

ЗВІТ

про результати опитування здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» Львівського національного університету природокористування

У червні 2024 року кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу Львівського національного університету природокористування провела опитування серед студентів, які навчаються за освітньою програмою «Маркетинг» на рівні бакалавра.

В опитуванні взяло участь 25 здобувачів вищої освіти, які навчаються за ОПП «Маркетинг».

Результати анкетного опитування використовуються для вдосконалення освітньої програми здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня, а також для покращення організації навчального процесу. Опитування студентів проводиться анонімно. Анкета була розроблена, конвертована в Google-форму та надіслана на електронні скриньки студентів із відповідним посиланням.

Анкета включала 15 запитань, а результати відповідей на них наведені нижче.

На запитання, наскільки вибрана вами спеціальність відповідає вашим пріоритетам і інтересам:

- 30,4% вказали, що відповідає повністю;
- 48,1% вказали, що це в основному відповідає дійсності;
- 16,6% вказали, що відповідає частково;
- 4,9% зазначили, що не відповідає.

Результати відповідей на запитання №1 виявили високий рівень відповідності (повністю та переважним чином) спеціальності пріоритетам та інтересам здобувачів.

На запитання про задоволеність студентів за відповідною спеціальністю навчальним процесом:

- 42,2% відповіли, що задоволені повністю;
- 40,2% зазначили, що в основному задоволені;
- 12,8% зазначили, що задоволені тільки частково;
- 4,8% відповіли, що не задоволені.

Відповіді студентів на запитання №2 свідчать про загалом високий рівень повної та часткової задоволеності навчальним процесом за спеціальністю «Маркетинг». Проте майже кожен восьмий студент висловив бажання внести корективи у свою навчальну траєкторію.

На запитання про те, як би студенти оцінили рівень якості своєї освіти:

- 53,9% охарактеризували її як досить високу.
- 34,4% вказали на її достатню якість;
- 5,8% зазначили, що вважають цю якість середньою.
- 5,9% вважають цю якість низькою.

Студенти, відповідаючи на це запитання, продемонстрували, що більшість з них позитивно оцінює якість навчального процесу, в якому беруть участь, зокрема, багато хто вважає цю якість високою або достатньою.

На запитання про те, як би як би Ви оцінили перспективи працевлаштування за спеціальністю, враховуючи організацію навчального процесу та якість освіти?

48,1% оцінили цю перспективу як таку, що має високу ймовірність відповідного працевлаштування за спеціальністю.

28,5% зазначили, що хоча така перспектива є ймовірною, вони вважають наявність інших, більш привабливих альтернатив;

17,5% оцінили цю перспективу як малоімовірну;

5,9% вказали, що, на їхню думку, така перспектива практично відсутня (неймовірна).

Результати відповідей студентів на запитання №4 свідчать про позитивні очікування та оцінки щодо можливого працевлаштування за спеціальністю. Проте умови економічного макросередовища суттєво впливають на ці очікування.

На запитання, як би ви оцінили рівень викладання дисциплін вашої спеціальності з боку викладачів?

59,8% вказали на високий рівень такого викладання;

35,4% зазначили, що даний рівень є достатнім;

4,8% відповіли, що вважають цей рівень низьким.

Відповіді на запитання №5 вказують на високу або позитивну оцінку рівня викладання навчальних дисциплін студентами. Кількість незадоволених студентів є відносно незначною.

На запитання, які недоліки в навчальному процесі помітили студенти?

59,8% зазначили, що не помітили очевидних недоліків у навчальному процесі;

13,7% вказали, що завеликою кількістю навчальних дисциплін є недолік;

9,5% вважають, що надмірна кількість пар є недоліком;

8,7% зазначили, що недостатня увага до дисциплін спеціальності є проблемою;

4,8% вказали на надмірну зосередженість навчального процесу на дисциплінах спеціальності як на недолік;

3,5% вважають, що навчання занадто відірване від практичних аспектів спеціальності.

У анкеті-опитувальнику було передбачено, що на запитання №6 можуть бути кілька відповідей. Більшість студентів не вказали на недоліки в навчальному процесі. Серед тієї меншості, яка їх помітила і диференціювала, переважна частина вказала на велику кількість пар і дисциплін, а також на недостатню частку спеціалізованих дисциплін і практичних занять у навчальному процесі.

На запитання про те, як студенти оцінюють важливість самостійної роботи під час навчального процесу?

38,5% зазначили, що вважають її рівноцінною іншим видам навчального процесу;

33,2% вказали, що вона менш важлива, аніж лекції;
28,3% відповіли, що вона менш важлива, аніж практичні/лабораторні роботи.

Відповіді студентів на запитання №7 свідчать про більшу зацікавленість у навчанні, яке передбачає колективне здобуття знань через лекції та практичні заняття. Це вказує на необхідність подальшої роботи для покращення розуміння студентами значення самостійної роботи у навчальному процесі.

