



ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ
БІЗНЕС-КОЛЕДЖ
РІК ЗАСНУВАННЯ - 1966

2 семестр
2025-2026 н.р

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

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

З метою встановлення рівня задоволеності здобувачів якістю викладання освітніх компонент проведено відповідне анкетування. Онлайн опитування здобувачів фахової передвищої освіти відбулось за допомогою Google Forms.

Опитування проводилося у квітні 2026 р. серед здобувачів освітньо-професійного ступеня молодший фаховий бакалавр спеціальності D 5 / 075 «Маркетинг» I-III курсів за освітніми компонентами що викладалися на протягом II семестру 2025 – 2026 навчального року.

Під час надання відповідей на запитання анкет студенти мали можливість визначити якість освітньої компоненти за наступними критеріями:

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.

Оцінка кожного критерію проводилася за п'ятибальною шкалою від «1» - категорично не згоден, «2» - не згоден, «3» - нейтрально / не згоден і згоден, «4» - згоден, «5» - повністю згоден.

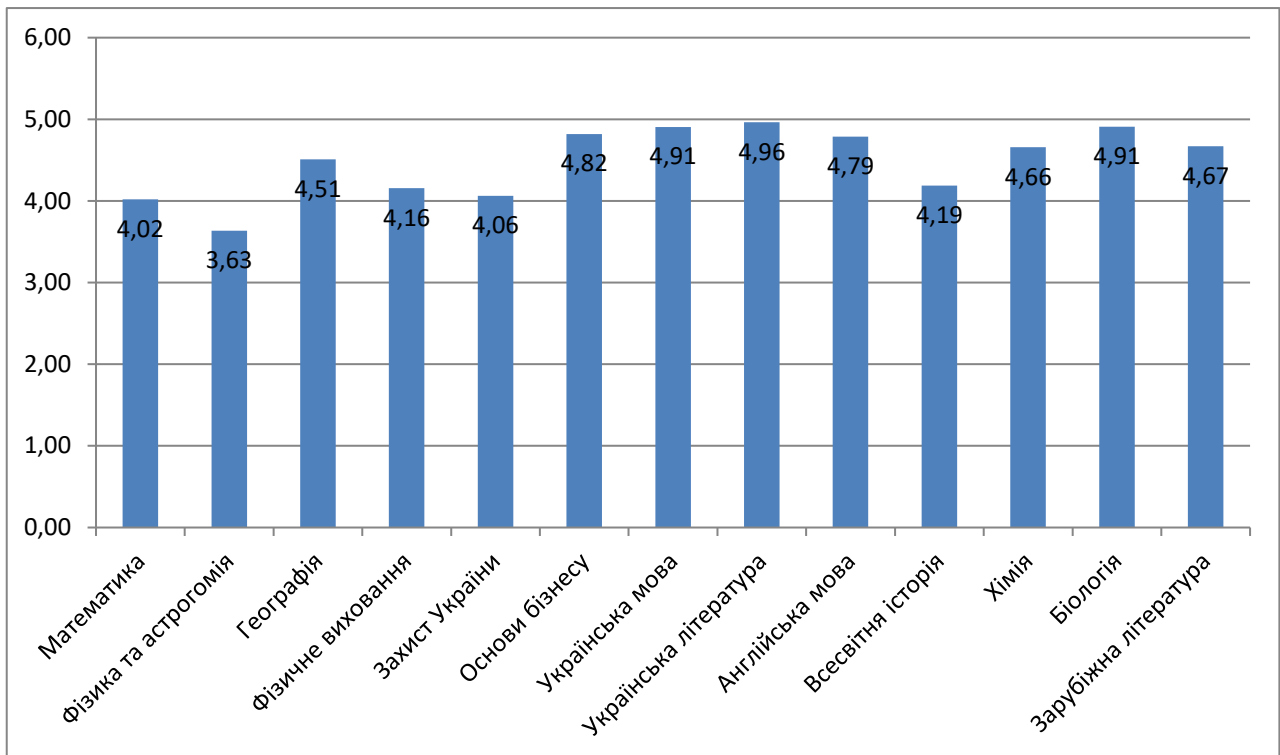
Респонденти надавали відповіді на такі відкриті питання:

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

В опитуванні взяли участь 83 студенти з 107 що складає 77%, у розрізі курсів: I курс – 23 (77%), II курс – 37 (80%) та III курс – 23 що складає 74%.

Результати опитування по предметам та викладачам наведені нижче:

