

# ОЦІНКА ЯКОСТІ ОСВІТИ РОБОТОДАВЦЯМИ

## ОП 075 МАРКЕТИНГ



ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

<b>ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ</b>	<b>3</b>
<b>МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>	<b>4</b>
<b>СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНА СТРУКТУРА ОПИТАНИХ</b>	<b>5</b>
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ</b>	<b>6</b>
<b>ПЕРЕВАГИ ОП</b>	<b>20</b>
<b>НЕДОЛІКИ ОП</b>	<b>21</b>
<b>ПРОПОЗИЦІЇ СТЕЙКХОЛДЕРІВ</b>	<b>22</b>
<b>РЕКОМЕНДАЦІЇ</b>	<b>23</b>





**ГЕНЕРАЛЬНА СУКУПНІСТЬ:**  
роботодавці, які співпрацюють з  
економічним факультетом  
ОП Маркетинг



**ВИБІРКОВА  
СУКУПНІСТЬ: 12**  
респондентів



**ТЕРМІН ПРОВЕДЕННЯ  
ДОСЛІДЖЕННЯ:** вересень  
2021



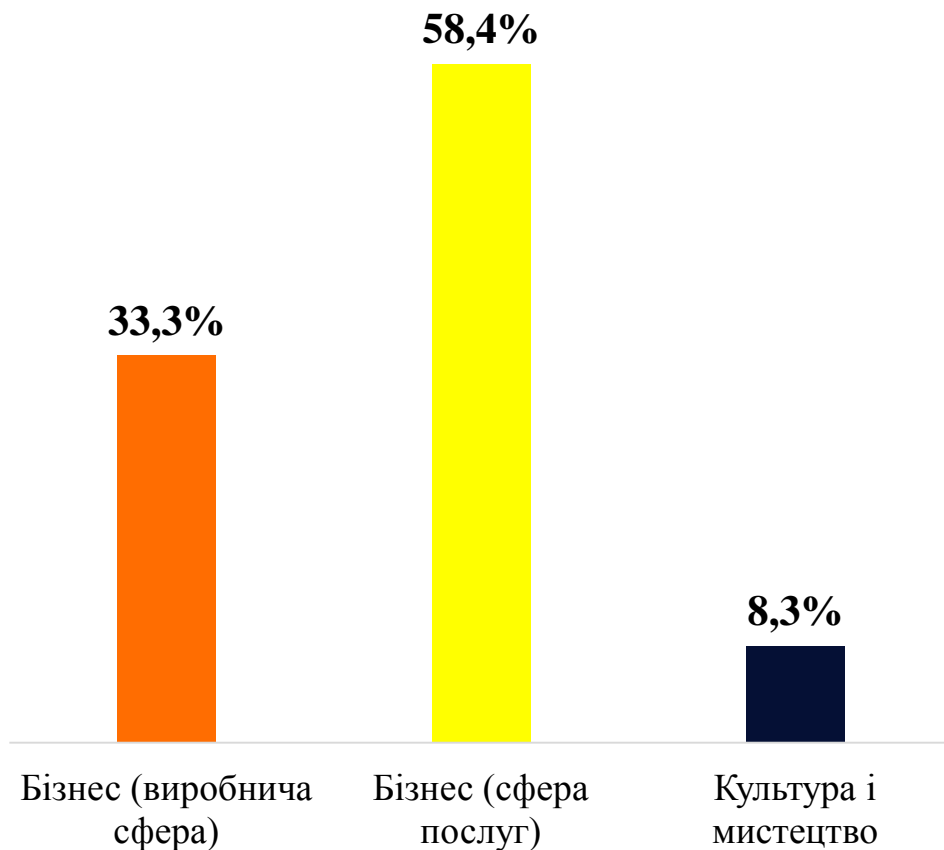
**ТИП ВИБІРКИ:** вибірка  
основного масиву



**МЕТОД ЗБОРУ ДАНИХ:**  
опитування по заданій  
формалізованій анкеті (Google  
form)

# СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНА СТРУКТУРА ОПИТАНИХ

## Сфера діяльності роботодавців, %



## Назви організацій

ПрАТ «Запоріжжябразив»
Delta Food
ТОВ «Союз-континент-ск»
ТОВ "ЛАКОМКА 2010 ЛТД"
ООО «Туристическая компания «Анекс тур»
ТОВ «Роджерс»
ТОВ " МЕТПРОМБУД ІНВЕСТ"
ТД Меблі Сова
ТОВ «Редакція газети «Запорозька Січ»
Видавництво-друкарня «Вектор»
ТОВ «Рік-Стар»
Інтернет магазин «Твій вектор»

