

## МОНІТОРИНГ ОЦІНЮВАННЯ ВИПУСКНИКАМИ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ОТРИМАНИХ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «МАРКЕТИНГ»

Метою моніторингу було вивчення рівня задоволеності випускниками отриманими освітніми послугами за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» з метою удосконалення системи якості вищої освіти в ТДАТУ.

Анкетування проведено в 1 семестрі 2019-2020 навч. року.

Учасники анкетування – випускники, які навчались за освітньо-професійною програмою (ОПП) «Маркетинг».

Всього опитано **21 респондент**, який отримав ступень вищої освіти «Магістр».

Оцінку здійснювали за 5-бальною шкалою:

1 бал – якість відсутня;

2 бали – якість проявляється зрідка;

3 бали – якість проявляється на достатньому рівні;

4 бали – проявляється часто;

5 балів – якість проявляється практично завжди.

Результати оцінювання випускниками рівня задоволеності отриманих освітніх послуг за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» представлено у таблиці 1. Результати було опрацьовано за допомогою програмного забезпечення Microsoft Excel (з допустимою похибкою вимірювання 0,1%).

Відповідно до результатів анкетування, оцінка задоволеності отримання освітніх послуг за ОПП «Маркетинг» за всіма критеріями є досить високою.

Найвищі оцінки (максимальний відсоток за балами «5» і «4») здобувачі вищої освіти поставили за критеріями (по 95,24%): «задоволеність рівнем отриманих знань та умінь», «прозорість та чесність оцінювання знань», «використання викладачами сучасних педагогічних методів», «вільність доступу до електронних інформаційних ресурсів університету», «наполегливо рекомендуватиму іншим навчатись в ТДАТУ за моєю освітньої програмою».

Найменше (максимальний відсоток за балами «1» і «2») випускники оцінили: «допомога університету у сприянні працевлаштуванню» (14,29%), «регулярність опитування щодо якості змісту дисциплін та викладання впродовж навчання» (9,52%), «сприяння проходження виробничих практик підвищенню знань та практичних навичок» (9,52%), «сучасність та практична орієнтованість навчання» (4,76%) та «кваліфікованість та доброзичливість у сприянні навчанню співробітників деканату, кафедр та бібліотеки» (4,76%) .

**Таблиця 1 - Оцінювання випускниками рівня задоволеності отриманих освітніх послуг за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» (у відсотках)**

№ з/п	Критерій оцінювання	Бали				
		5	4	3	2	1
1	Задоволеність рівнем отриманих знань та умінь	66,7	28,6	4,8	0	0
2	Відповідність набутих результатів навчання і компетентностей профілю освітньої програми	57,1	33,3	9,5	0	0
3	Достатність рівня матеріально-технічного забезпечення освітнього процесу для досягнення цілей освітньої програми	38,1	47,6	14,3	0	0
4	Сучасність та практична орієнтованість навчання	57,1	28,6	9,5	4,8	0
5	Прозорість та чесність оцінювання знань	76,2	19,0	4,8	0	0
6	Використання викладачами сучасних педагогічних методів (майстер-класи, навчальні дискусії, мозковий штурм, тренінги, ділові ігри тощо)	47,6	47,6	4,8	0	0
7	Сприяння проходження виробничих практик підвищенню знань та практичних навичок	57,1	19,0	14,3	4,8	4,8
8	Вільність доступу до електронних інформаційних ресурсів університету	71,4	23,8	4,8	0	0
9	Рівень отримання соціальних навичок (soft skills) в процесі навчання	47,6	33,3	19,0	0	0
10	Кваліфікованість та доброзичливість у сприянні навчанню співробітників деканату, кафедр та бібліотеки	71,4	19,0	4,8	0	4,8
11	Допомога університету у сприянні працевлаштуванню	42,9	19,0	23,8	4,8	9,5
12	Регулярність опитування щодо якості змісту дисциплін та викладання впродовж навчання	52,4	28,6	9,5	4,8	4,8
13	Наполегливо рекомендуватиму іншим навчатись в ТДАТУ за моєю освітньої програмою	57,1	38,1	4,8	0	0

Випускники при анкетуванні на питання «Чого мене, на мою думку, НЕ НАВЧИЛИ, а це потрібно на сучасному ринку праці» дали наступні відповіді:

- сучасному програмному забезпеченню;

- Google Adwords, Фотошоп, CorelDRAW;
- ефективного використання теоретичних знань, організаційних навичок, проектного менеджменту;
- правила проходження співбесіди при пошуку місця роботи;
- англійська мова;
- стратегічне і тактичне планування;
- ведення переговорів;
- імітація швидких змін ринку і навчання та реагування на це;
- фінансове планування;
- SMM і SEO просування;
- критичне мислення;
- Social Media Marketing.

Випускники на питання *«Які дисципліни, на мою думку, необхідно ВВЕСТИ до освітнього процесу?»* відповіли: «Інтернет-технології», «Ораторське мистецтво», «Організація діяльності (заходів)», «Таймменеджмент»; дисципліни щодо вивчення форм власності за правових та організаційних форм, умови та оплата праці (контракти, штатний розпис), менеджменту реклами, Pr; Social Media Marketing, Organizational Behavior, Media Content Creation, Digital'у.

