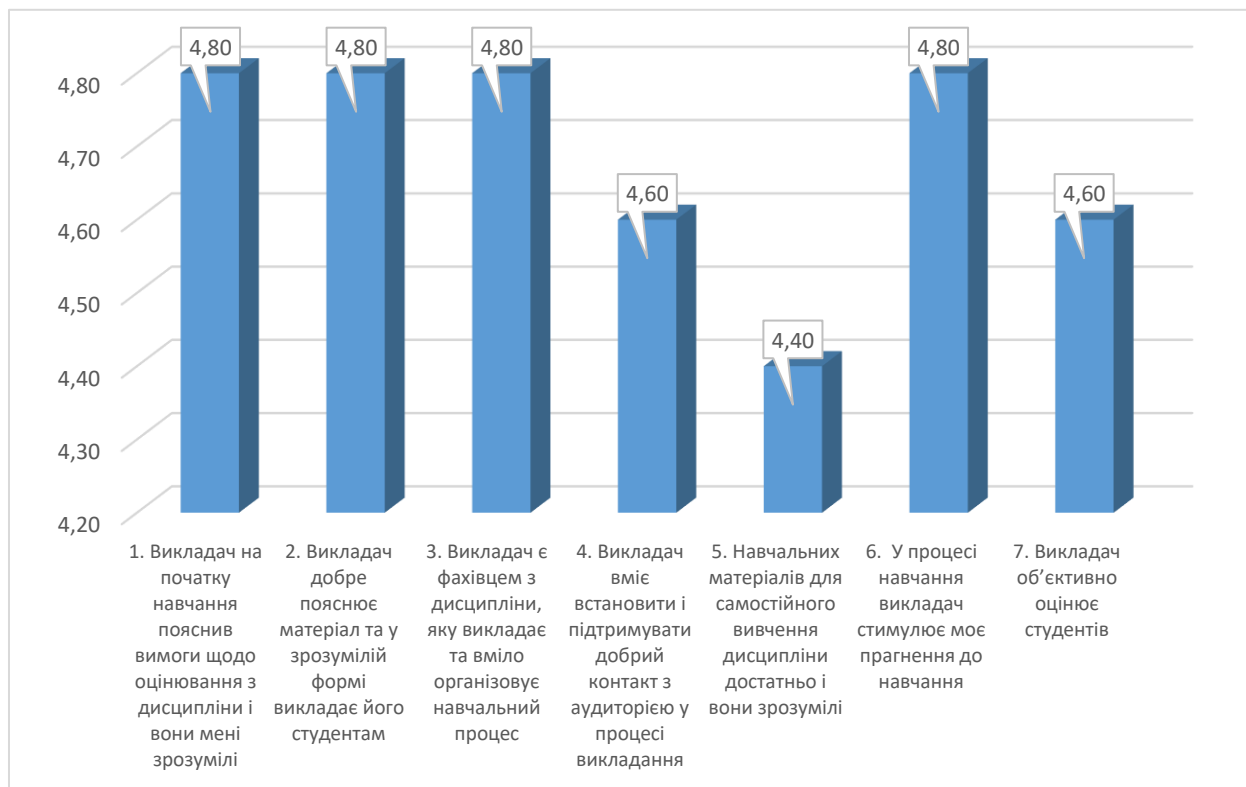
Аналіз галузевих ринків



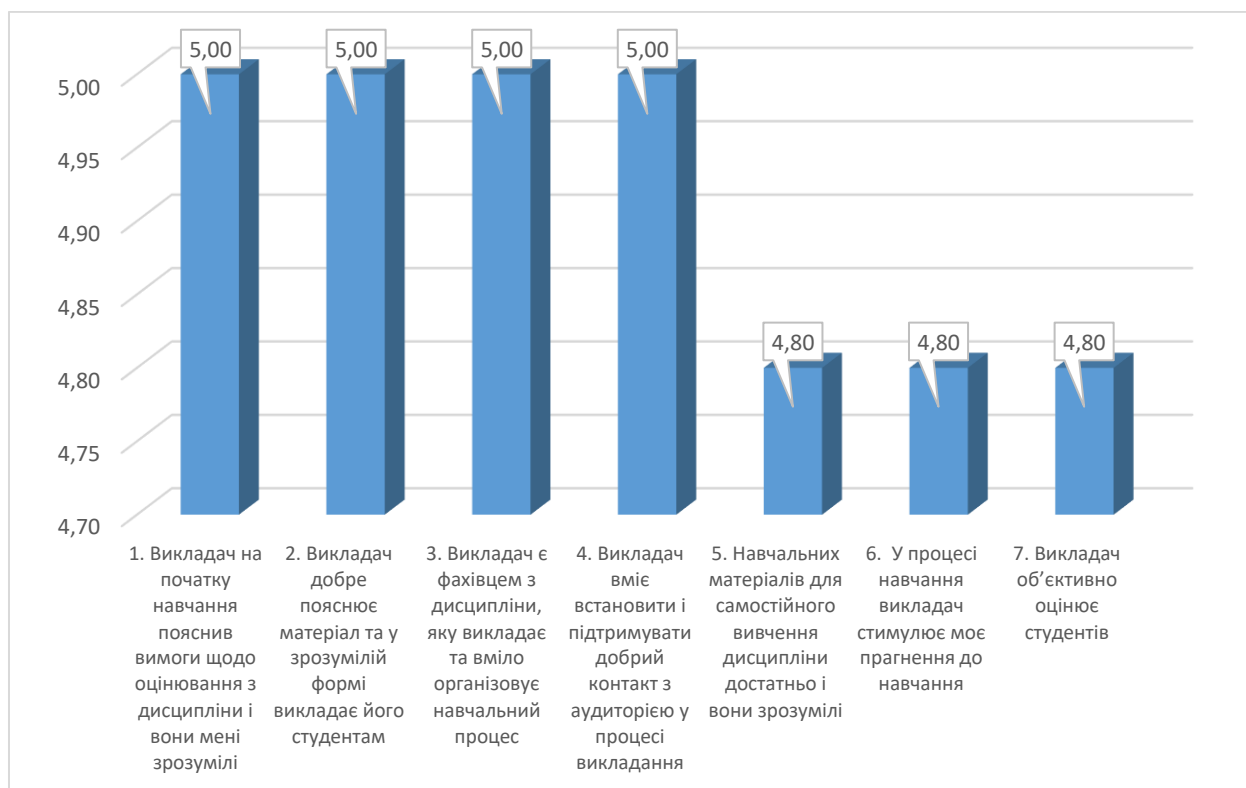
Фінансово-економічні аспекти бізнесу



Поведінка споживача

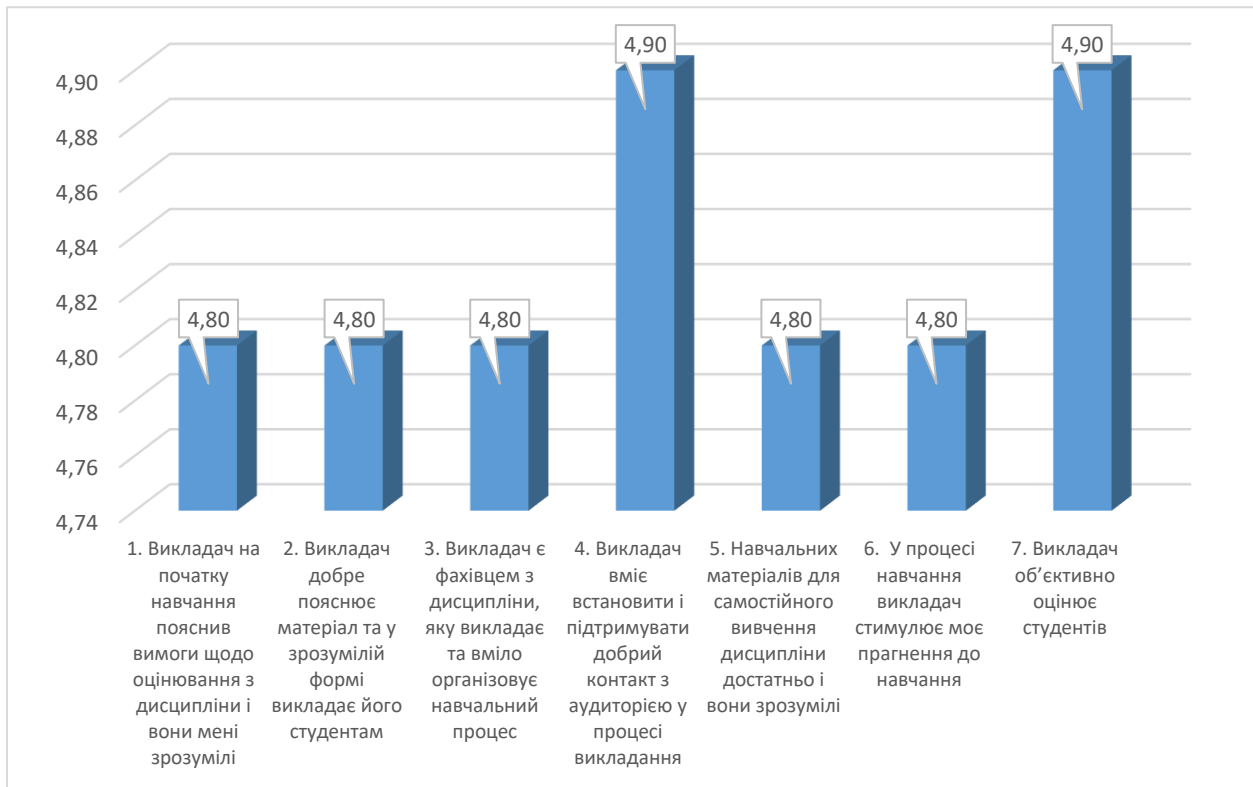


Страхування в КД

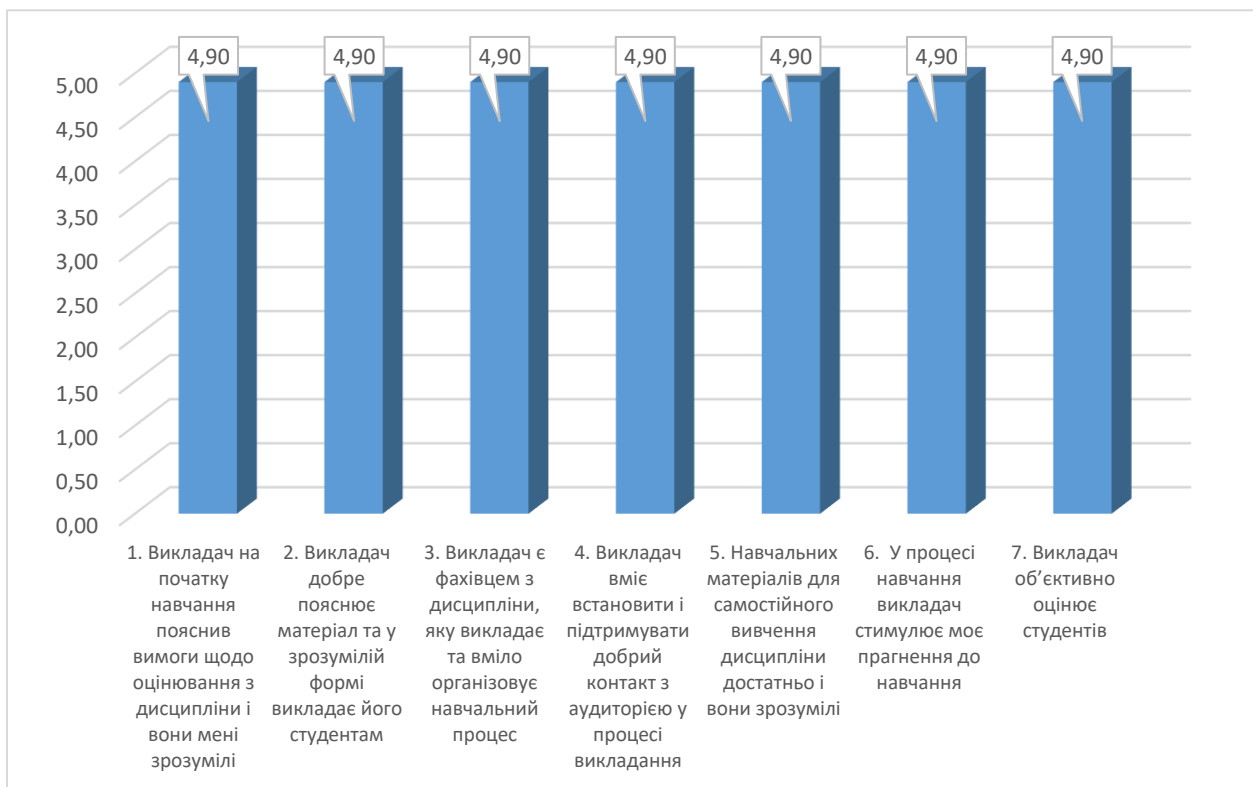


III курс

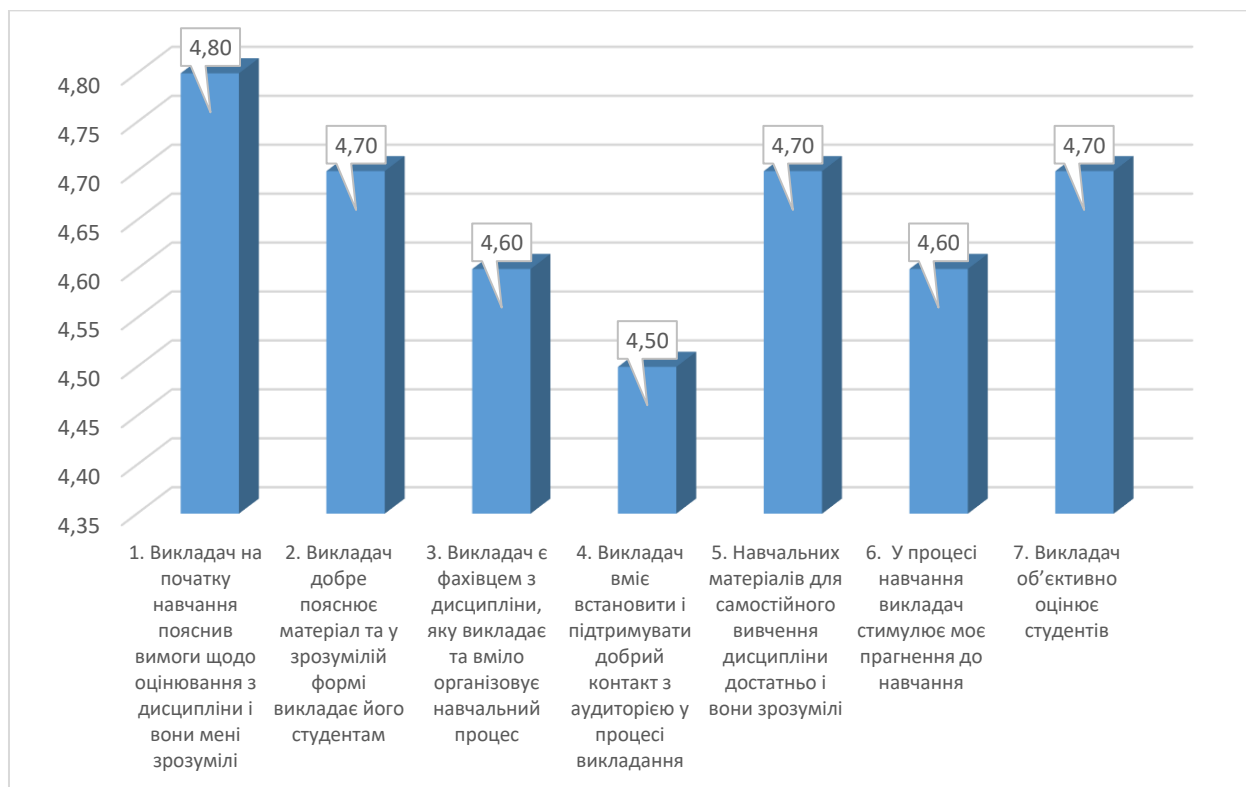
Академічне письмо