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

**Всі опитані роботодавці вказали, що залучались до розробки чи перегляду освітньої програми (\* тут і далі поєднано позиції так і скоріше так). Про те, що їх пропозиції враховувались при підготовці, перегляді й обговоренні освітньої програми зазначили 91,7% респондентів.**

**Більшість опитаних (83,3%) вважають, що в освітній програмі враховано тенденції розвитку ринку праці.**

Конкуренотоздатність ОП, на думку роботодавців, зумовлена такими чинниками як: *сучасність інформації, що надається здобувачам; відповідність дисциплін сучасним реаліям у сфері маркетингу (зокрема вивчення інтернет-технологій); висококваліфікований професорсько-викладацький склад; використання сучасних технологій у навчанні; практична підготовка тощо.*

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Серед компетентностей, якими на думку роботодавців, має володіти випускник освітньої програми, для того, щоб отримати роботу були названі: *комунікативні навички; фахові знання; вміння працювати в команді; здатність вчитись і оволодівати новими знаннями; навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; відповідальність, інноваційність, володіння іноземною мовою тощо.*

На питання які додаткові дисципліни слід запровадити в межах освітньої програми для формування вищезазначених компетентностей значна частина роботодавців відповіли, що необхідних дисциплін вже достатньо. Інші учасники опитування запропонували такі дисципліни як: *Міжнародний інтернет-маркетинг; Інноваційний маркетинг; Управління командної роботою; Креативний маркетинг; Маркетингові комунікації у видавничій справі; Таргетинг; Ділова етика, а також дисципліни пов'язані зі знанням законодавства в галузі.*

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

**91,7%** опитаних вказали, що випускники освітньої програми працюють чи працювали в їх установі/підприємстві/організації.

Половина опитаних не вважають розрив між теорією та практикою під час навчання на освітній програмі суттєвим.

Всі опитані погодились з тим, що факультет (кафедра) активно взаємодіє і співпрацює з роботодавцями (*\*тут поєднано позиції повністю згоден і згоден*).

Серед основних форм співпраці з факультетом (кафедрою) роботодавці назвали: *участь в конференціях та круглих столах; надання баз практики; зустрічі з викладачами і здобувачами; участь в якості члена журі тощо.*

Всі опитані вказали, що задоволені результатами співпраці з факультетом (кафедрою) в цілому (*\*тут поєднано позиції повністю так і скоріше так*).

Серед ресурсів, які опитані роботодавці могли б надати здобувачам чи викладачам освітньої програми з метою підвищення якості навчання, були названі такі: *база практики для здобувачів чи база стажування для викладачів; практичний досвід та навички; проведення відкритих лекцій чи практичних занять тощо.*