ЗАГАЛЬНИЙ РЕЙТИНГ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТ, ЯКІ ВИКЛАДАЛИСЯ НА І КУРСІ



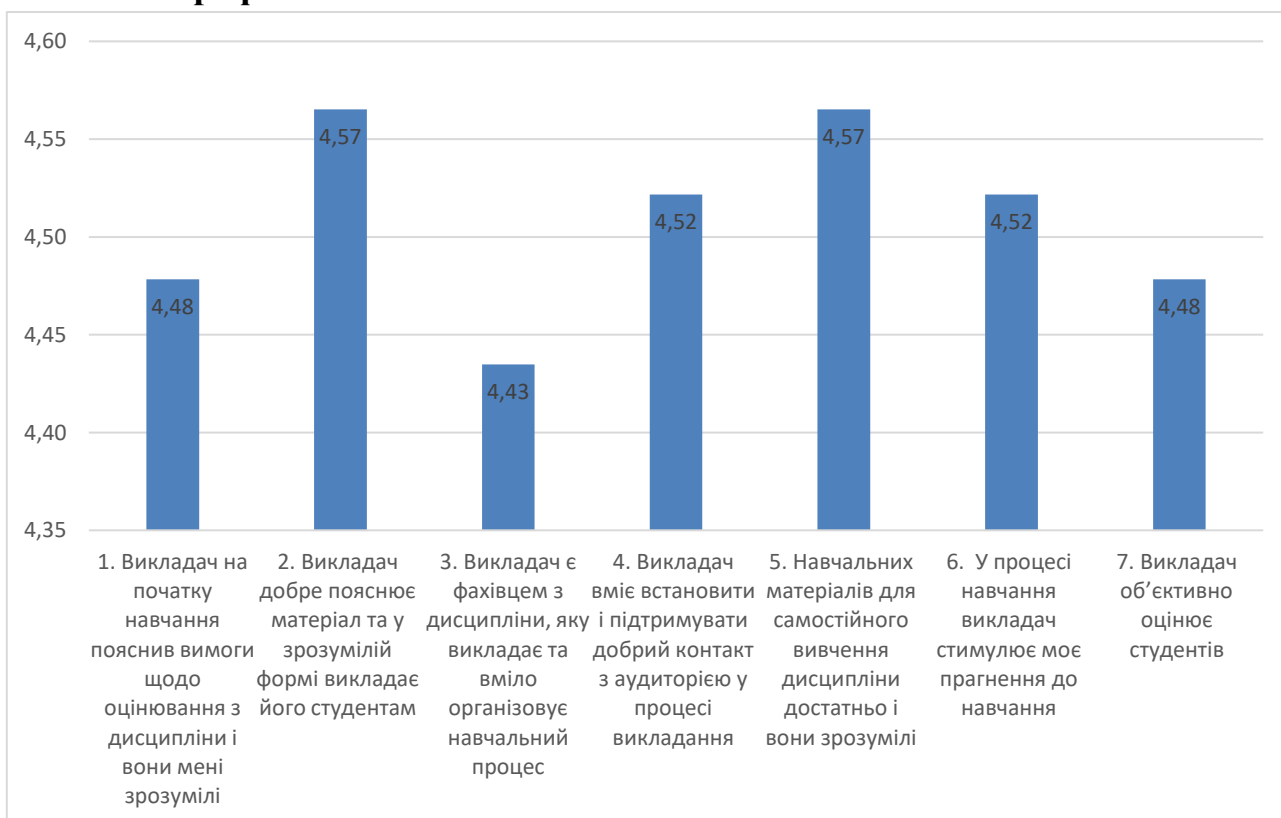
1. Математика



2. Фізика та астрономія



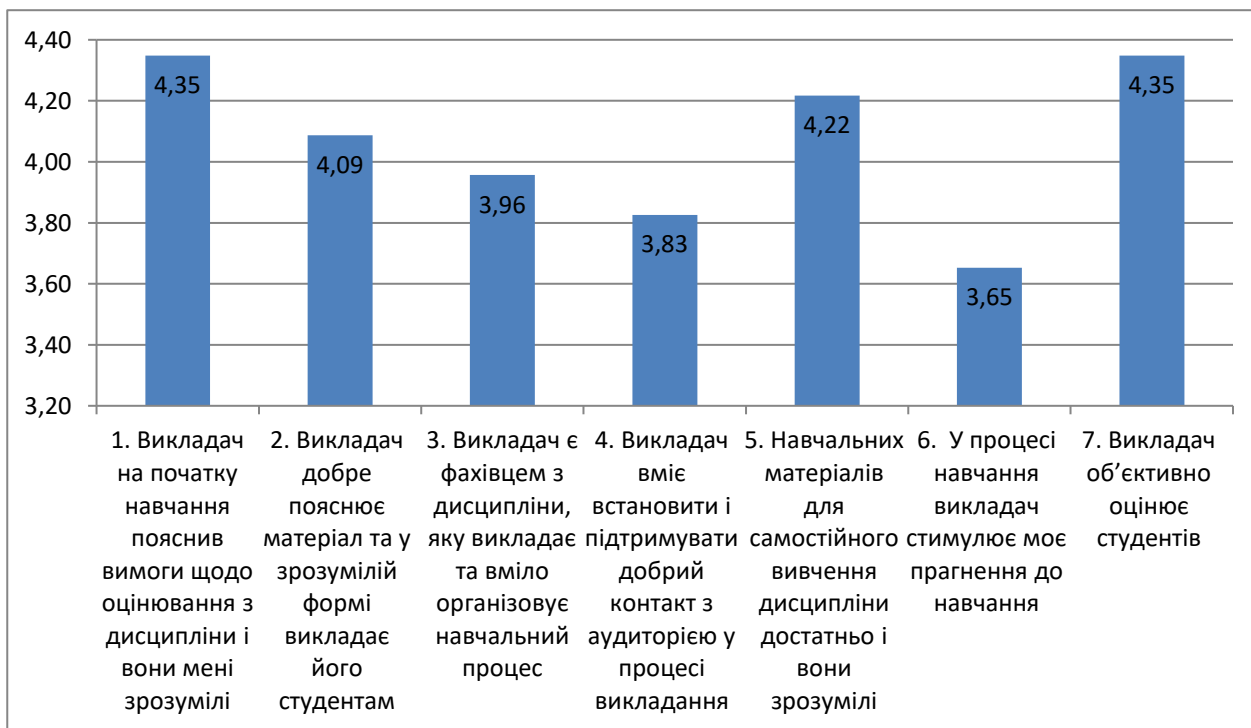
3. Географія



4. Фізична культура



5. Захист України



6. Основи бізнесу



7. Українська мова