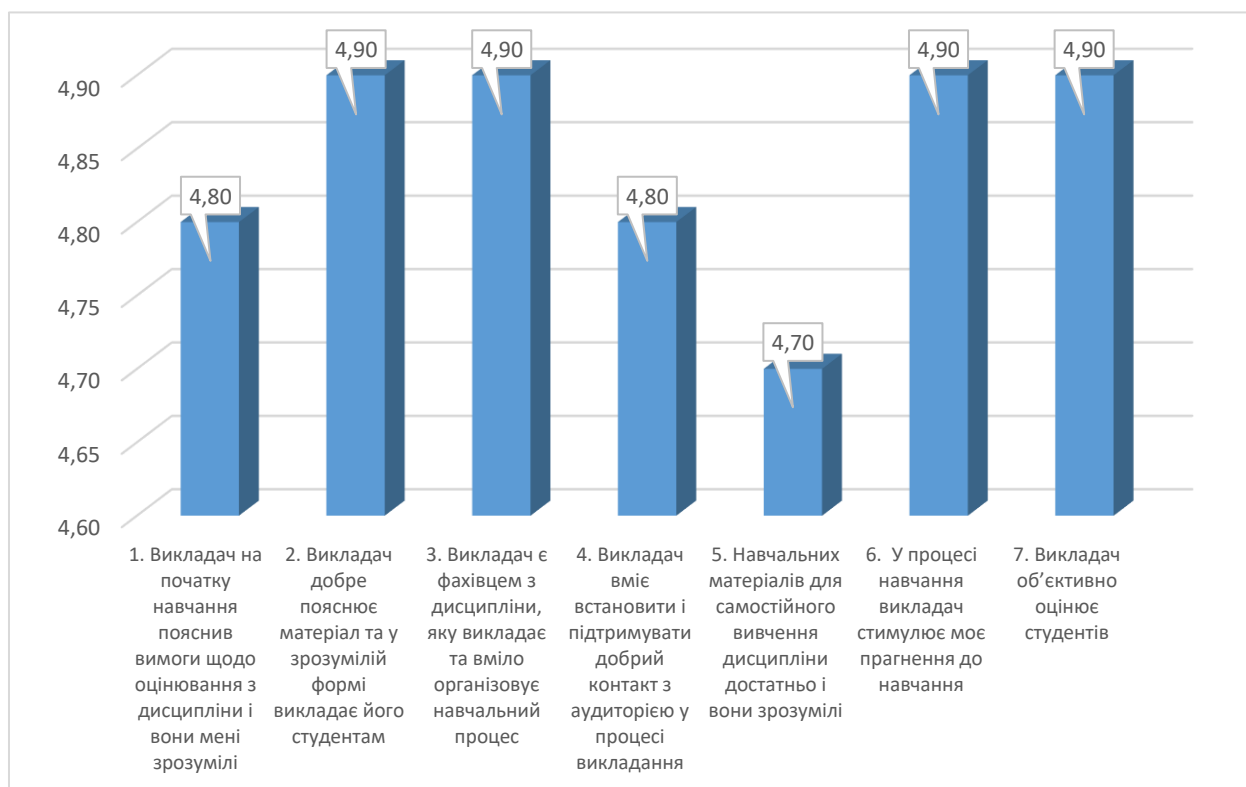
Управління маркетингом на п-ві



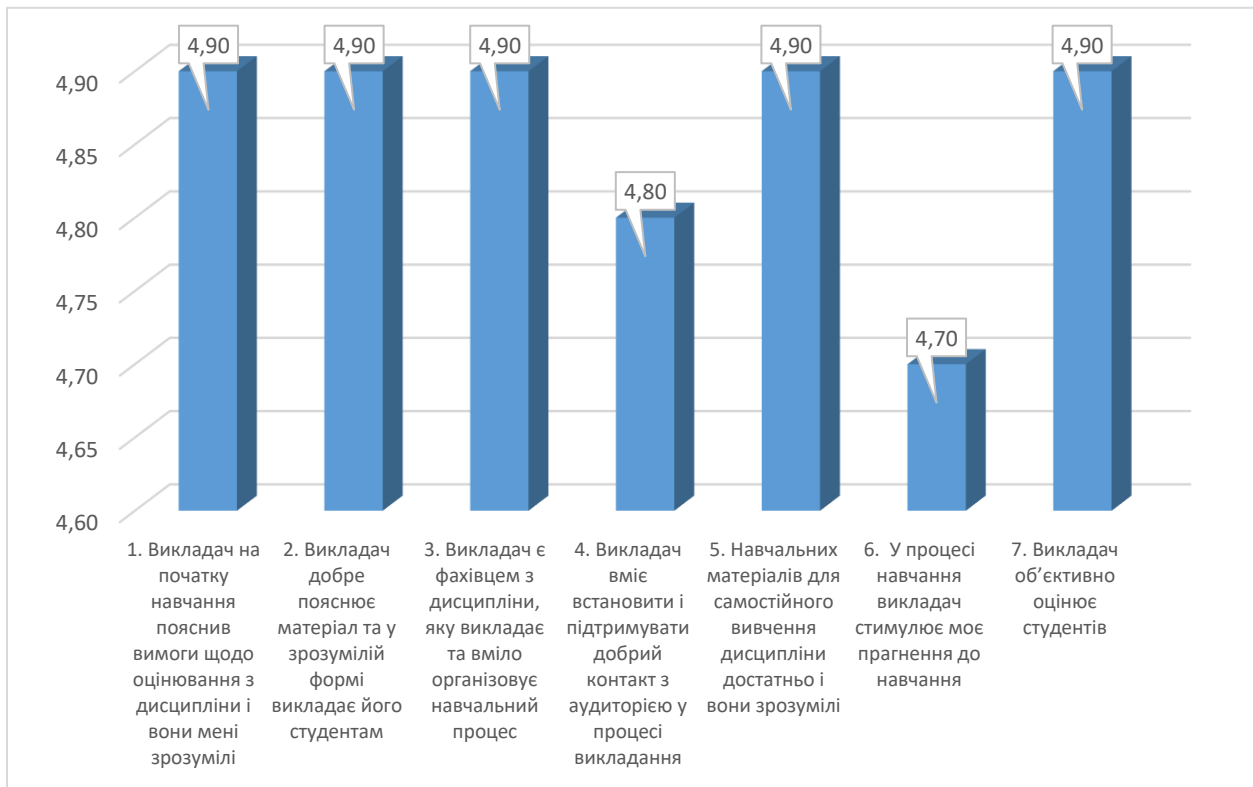
Міжнародний маркетинг



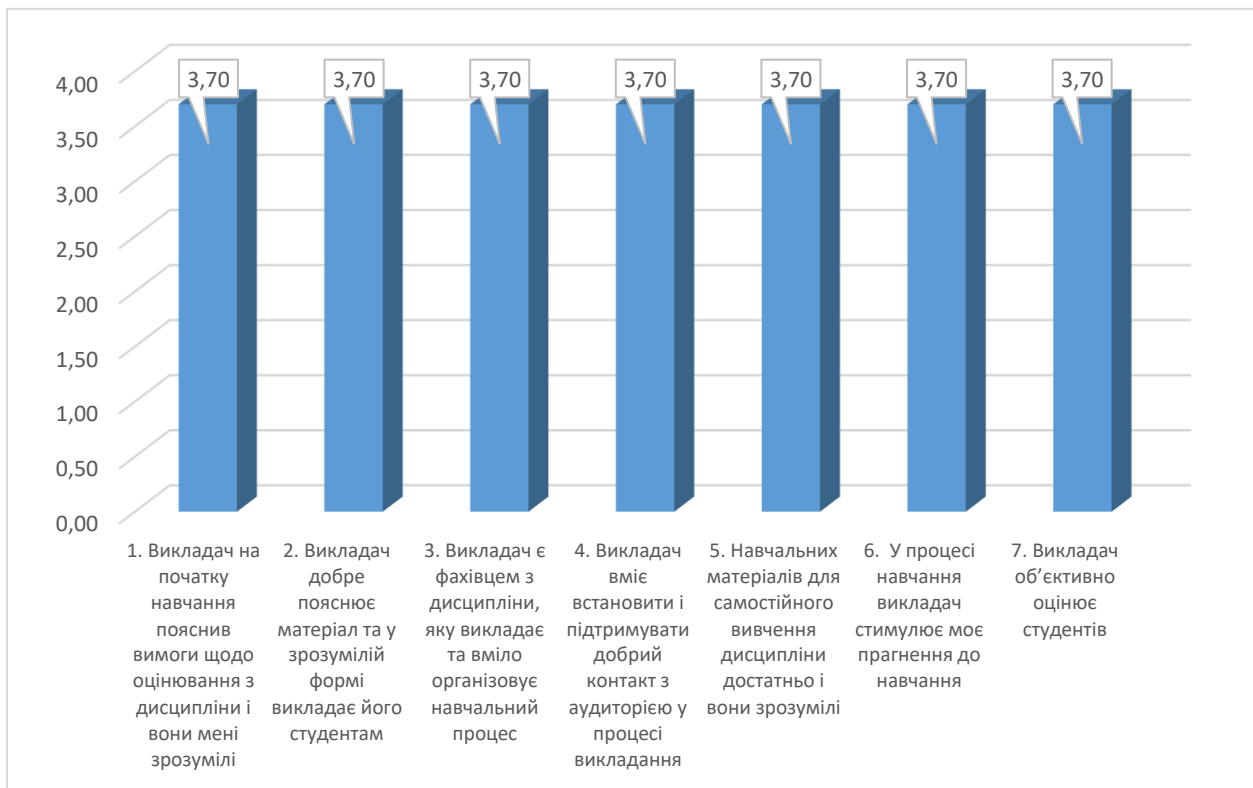
Інвестиційний менеджмент



Управлінські рішення та РБП



Звітність підприємств



Поглиблений аналіз освітніх потреб та запитів здобувачів освіти