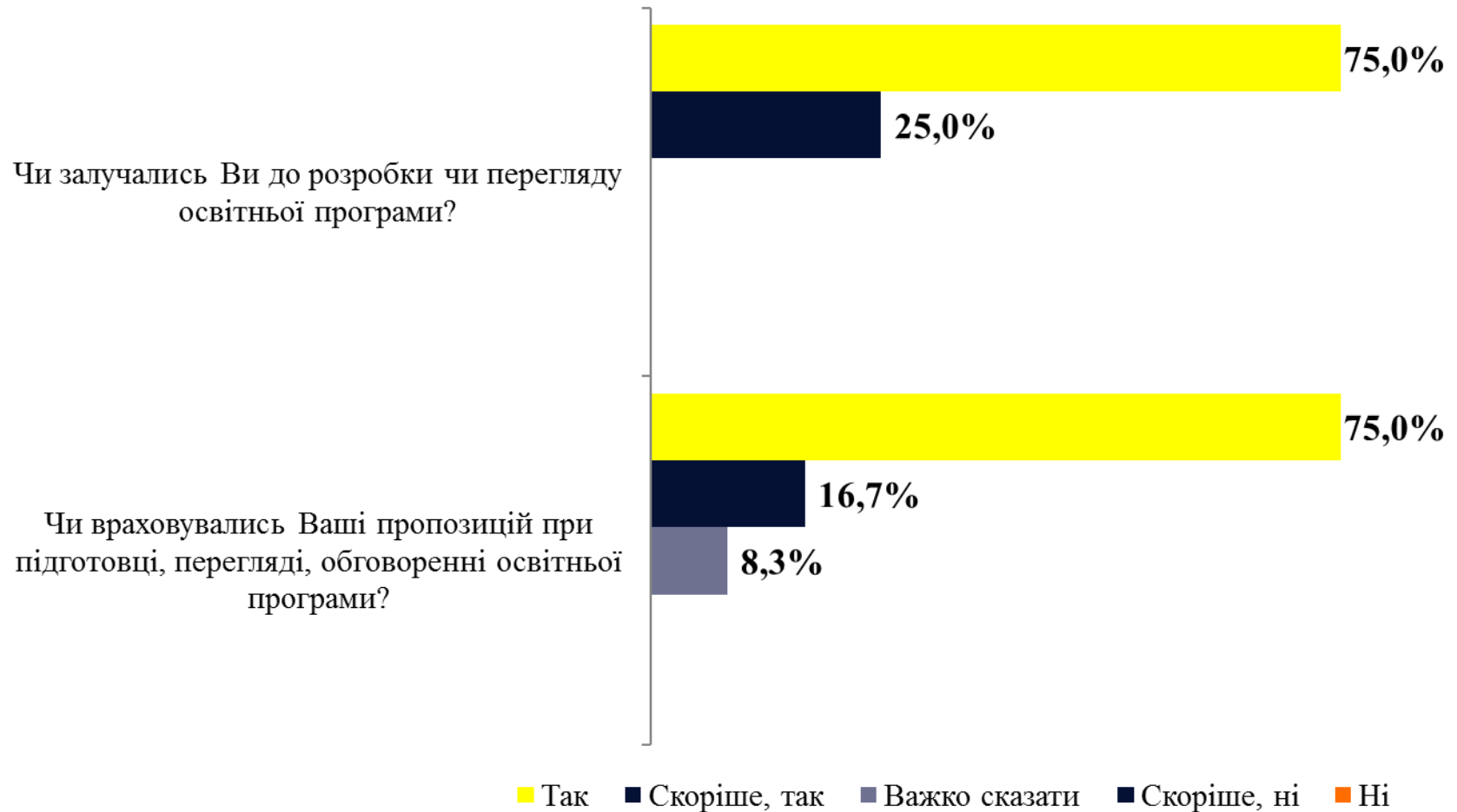
## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Основними перевагами освітньої програми роботодавці назвали: *відповідність сучасним тенденціям розвитку галузі та ринку праці; сильну теоретичну базу та використання сучасних напрацювань; врахування в змісті дисциплін тенденцій цифровізації економіки тощо.*

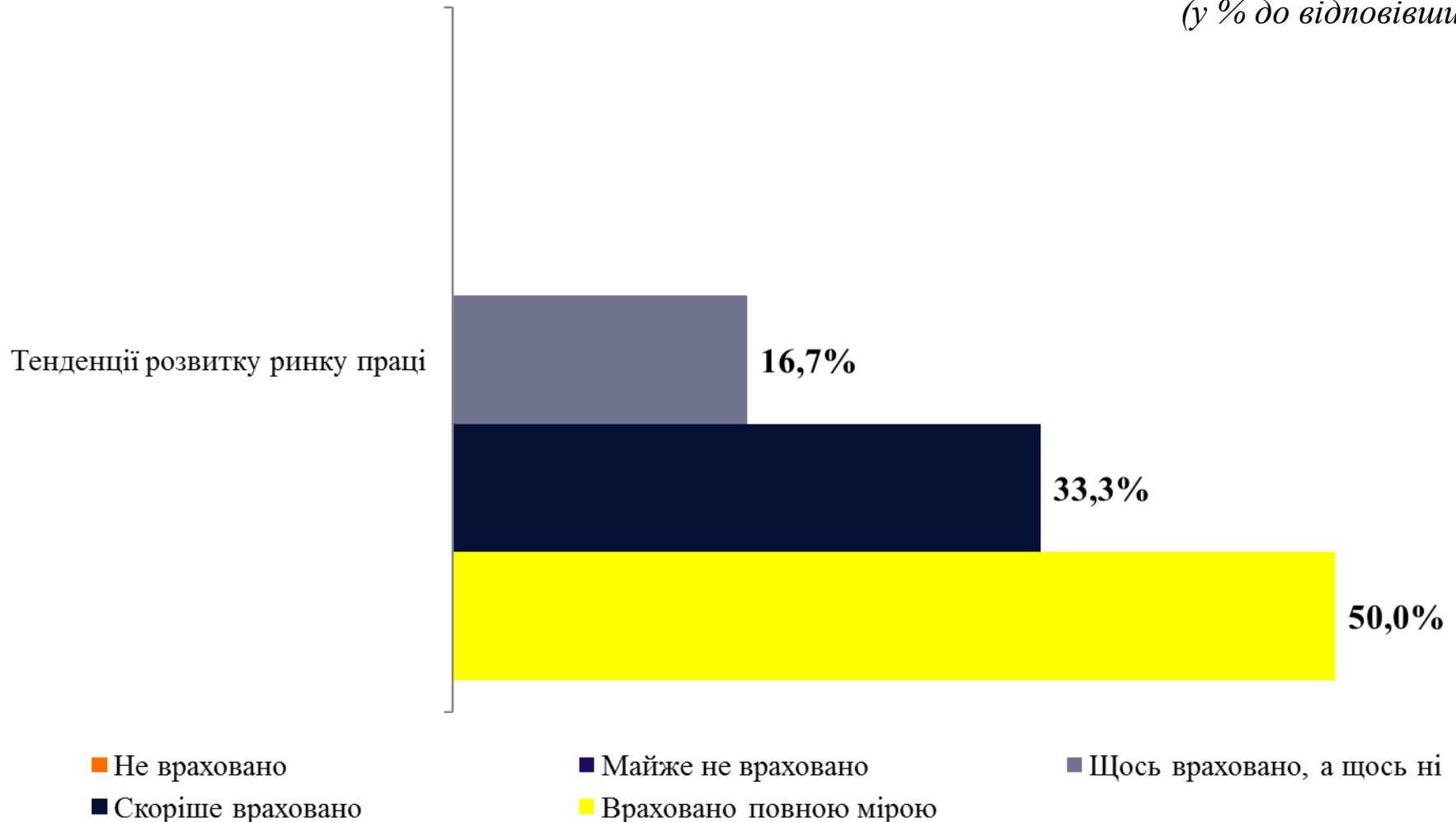
При визначенні недоліків освітньої програми більшість респондентів відповіли, що вони відсутні, однак було висловлено окремі думки, що стосуються *невідповідності завдань практичних занять вимогам ринку праці та побажання збільшення практичної складової фахової підготовки.*

Серед побажань щодо покращення освітньої програми учасники анкетування вказали, що вони хотіли б аби було *збільшено практичну складову фахової підготовки та збільшено обсяг навчальних годин вивчення іноземної мови.* Також висловлено побажання щодо *необхідності враховувати швидку зміну спеціальностей; залучати професіоналів-практиків до занять і ввести до навчального плану дисципліни «Ефективна взаємодія з учасниками ринкового середовища», «Міжнародний інтернет-маркетинг», «Креативний маркетинг».*

Будь-ласка, дайте відповідь на питання  
(у % до відповілих)



Оцініть, будь-ласка, за шкалою від 1 до 5, (де 1 – не враховано, а 5 – враховано повною мірою) наскільки в ОП враховано:  
(у % до відповістих)



## Що, на Вашу думку, зумовлює конкурентоздатність ОП? (відкрите запитання, кількість згадувань)

Швидкість її засвоєння студентами, розуміння та засвоєння тем	1
Якість наданих студентам практичних знань	1
Сучасні, новітні знання	1
Практична підготовка, володіння сучасними інноваційними технологіями з маркетингу та спеціалізованим маркетинговими програмами на високому рівні	1
Здатність маркетолога пов'язати та згенерувати маркетингову діяльність з іншими відділами	1
Кадровий склад, зміст дисциплін навчального плану, співвідношення теоретичної та практичної підготовки, інноваційні технології освітнього процесу	1
Вивчення в змісті дисциплін сучасних інтернет технологій (основи веб-дизайну, SMM маркетингу тощо), Рівень викладання професорсько-викладацького складу, наявність відповідних фахівців-практиків	1
Введення чітких практичних завдань, які охоплюють сферу діяльності	1
Технологии, новые подходы, создание предметов которые отвечают сегодняшним реалиям ведение бизнеса	1
Тандем - бизнес/образование	1
Важко сказати	2