8. Українська література



9. Англійська мова



10. Всесвітня історія



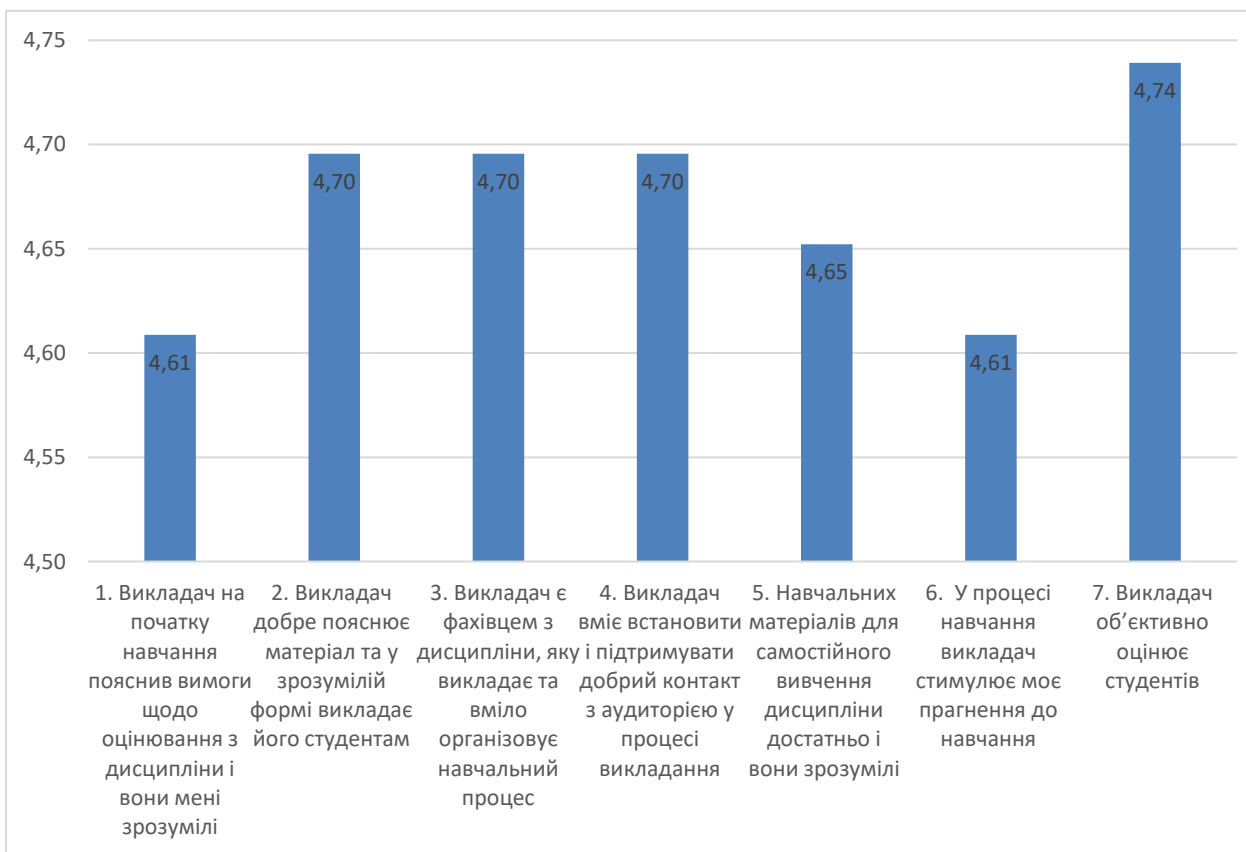
11. Хімія



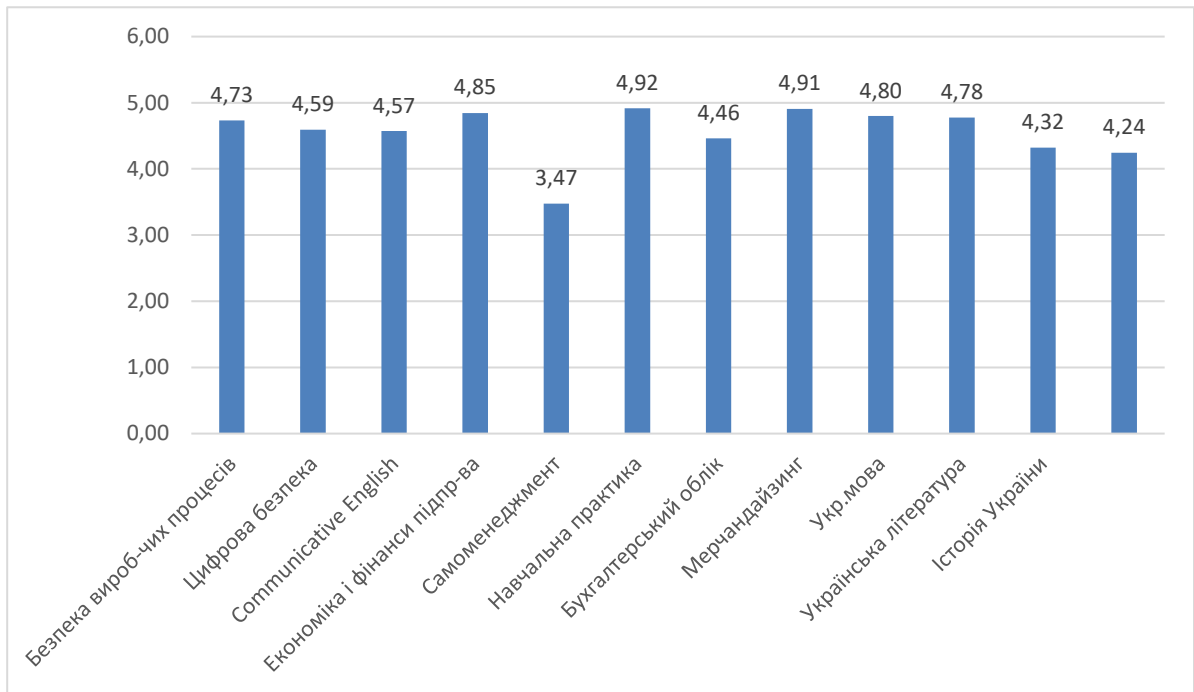
12. Біологія і екологія



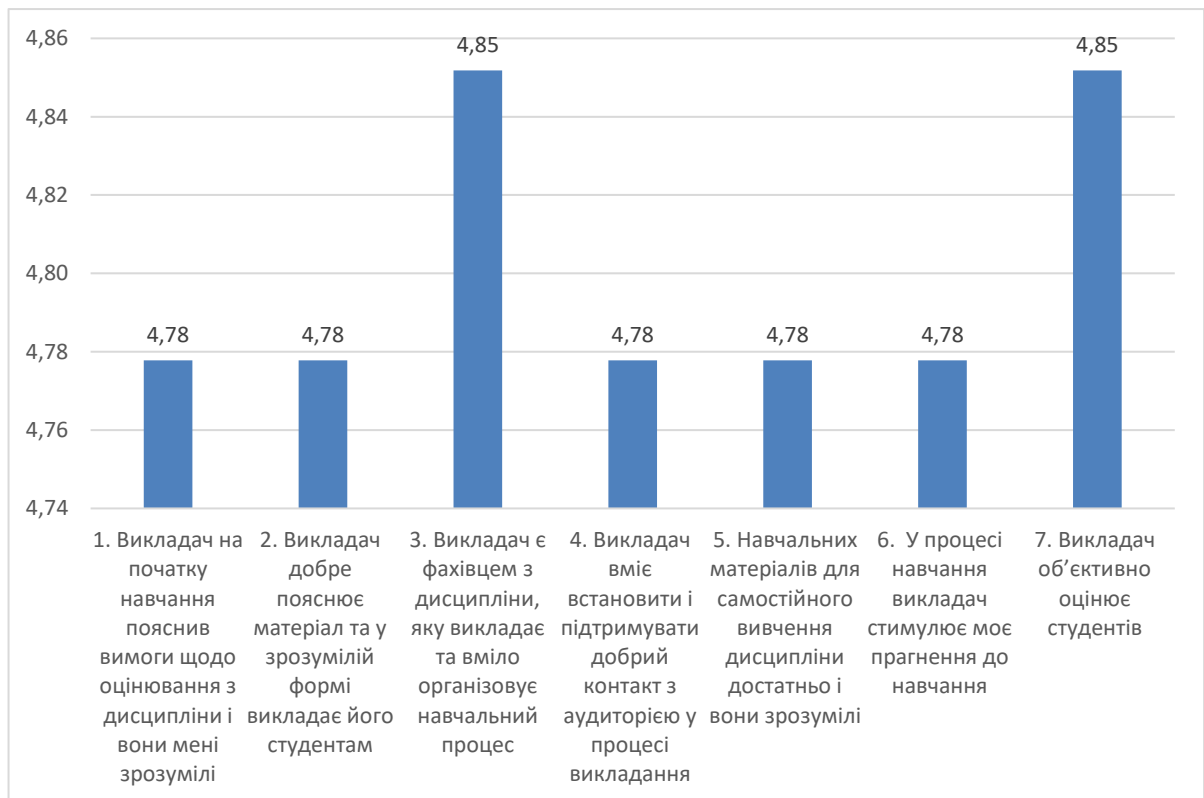
13. Зарубіжна література



ЗАГАЛЬНИЙ РЕЙТИНГ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТ, ЯКІ ВИКЛАДАЛИСЯ НА II КУРСІ



1. Українська мова



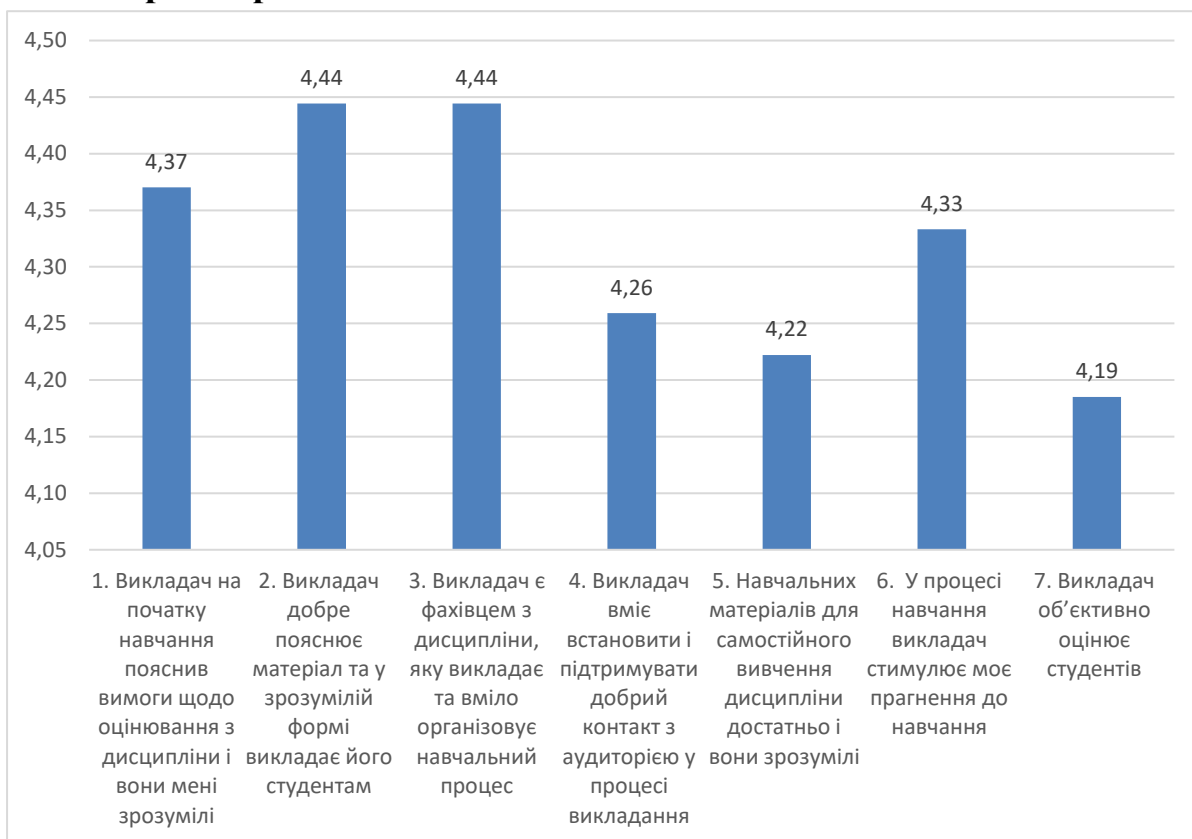
2. Українська література



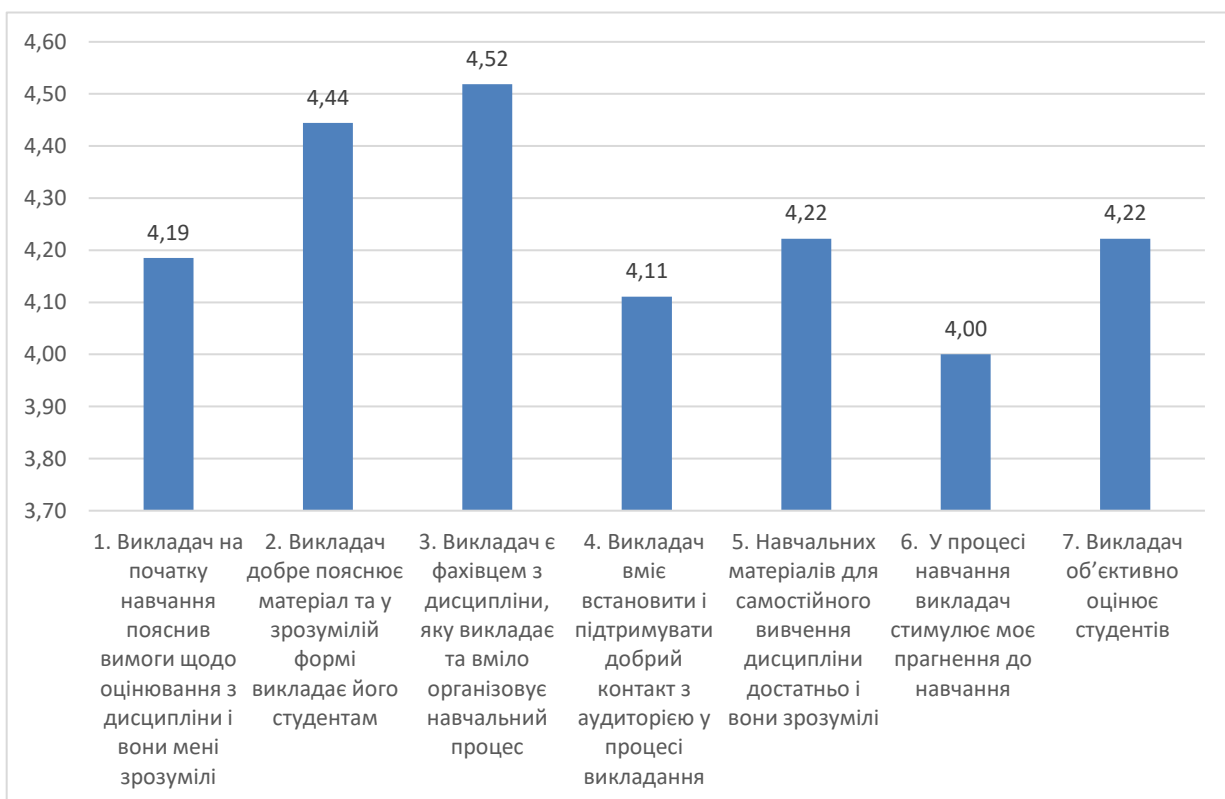
3. Фізична культура



4. Історія України



5. Математика



6. Practical English



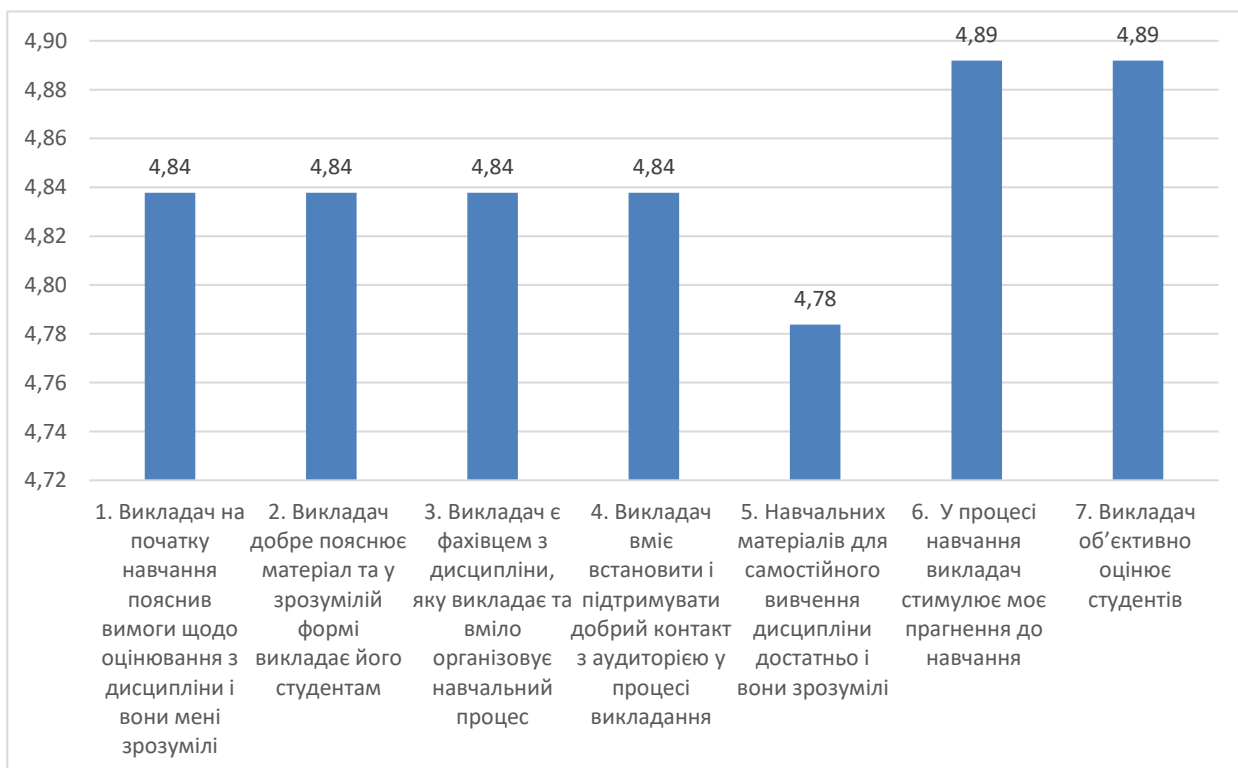