Здобувачі освіти освітньої програми «Маркетинг» продемонстрували високий рівень залученості до освітнього процесу, позитивне сприйняття сучасних методів навчання та готовність до активної професійної взаємодії. Студенти особливо цінують практичну спрямованість дисциплін, сучасний підхід до викладання, використання кейсів із реального життя, міжнародну комунікацію та можливість розвитку професійних і комунікативних навичок. Відгуки свідчать про сформовану потребу у якісному практикоорієнтованому навчанні, менторській підтримці та чіткій організації освітнього процесу.

Ключові напрями запитів здобувачів:

- Запит на посилення практикоорієнтованого навчання: студенти високо оцінюють практичні завдання, роботу з кейсами, проєктну діяльність, обговорення тем та виконання завдань у форматі активної взаємодії. Особливу цінність для здобувачів мають приклади з реального професійного середовища, що дозволяють краще зрозуміти застосування знань у майбутній діяльності та формують готовність до вирішення практичних бізнес-завдань.

- Розвиток сучасних методів викладання та міжнародної комунікації: позитивні відгуки про Zoom-зустрічі з іноземними студентами, розвиток навичок публічних виступів англійською мовою та участь у міжнародних проєктах свідчать про прагнення студентів до глобальної професійної інтеграції. Здобувачі відзначають важливість інтерактивних форматів навчання, які сприяють подоланню комунікативних бар'єрів, розвитку впевненості та здатності працювати у мультикультурному середовищі.

- Потреба у організації самостійного навчання: студенти акцентують увагу на необхідності більш чіткої структуризації матеріалів для самостійного опрацювання та надання алгоритмів виконання практичних завдань. Особливий запит сформовано на наявність прикладів розв'язання задач і тезисних орієнтирів, що сприятиме ефективнішій самостійній та дистанційній роботі.