**Якими компетентностями, на Вашу думку, має володіти випускник освітньої програми, для того, щоб отримати роботу у Вашій установі/підприємстві/організації?**  
(відкрите запитання, кількість згадувань)

Базові знання, володіння іноземною мовою, комунікаційність	1
Відповідальність, вміння швидко навчатись, праця в дружньому колективі	1
Вміння працювати в команді, комунікабельність, креативність, прагнення до вдосконалення, фахові знання з маркетингу послуг	1
Вміння швидко вчитись на своїх помилках, комунікація з клієнтами, здатність спілкуватися з різними представниками інших професійних груп різного рівня	1
Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Здатність працювати в міжнародному контексті, Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності	1
Здатність до навчання і мотивація на розвиток, організація і планування	1
Здатність навчатися, здатність генерувати ідеї, здатність аналізу	1
Комунікабельність, уміння вчитись, відповідальність, здатність працювати в команді, здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності тощо	1
Лояльність, аналіз і оцінка проблем, ініціативність	1
Має володіти знаннями мови, основ журналістики, етики, політики	1
Практика во время учебы	1
«Знания которые охватывают сферу его вопросов»	1

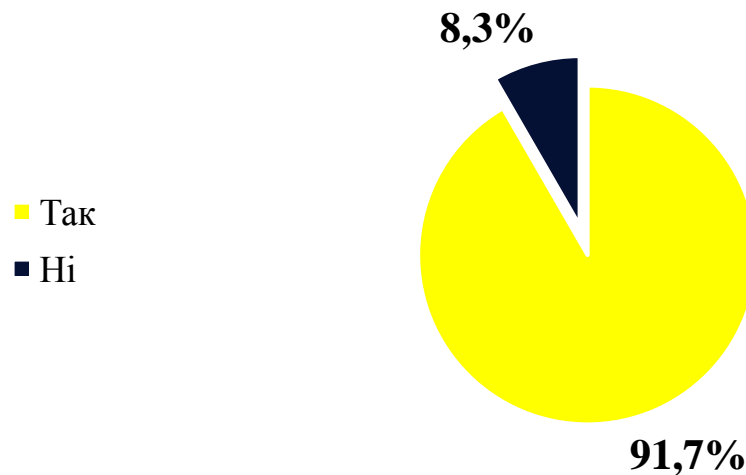
**Які додаткові дисципліни, на Вашу думку, слід запровадити в межах ОП для формування вищезазначених компетентностей?**

*(відкрите запитання, кількість згадувань)*

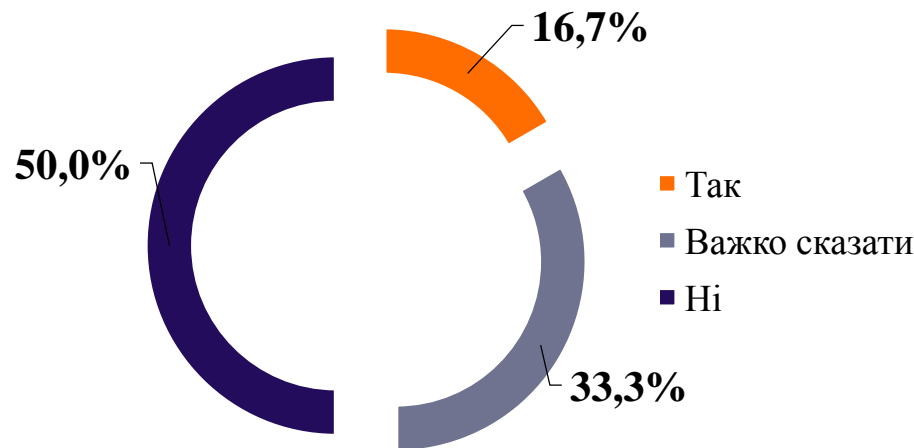
Всі необхідні дисципліни уже запровадженні, Все вже впроваджено	2
Освітня програма вже має достатньо необхідних дисциплін, Усі необхідні дисципліни вже мають в освітній програмі	2
Ефективна взаємодія з учасниками ринкового середовища, міжнародний інтернет-маркетинг	1
Інноваційний маркетинг, управління командної роботою	1
Креативний маркетинг	1
Маркетингові комунікації у видавничій справі	1
Міжнародну практику обміну досвідом, тренінги	1
Таргетинг	1
Деловая этике и знание законов	1
Больше практических занятий	1