7. Безпека виробничих процесів



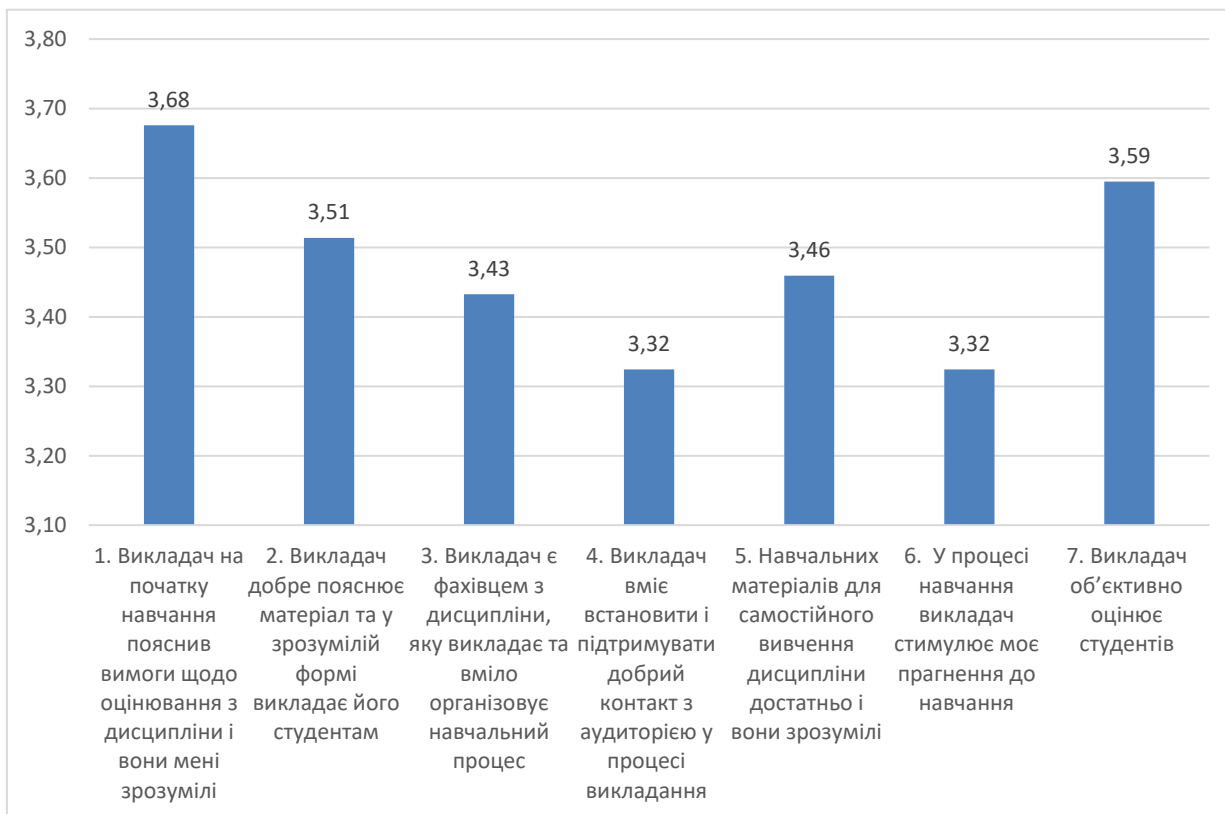
8. Основи інформаційної безпеки



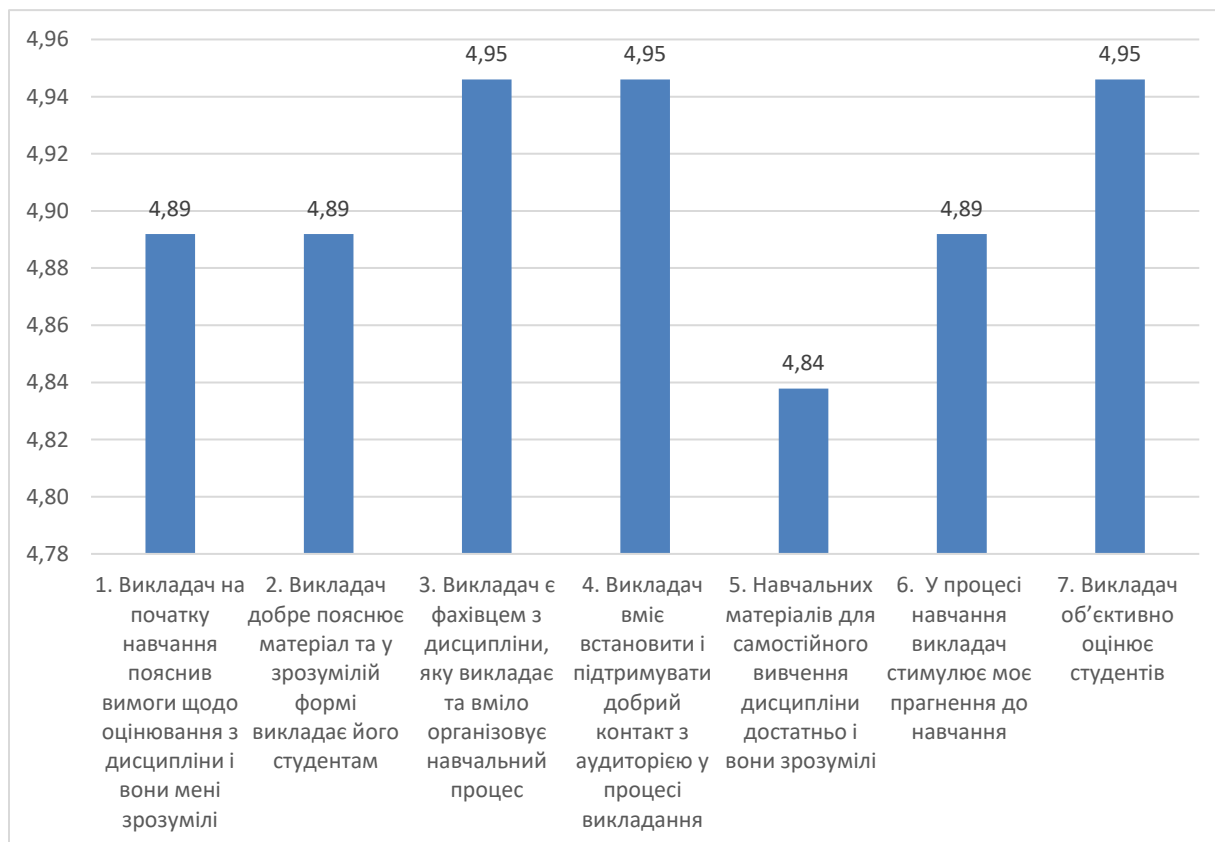
9. Економіка і фінанси підприємства



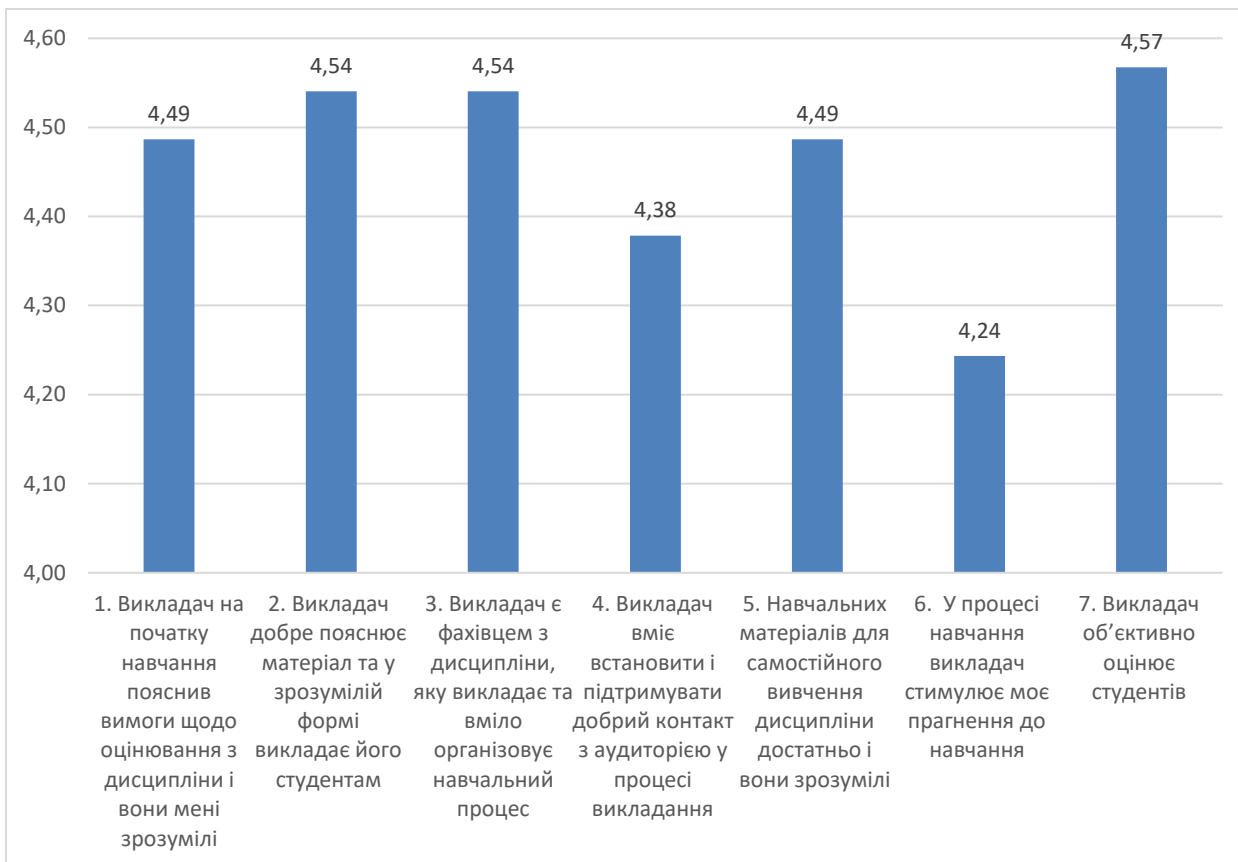
10. Самоменеджмент



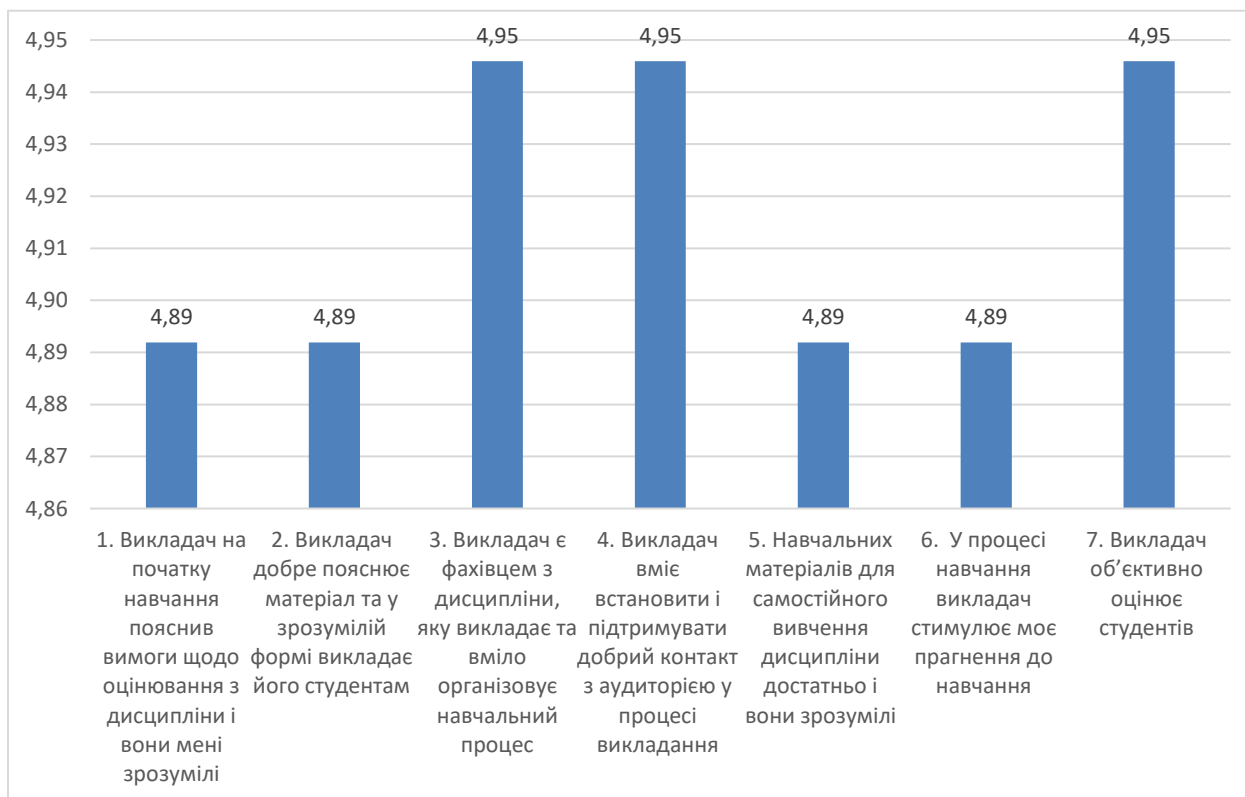
11. Мерчандайзинг



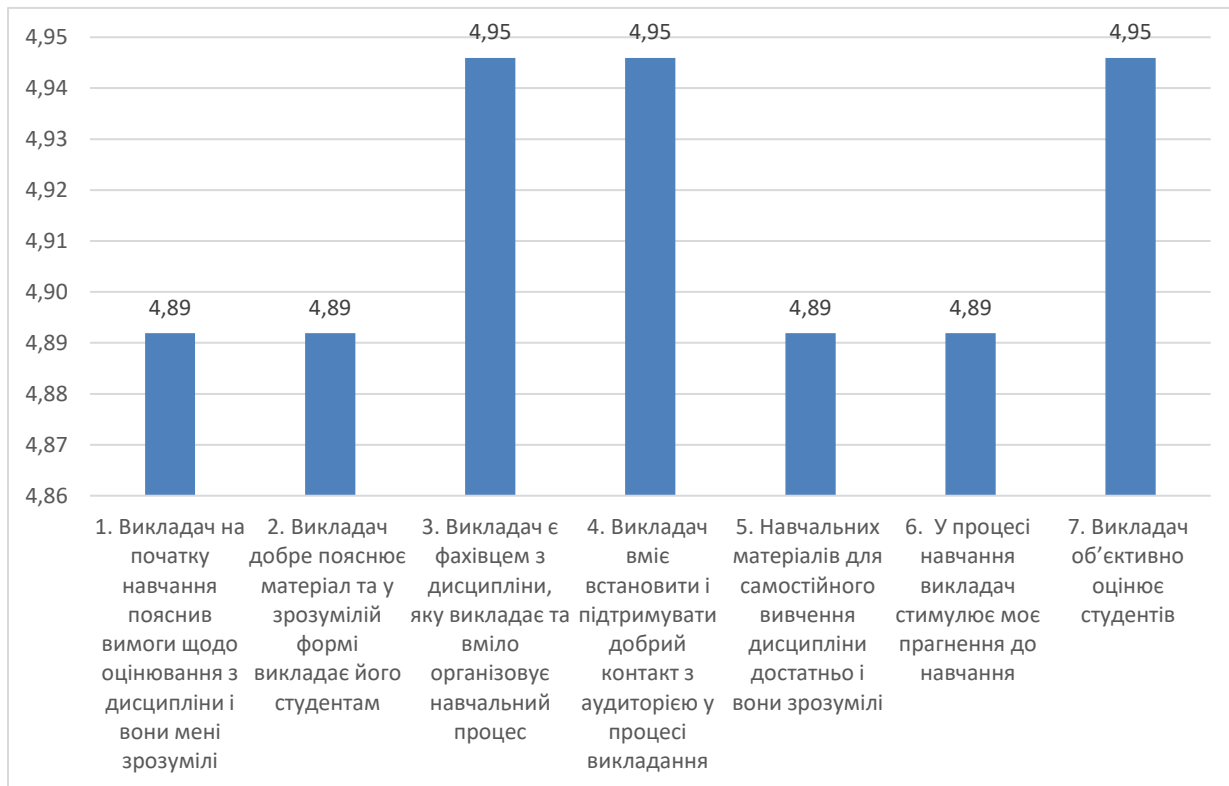