- Цінність підтримуючої комунікації та менторського підходу: здобувачі високо оцінюють доброзичливу атмосферу навчання, відкритість викладачів до діалогу, підтримку у вирішенні навчальних питань та готовність пояснювати

складні теми. Для студентів важливою є можливість обговорення результатів виконаних робіт, отримання зворотного зв'язку та формування впевненості у власних професійних компетентностях через конструктивну взаємодію з викладачами.

- Фокус на прикладних професійних компетентностях: студенти виявляють значний інтерес до господарського законодавства, логістичних процесів та інших прикладних аспектів майбутньої професійної діяльності. Це свідчить про прагнення здобувачів отримати не лише теоретичні знання, а й практичні навички роботи з реальними бізнес-інструментами та економічними процесами.

- Оптимізація навчального навантаження: окремі відгуки демонструють потребу у перегляді обсягу практичних завдань з окремих дисциплін. Студенти зацікавлені у збереженні практичної спрямованості навчання, водночас очікуючи більш збалансованого розподілу навчального навантаження для якісного опрацювання матеріалу.

Загальні висновки

Загалом результати опитування підтверджують, що освітня програма «Маркетинг» забезпечує сприятливе освітнє середовище, орієнтоване на практичну підготовку, розвиток професійних компетентностей, критичного мислення та комунікативних навичок студентів. Водночас висловлені пропозиції можуть стати основою для подальшого вдосконалення структури освітніх компонентів, організації самостійної роботи та підвищення ефективності практикоорієнтованого навчання.

Також опитування показало, що студенти повністю розуміють структуру, логіку побудови та основну мету освітнього процесу. Це свідчить про якісну комунікацію між адміністрацією, викладачами та здобувачами освіти, а також про ефективне донесення змісту освітньої програми. Учасники анкетування високо оцінили змістовність навчальних дисциплін, актуальність знань, які вони отримують, та їх застосовність у практичній діяльності.

За результатами аналізу відповідей по відкритих питаннях дисциплін, за якими надано відповіді здобувачів, зазначено, що в таких курсах як «Управління маркетингом на підприємстві», «Міжнародний маркетинг», «Поведінка

споживача», «Лідерство в бізнесі», «Introduction to Public Speaking» та «Communicative English» студенти високо оцінюють сучасні підходи до викладання, зокрема роботу з практичними кейсами з реального життя, участь у міжнародних Zoom-проектах з іноземними студентами та можливість формування власної позиції через тезисне висловлення думок.

Варто відзначити, що здобувачі висловили побажання щодо покращення структурованості матеріалів для самостійної роботи, надання чітких алгоритмів і прикладів для розв'язання практичних задач, а також виявили запит на можливість детального обговорення результатів виконаних завдань із викладачами для глибшого засвоєння матеріалу.

ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи

1. Обговорити на засіданнях кафедр результати опитування здобувачів вищої освіти (червень 2026 р.)

2. Продовжити практику проведення міжнародних Zoom-зустрічей, участі у спільних проектах з іноземними студентами та розвитку професійної англійської комунікації, що сприятиме підготовці здобувачів до роботи у глобальному професійному середовищі.

3. Активізувати практику обговорення виконаних робіт, надання розгорнутого зворотного зв'язку, що сприятиме формуванню впевненості студентів у власних професійних компетентностях.

4. Впровадити формат peer-to-peer взаємодії через проведення кросдисциплінарних семінарів та круглих столів для спільного обговорення й обміну ефективними практиками викладання протягом I семестру 2026-2027 н. р.

5. Винести результати моніторингу й опитування здобувачів освіти на розгляд Методичної та Педагогічної рад з метою ухвалення дієвих управлінських рішень щодо вдосконалення навчання (червень 2026 р.).

6. Проектній групі ОПП «Маркетинг» врахувати результати анкетування та пропозиції здобувачів освіти під час перегляду освітньої програми, оновлення освітніх компонентів і вдосконалення методичного забезпечення освітнього процесу.