# ОЦІНКА ПРАКТИЧНОЇ СКЛАДОВОЇ НАВЧАННЯ НА ОП МАРКЕТИНГ

**Чи працюють/працювали випускники освітньої програми (спеціальності) у Вашій установі/підприємстві/організації?**  
(у % до відповілих)

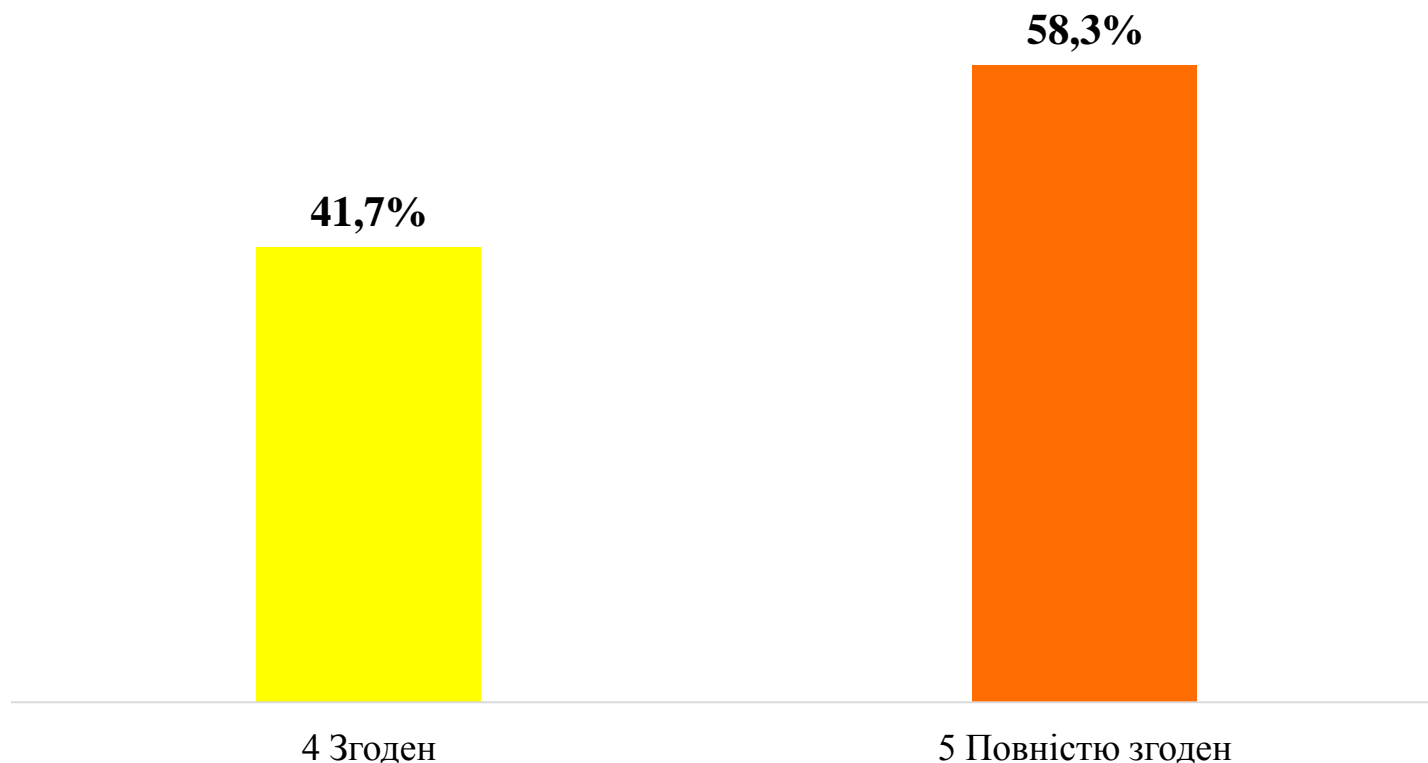


**Як Ви вважаєте чи суттєвим є розрив між теорією та практикою під час навчання на ОП?**  
(у % до відповілих)