12. Бухгалтерський облік



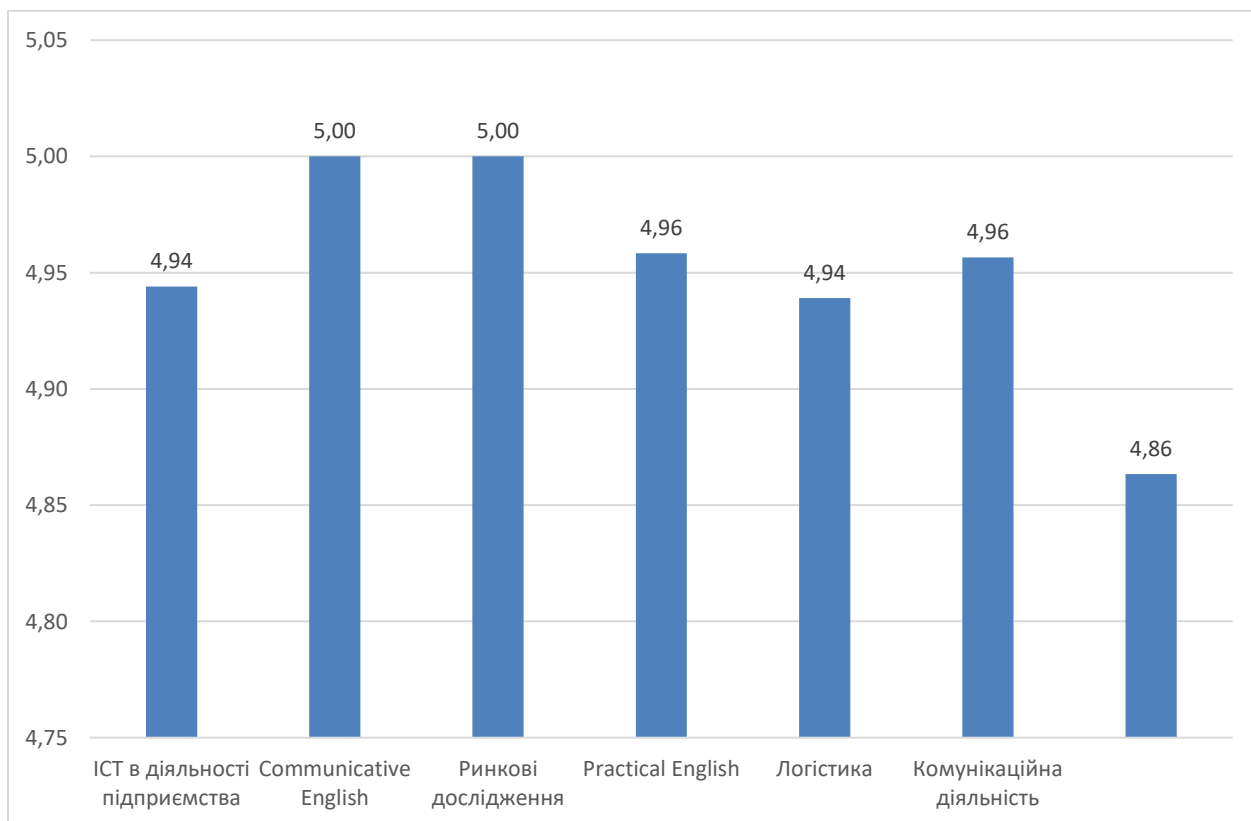
13. Навчальна практика



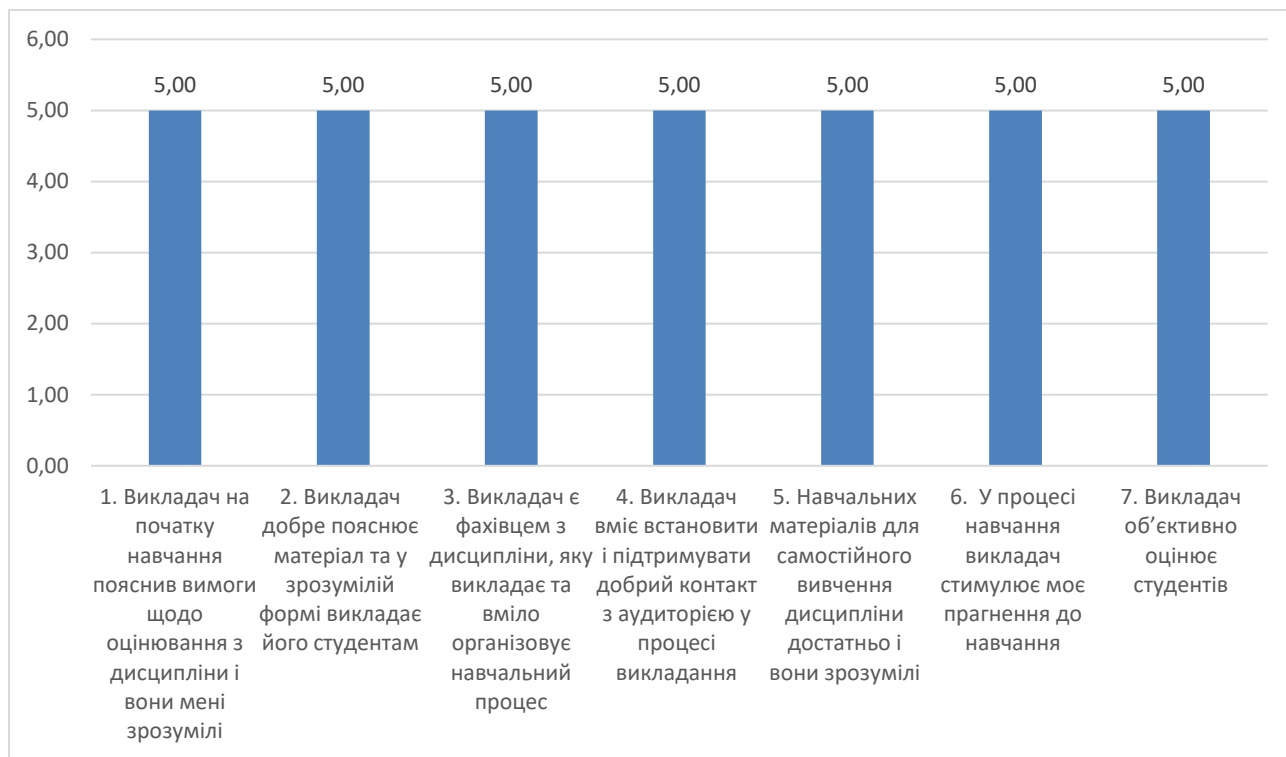
14. Communicative English



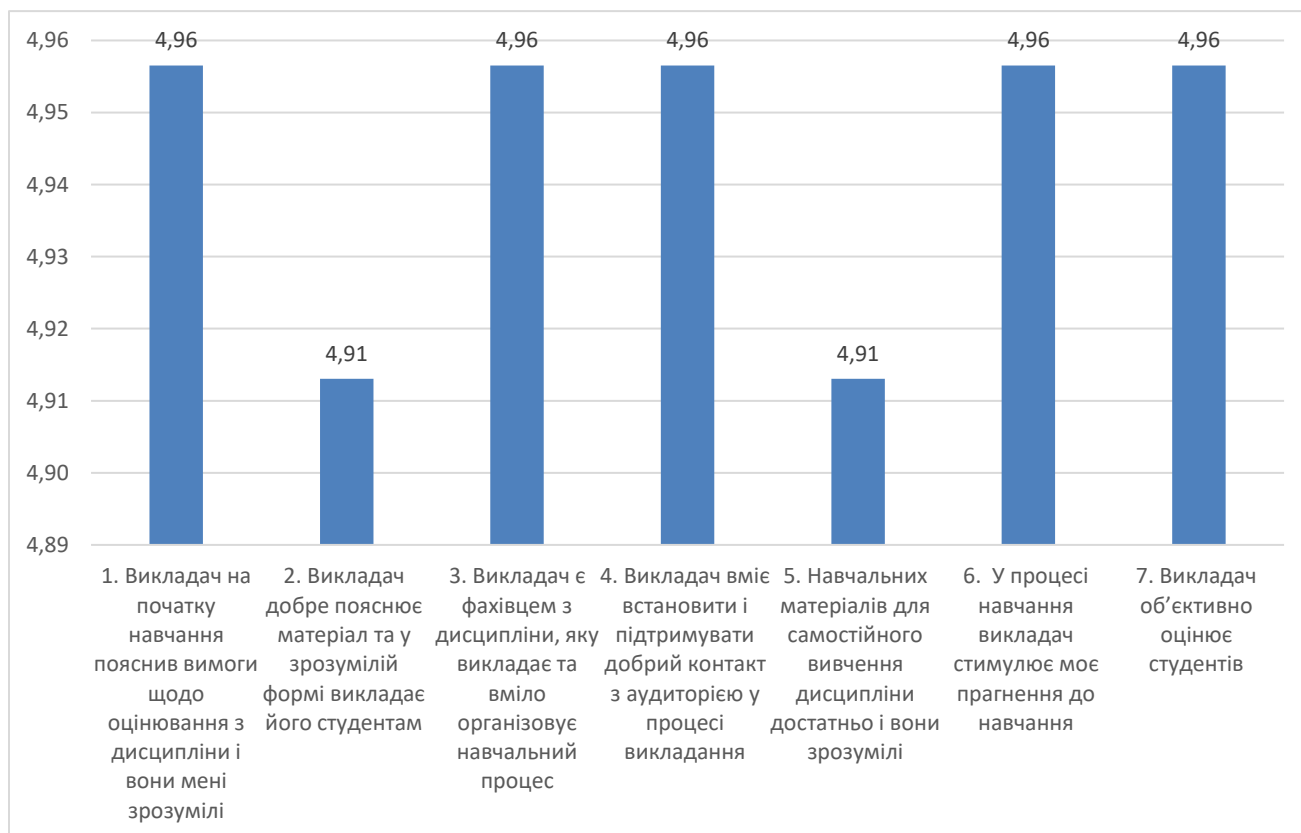
ЗАГАЛЬНИЙ РЕЙТИНГ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТ, ЯКІ ВИКЛАДАЛИСЯ НА ІІІ КУРСІ