Випускники на питання *«Які дисципліни необхідно ВИБЕСТИ з освітнього процесу?»* відповіли:

- за багато «Економічної теорії»;
- дублюючі дисципліни охорони праці;
- Історія економічної думки (об'єднати з економтеорією) та інших історій,
- скоротити курс математики, соціологія....;
- «Фізика», «Історія»;
- макро- и мікроаналіз;
- укр. мову, культурологію (якщо вона ще є). Краще вкласти на 1,2-ому курсах максимум економічної бази, щоб легше було орієнтуватися в сьогоdnішніх умовах, тому що економіка це величезна машина зі своїми законами, які необхідно розуміти;
- ЕММ и МУСЕС;

*Інші пропозиції щодо покращення якості освіти та освітнього процесу в ТДАТУ від випускників надійшли наступні:*

- збільшити практичну складову освітнього процесу;
- максимально зменшити кількість теоретичних дисциплін на 2+ курсах навчання студентів, які не матимуть практичних підкріплень в наступних курсах, або будуть повторно вивчатися на іншій дисципліні. Курс магістратури можна більш жорстко поділити на набуття практичних навичок та отримання теоретичних наукових знань (йти від універсальності);

- викладачам підвищувати педагогічну майстерність;
- збільшити кількість тренінгів з підприємцями і поїздок на підприємства, збільшення і залучення студентів до проектів;
- запрошувати практиків на лекції до студентів для обміну досвідом;
- переговорити з провідними компаніями міста, щоб вони брали до себе на практику студентів, зробити рейтингову оцінку, а за підсумком ці компанії брали б до себе на роботу кращих випускників. Таким чином, студент буде з перших курсів вже починати набиратися досвіду і вбирати необхідну інформацію, а компанії будуть вирощувати для себе цінних, молодих й перспективних кадрів;
- оновити методи викладання дисципліни (дуже подобалися пари у Серський Н.С, багато практики, прикладів, цікавий виклад матеріалу і ходити хотілося з величезним задоволенням);
- організація group projects для студентів, щоб розвинути навички team building.

### **Висновки**

Відповідно до моніторингу оцінювання випускниками задоволеності отриманими освітніми послугами за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» найвищі оцінки були поставлені за критеріями: «задоволеність рівнем отриманих знань та умінь», «прозорість та чесність оцінювання знань», «використання викладачами сучасних педагогічних методів», «вільність доступу до електронних інформаційних ресурсів університету», «наполегливо рекомендуватиму іншим навчатись в ТДАТУ за моєю освітньої програмою». В той же час є критерії, за якими випускники не зовсім задоволені: «допомога університету у сприянні працевлаштуванню», «регулярність опитування щодо якості змісту дисциплін та викладання впродовж навчання», «сприяння проходження виробничих практик підвищенню знань та практичних навичок», «сучасність та практична орієнтованість навчання» та «кваліфікованість та доброзичливість у сприянні навчанню співробітників деканату, кафедр та бібліотеки».

З метою підвищення випускниками задоволеності отриманими освітніми послугами за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» з врахуванням думок випускників та зроблених ними зауважень пропонується:

1. Згідно потреб сучасного ринку праці переглянути наповненість освітньо-професійних програм за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) освітніми рівнями в напрямку їх насичення відповідними навчальними дисциплінами, що нададуть можливість отримати потрібні знання в області сучасного програмного забезпечення, стратегічного і тактичного планування, ведення переговорів, SMM і SEO просування, критичного мислення, Social Media Marketing та ін.

2. Переглянути наповненість освітньо-професійних програм за першим



(бакалаврським) та другим (магістерським) освітніми рівнями в напрямку збільшення практичної складової освітнього процесу та, відповідно, зменшення його теоретичної частини.

3. Разом з вивченням необхідних фундаментальних дисциплін, на яких базуються знання (з обов'язковим попередженням дублювання), ввести вже на першому і другому курсах навчання дисципліни професійного напрямку, щоб зорієнтувати здобувача на майбутню професію.

4. Систематично проводити роботу з підвищення кваліфікації НПП кафедри, в тому числі педагогічної майстерності, шляхом проведення тренінгів для викладачів з метою вивчення та вдосконалення сучасних професійно-педагогічних навичок викладання дисциплін; проходження стажувань на підприємствах.

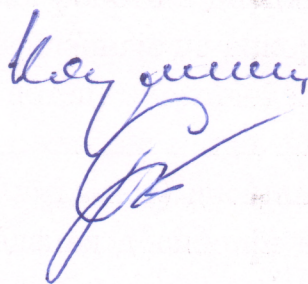
5. Налагодити співпрацю з провідними підприємствами міста в напрямку організації проходження виробничих практик здобувачами ОП «Маркетинг», що сприяє підвищенню їхнього рівня знань та практичних навичок, з одночасним проведенням відбору кращих з практикантів та подальшим їх працевлаштуванням.

6. З метою спонукання здобувачів до використання ресурсів наукової бібліотеки ТДАТУ при плануванні самостійної роботи з дисциплін пропонувати викладачам більше завдань створювати за посиланням до використання ресурсів наукової бібліотеки, а також проводити в бібліотеці тематичні заняття.

7. З метою виявлення недоліків викладання навчальних дисциплін систематично проводити опитування щодо якості змісту дисциплін та викладання впродовж навчання. Підвищити якість викладання дисциплін через культуру їх поведінки та мовлення пропонується шляхом проведення семінарів с залученням викладачів кафедри суспільно-гуманітарних наук.

Декан факультету економіки та бізнесу  
к.е.н., доцент

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



С.В.Карман

Р.В.Скляр