# СПІВПРАЦЯ З КАФЕДРОЮ (ФАКУЛЬТЕТОМ)

**Факультет (кафедра) активно взаємодіє і співпрацює з роботодавцями**  
(у % до відповілих)





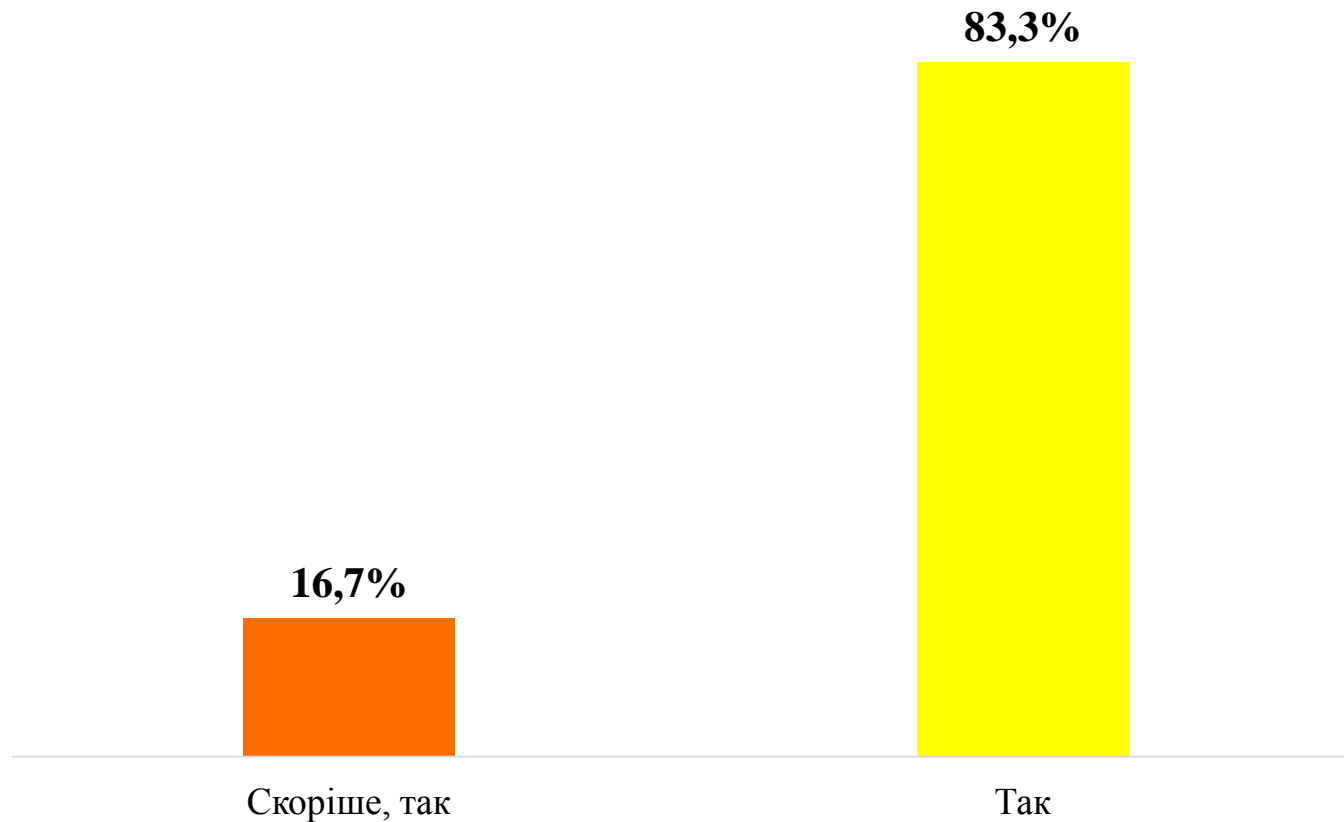
# СПІВПРАЦЯ З КАФЕДРОЮ (ФАКУЛЬТЕТОМ)

**Вкажіть, будь-ласка, якими є форми Вашої співпраці як роботодавця з факультетом (кафедрою)**  
*(відкрите запитання, кількість згадувань)*