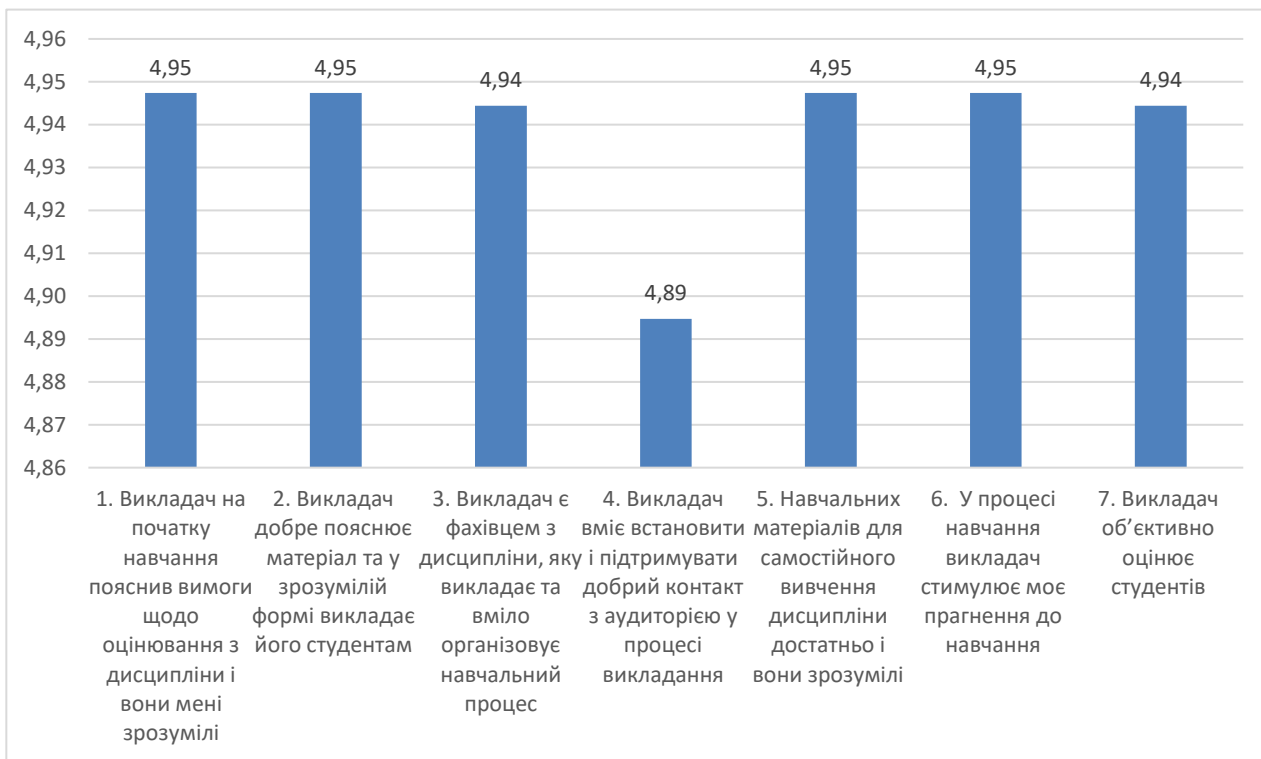
1. Ринкові дослідження



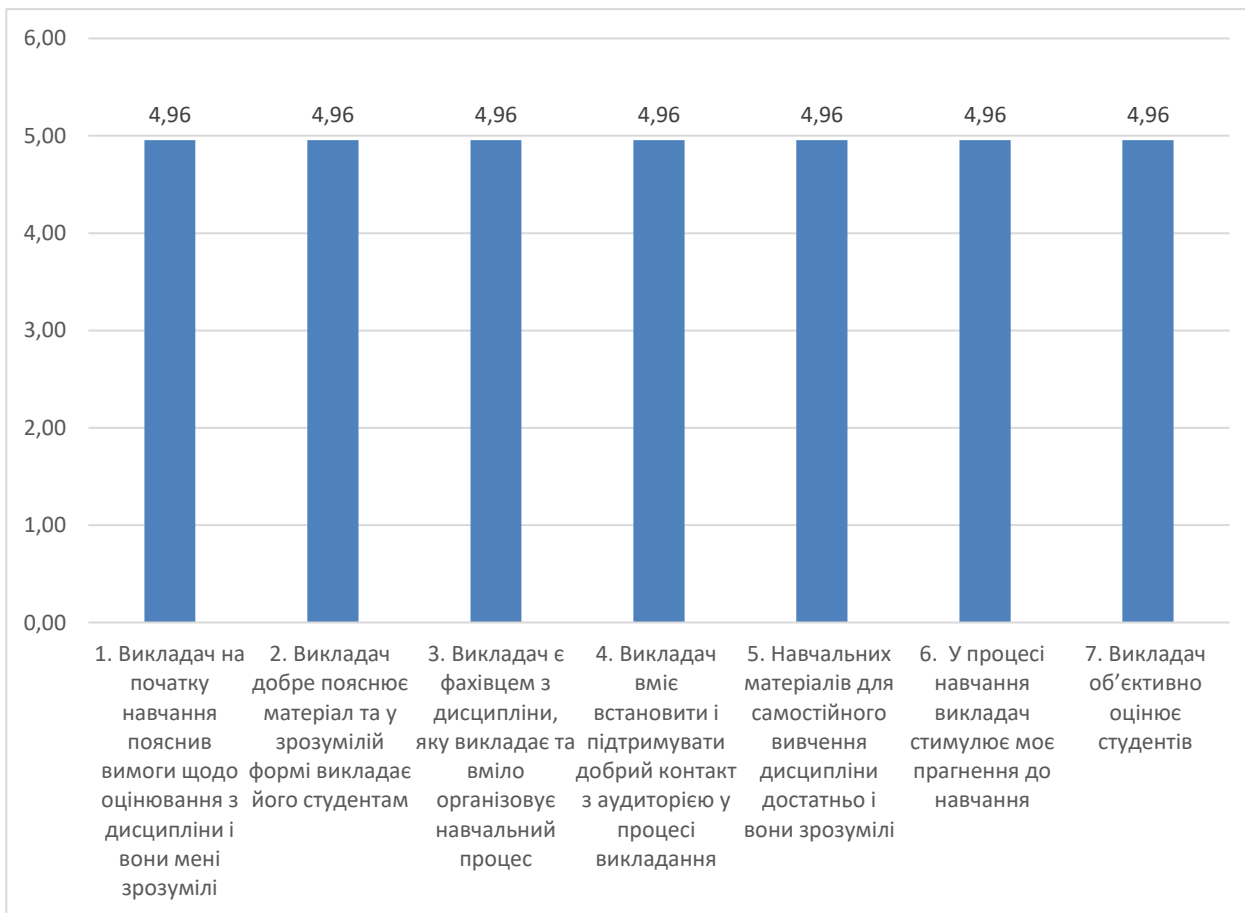
2. Інформаційні системи і технології в діяльності підприємства