Залучення до читання лекцій	<b>1</b>
Зустріч кафедри управління персоналом та маркетингу з роботодавцями, участь у зустрічах кафедри з роботодавцями	<b>3</b>
Участь в круглих столах	<b>4</b>
Працевлаштування випускників	<b>3</b>
Прийняття участі в конференціях	<b>6</b>
Співробітництво	<b>1</b>
Участь в зустрічі університету з роботодавцями	<b>1</b>
Участь в якості члена журі в конкурсі «Фестиваль реклами»	<b>1</b>
Надання бази практики, кафедра сприяє влаштуванню на практику	<b>6</b>
Встречи с выпускниками и учебным коллективом	<b>1</b>

# СПІВПРАЦЯ З КАФЕДРОЮ (ФАКУЛЬТЕТОМ)

**Вкажіть, будь-ласка, чи задоволені Ви результатами співпраці з факультетом (кафедрою) в цілому**  
(у % до відповівших)



# ЗАЛУЧЕННЯ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ НАВЧАННЯ НА ОП МАРКЕТИНГ

**Вкажіть, будь-ласка, які ресурси Ви могли б надати здобувачам чи викладачам освітньої програми з метою підвищення якості навчання?**  
*(відкрите запитання, кількість згадувань)*

Базу практики, надання практики для студентів, практика на підприємстві	7
Проведення практичних занять	1
Підвищення кваліфікації фахівців, читання проблемних лекцій за тематикою креативності маркетингу	1
Відкрита лекція	1
Практичний досвід	1
Практичні навички та знання з інтернет-маркетингу	1
Приклади авторських оригіналів, на яких можна було б відпрацьовувати редакторські навички	1
Стажкування викладачів, проведення практичних занять з теми підвищення ефективності просування послуг на ринку видавничої справи	1
Стажкування на базі підприємстві	1

## Які переваги, на Ваш погляд, має освітня програма? (відкрите запитання, кількість згадувань)

Використання в останньому процесі сучасних інноваційних технологій, практична орієнтація фахових дисциплін освітньою програми	1
Використання сучасних напрацювань	1
Враховує сучасні виклики ринку праці, адаптована до процесів глобалізації та інформатизації суспільства	1
Назва та зміст дисциплін освітньої програми та навчального плану відповідають сучасним тенденціям розвитку галузі маркетингу та ринку праці	1
Сильна теоретична база	1
Сучасність, всебічність	1
Урахування в змісті дисциплін тенденцій цифровізації економіки	1
Швидке та легке засвоєння наданої інформації студентами	1
«Адаптированная под реалии ведения и управления бизнесом.»	1
Стремиться к тандему	1
Важко сказати	2

**Які недоліки, на Ваш погляд, має освітня програма?**  
(відкрите запитання, кількість згадувань)

Слабкі практичні заняття - представлені завдання не відповідають вимогам ринку праці	1
Збільшити практичну складову фахової підготовки	1
Не стремитися к тандему	1
Недоліків немає; не знайдено недоліків; немає; на мій погляд, недоліки відсутні	6
Ніяких	1
Важко сказати	2

## Які Ви маєте побажання щодо покращення освітньої програми? (відкрите запитання, кількість згадувань)

Надавати більше практики, збільшити практичну складову фахової підготовки	5
Більше часів на вивчення іноземної мови, збільшити обсяг навчальних годин вивчення іноземної мови	2
Ввести до навчального плану дисципліни «Ефективна взаємодія з учасниками ринкового середовища», «Міжнародний інтернет-маркетинг»	1
Враховувати швидку зміну спеціальностей, тенденцій. Залучати професіоналів-практиків до занять	1
Збільшення годин навантаження з іноземної мови та введення дисципліни «Креативний маркетинг»	1
Дальше розвивать и усовершенствовать	1
Немає	1

## РЕКОМЕНДАЦІЇ

Варто посилити співпрацю з роботодавцями щодо:

1. Залучення їх до роботи по забезпеченню якості навчання на ОП (можливо у вигляді регулярних опитувань чи консультацій).
2. Врахування побажань роботодавців з приводу формування необхідних компетенцій у здобувачів.
3. Врахування за можливості, при оновленні чи перегляді змісту ОП, побажань роботодавців щодо переліку дисциплін.