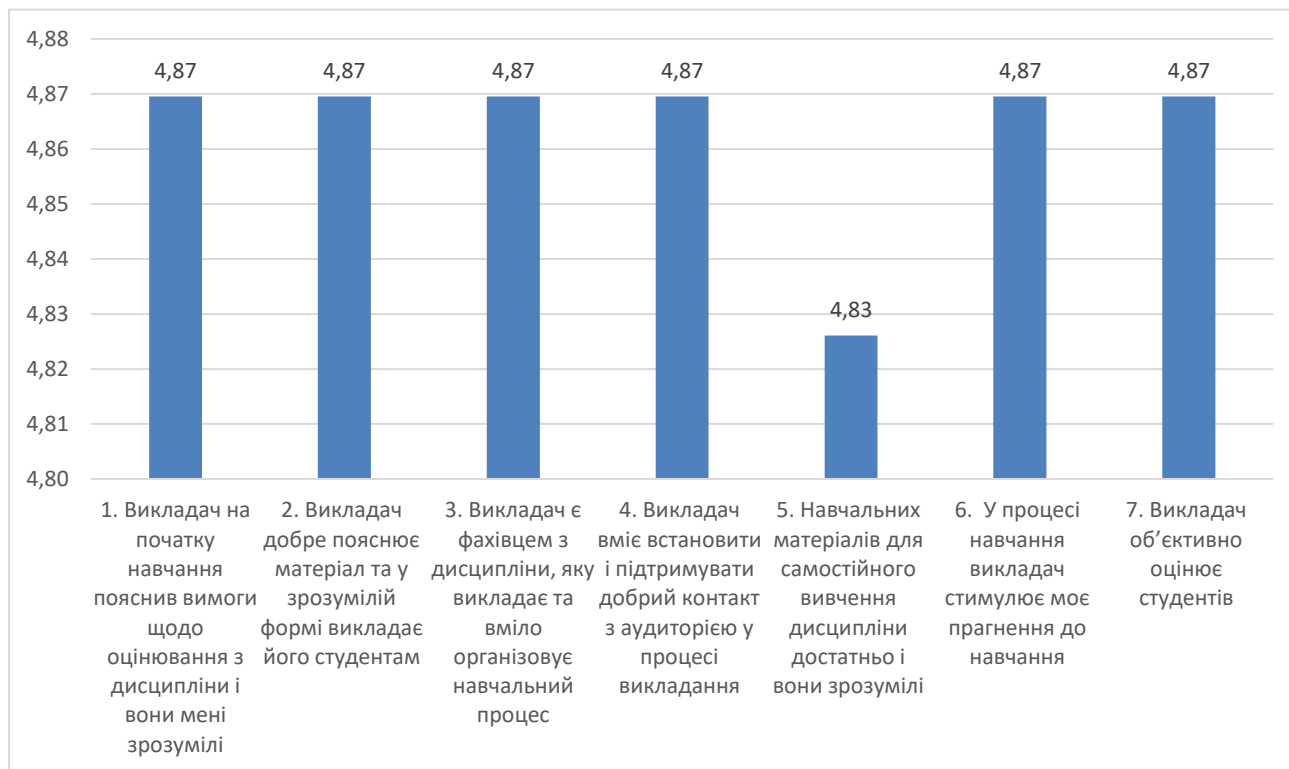
3. Логістика



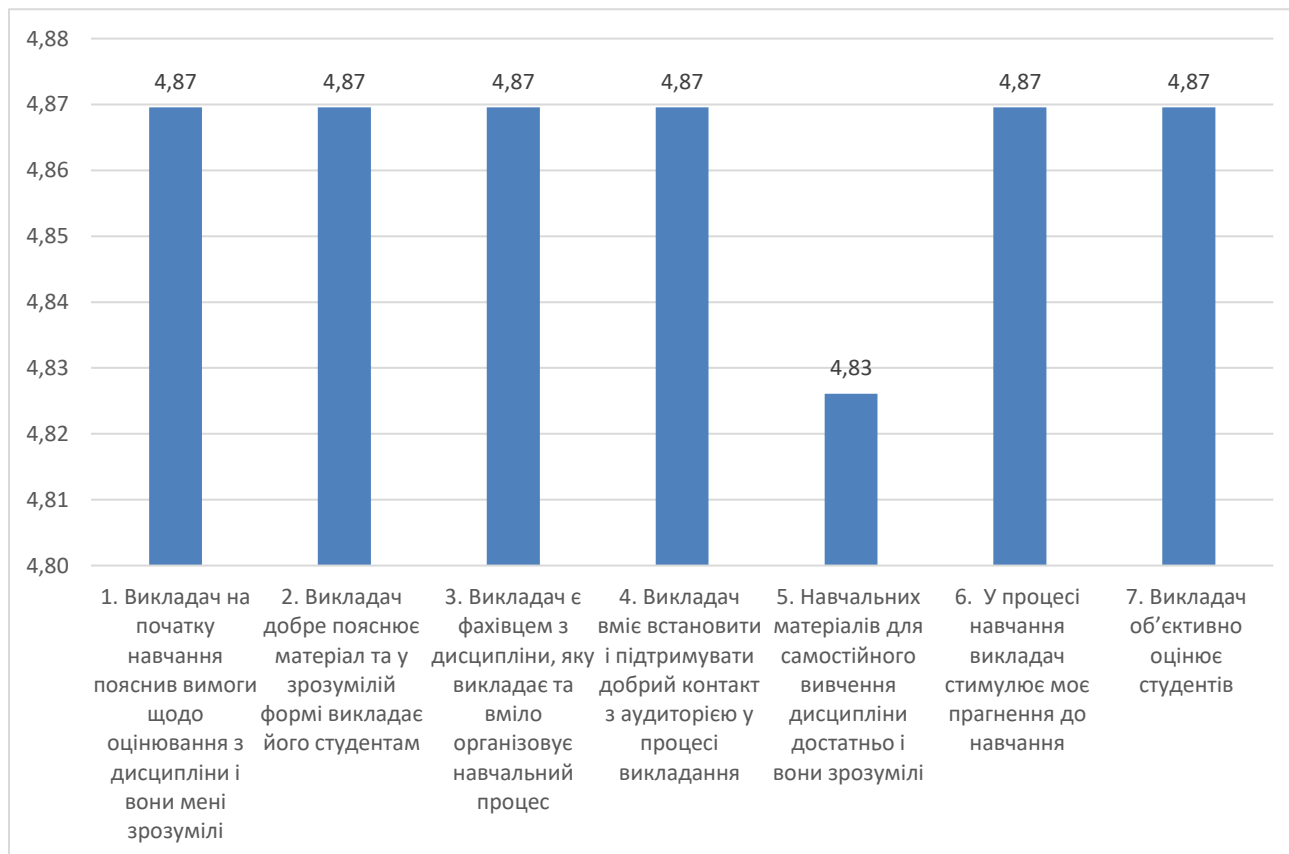
4. Комунікаційна діяльність



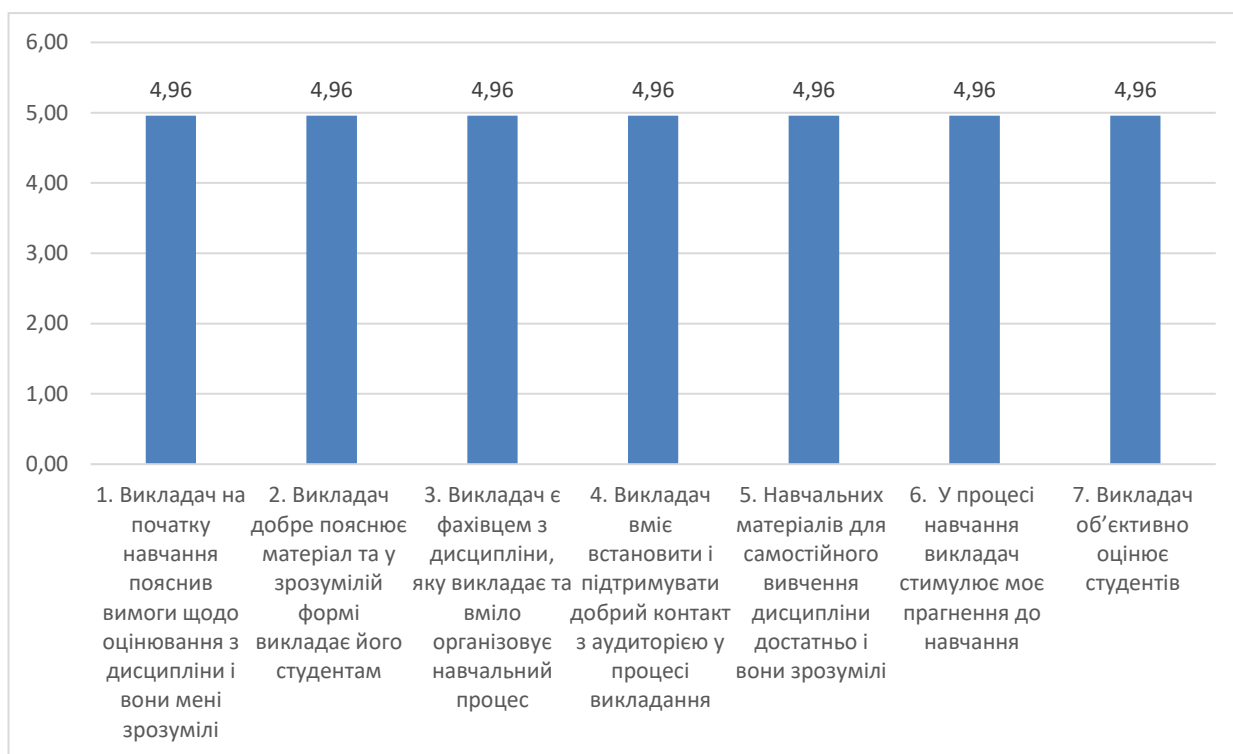
5. Маркетинг послуг



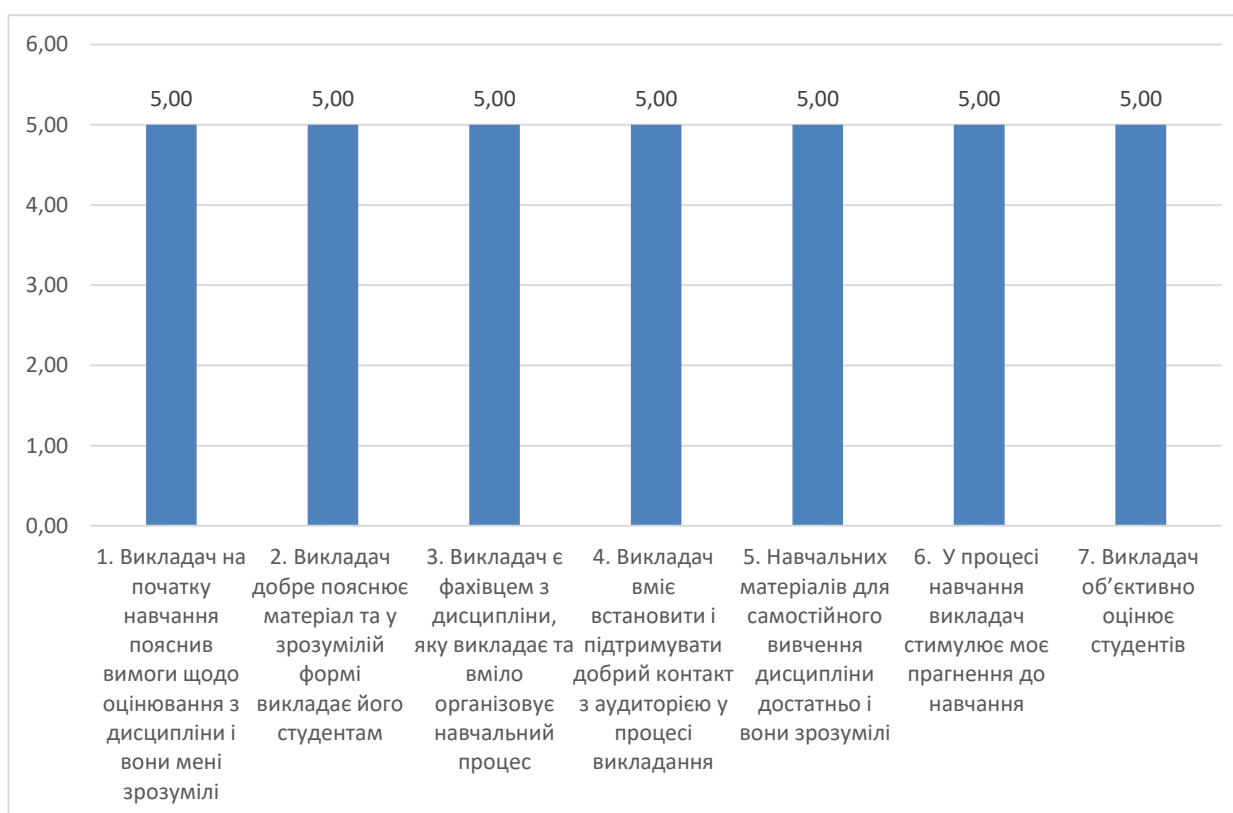
6. Рекламний креатив



7. Practical English



8. Communicative English



Поглиблений аналіз освітніх потреб та запитів здобувачів освіти

Результати моніторингу відкритих запитань анкети засвідчили високий рівень задоволеності здобувачів якістю освітнього процесу та організацією навчання. Аналіз відповідей дозволив виокремити такі ключові тенденції:

1. Ефективність педагогічних підходів та професійна взаємодія викладачів зі студентами: у відповідях студентів переважають позитивні оцінки щодо професіоналізму викладачів, доступності пояснення навчального матеріалу та доброзичливої атмосфери під час занять. Значна частина респондентів відзначає, що матеріал викладається зрозуміло, цікаво та сприяє засвоєнню нових знань. Особливо позитивно оцінюються викладачі, які використовують інтерактивні форми роботи, підтримують комунікацію зі студентами та мотивують до активної участі в освітньому процесі.

2. Високий запит на практикоорієнтоване та інтерактивне навчання: Найбільш корисними й цікавими здобувачі називають практичні завдання, проєктну діяльність, розв'язання кейсів, роботу з професійними ситуаціями, презентації, творчі та комунікаційні вправи. Значний інтерес викликають теми, пов'язані з реальними прикладами професійної діяльності, сучасними маркетинговими інструментами, бізнес-процесами та розвитком комунікативних компетентностей. Це свідчить про необхідність подальшого розвитку практичної складової освітньої програми та посилення її прикладної спрямованості.

3. Орієнтація на індивідуалізацію навчання та вдосконалення комунікації: Попри переважно позитивні відгуки, окремі студенти висловили побажання щодо більш повільного та детального пояснення окремих складних тем, підвищення рівня індивідуального супроводу та розширення можливостей для отримання зворотного зв'язку. Також зустрічаються пропозиції щодо урізноманітнення форм проведення занять, збільшення кількості практичних вправ та підтримання максимально конструктивної комунікації між викладачем і студентами.

4. Позитивне сприйняття змісту освітніх компонентів: Більшість відповідей на питання щодо найбільш корисних аспектів навчання свідчить про зацікавленість студентів змістом дисциплін та їх практичною

значущістю. Значна частина респондентів зазначає, що навчальні курси є актуальними, допомагають розширити кругозір, формують професійні компетентності та сприяють особистісному розвитку.

Результати анкетування підтверджують ефективність реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг», високий рівень педагогічної майстерності викладачів та відповідність освітнього процесу потребам здобувачів освіти. Висловлені студентами пропозиції мають переважно рекомендаційний характер і стосуються подальшого розвитку практичної складової навчання, удосконалення механізмів зворотного зв'язку та врахування індивідуальних освітніх потреб. Отримані результати можуть бути використані для подальшого вдосконалення освітньої програми та забезпечення її відповідності сучасним вимогам ринку праці.

Загальні висновки

За результатами опитування, що проводилося шляхом отримання від студентів анкет зворотного зв'язку, були визначені рейтинги викладачів циклових комісій за відповідними освітніми компонентами за п'ятибальною шкалою. Оцінку в діапазоні від 4 до 5 балів отримали більшість ОК, що складає 89% , від 3,5 до 4 балів отримали 2 ОК (7%), від 2,5 до 3,5 1 ОК, що складає 4%,

У відповідності до курсів загальний середній бал освітніх компонент що викладалися на I курсі складає – 4,48 на II курсі – 4,49 на III курс – 4,94.

Аналіз анкетування показує, що студенти в цілому задоволені процесом та якістю викладання освітніх компонент за ОП «Маркетинг». Критично проблемні моменти за оцінками самих здобувачів відсутні.

Отже, можна зробити висновки, що більшість здобувачів освіти мають налагоджені контакти з викладачами, повністю розуміють суть освітнього процесу, та задоволені якістю викладання.

ННЦ моніторингу якості освіти та методичної роботи

1. Обговорити на засіданнях циклових комісій результати опитування здобувачів фахової передвищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» та розробити заходи щодо подальшого вдосконалення освітнього процесу, зокрема в частині забезпечення практикоорієнтованого навчання, підвищення ефективності зворотного зв'язку між викладачами та студентами, а також врахування індивідуальних освітніх потреб здобувачів.
2. Організувати протягом I семестру 2026–2027 н.р. методичні семінари, круглі столи та майстер-класи з питань використання інтерактивних технологій навчання, кейс-методів, проєктного навчання, та сучасних маркетингових платформ з метою поширення кращих педагогічних практик.
3. Врахувати побажання та рекомендації студентів щодо розширення практичної складової освітніх компонентів, збільшення кількості професійно орієнтованих кейсів, ситуаційних завдань і проєктів, пов'язаних із реальними маркетинговими процесами та бізнес-середовищем.
4. 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.).
5. Результати моніторингу та висловлені студентами пропозиції врахувати під час перегляду освітньо-професійної програми «Маркетинг», планування методичної роботи та реалізації заходів внутрішньої системи забезпечення якості освіти.