На запитання, як студенти оцінюють свою залученість до діяльності, що не входить до обов'язкового навчального плану:

36,2% зазначили, що беруть участь у різних видах такої діяльності;
30,5% відповіли, що не залучені до цієї діяльності;
6,3% зазначили, що, крім навчання, вони також займаються творчою діяльністю;
6,8% вказали, що залучені до громадської діяльності;
4,9% зазначили, що беруть участь у науковій діяльності;
15,3% відповіли, що займаються іншими видами діяльності, окрім навчального процесу.

Відповіді на це запитання показали різноманітність інтересів студентів та високий рівень їх активності. Чимало студентів залучені до одного або кількох видів додаткової діяльності під час навчання.

У відповідь на запитання, як часто до навчального процесу залучаються практикуючі спеціалісти з відповідних предметів:

48,2% зазначили, що так, але переважно у формі позааудиторних заходів — конференцій, форумів, виступів, тренінгів тощо;
34,1% вказали, що так, це відбувається під час пар;
17,7% зазначили, що так, але недостатньо часто.

Відповіді на запитання №9 свідчать, що, на думку студентів, спеціалістів-практиків активно залучають до навчального процесу за освітньою програмою «Маркетинг», але переважно в позааудиторній формі, а не в аудиторних заняттях.

На запитання про те, які навчальні дисципліни за освітньою програмою «Маркетинг», на думку студентів, найбільше сприяють їхньому професійному розвитку:

18,5% вказали 1 дисципліну – «маркетинг»;
5,9% вказали 1 дисципліну – «логістика»;
9,9% вказали інші дисципліни, обравши по одній;
65,7% вказали від 3 до 5 дисциплін, серед яких найчастіше зазначали маркетинг, логістику, англійську мову, менеджмент та економіку.

Відповіді на запитання №10 свідчать про важливість цих дисциплін для підготовки маркетингових спеціалістів, згідно з думкою студентів.

На запитання про дисципліни, які студенти вважають необхідними для кращого освоєння спеціальності, яка б допомогла їм досягти професійного успіху, вони висловили свої думки та пропозиції:

34,3% вказали по одній такій додатковій дисципліні;
48,0% вказали від 2 до 4 таких додаткових дисциплін, серед яких найчастіше фігурували англійська мова, менеджмент, логістика, а також

зустрічались дипломатія, риторика, CRM-системи, креативний маркетинг, інтернет-маркетинг та рекламний менеджмент;

17,7% не конкретизували своїх пропозицій щодо таких дисциплін.

Відповіді на запитання №11 свідчать про зростаючу важливість вивчення іноземних мов, зокрема англійської, а також дисциплін, що стосуються взаємодії зі споживачами та міжнародними відносинами, для підготовки сучасних маркетингових спеціалістів, згідно з думкою студентів.

На запитання про пропозиції щодо покращення освітньої програми «Маркетинг» студенти висловили свої ідеї та рекомендації щодо можливих шляхів вдосконалення навчального процесу та змісту курсу:

7,6% зазначили, що потребують активнішого залучення спеціалістів-практиків до навчального процесу з дисциплін освітньої програми «Маркетинг»;

5,9% вказали на необхідність більш детального вивчення сучасного маркетингу;

28,6% не конкретизували своїх пропозицій з цього питання;

35,4% зазначили, що не мають пропозицій щодо вдосконалення освітньої програми «Маркетинг»;

22,5% вказали на потребу частіших візитів до підприємств, які працюють у сфері маркетингу, а також на збільшення кількості практичних занять у навчальному плані.

Відповіді на запитання №12 вказують на бажання студентів швидше переходити до виконання практичних завдань за спеціальністю «Маркетинг». Це також підкреслює необхідність створення умов для посилення самостійної роботи студентів, щоб підвищити їхню активність у навчальному процесі за цією освітньою програмою.

На запитання, як студенти оцінюють задоволеність освітньої програми «Маркетинг» їхнім потребам та інтересам:

76,2% вказали на повну відповідність;

13,1% зазначили, що в основному їхні потреби та інтереси задовольняються;

10,7% вказали, що їхні потреби та інтереси задовольняються лише частково.

Відповіді на запитання №13 свідчать про те, що освітнє середовище за спеціальністю ОПП «Маркетинг» задовольняє потреби та інтереси студентів. Проте для більшості з них це відбувається повністю, а для 13,1% — переважно. Кількість студентів, чия задоволеність потреб та інтересів є частковою, є відносно незначною.

На запитання, яка можливість у студентів реалізувати своє право на самостійний вибір освітніх компонентів та ознайомлення з навчальним контентом дисциплін вільного вибору за спеціальністю?

100 % зазначили про повну реалізацію власного права.

Відповіді на запитання №14 свідчать, що студенти спеціальності ОПП «Маркетинг» мають можливість повністю реалізувати своє право самостійно обирати освітні компоненти та ознайомлюватися з навчальним контентом дисциплін вільного вибору.

На запитання, яким чином викладачі оцінюють знання та навчальні досягнення студентів у процесі навчання:

95,1% зазначили, що оцінювання досягнень викладачами є об'єктивним;

4,9% вказали, що оцінювання є переважно об'єктивним.

Відповіді на запитання №15 свідчать про те, що процедура оцінювання навчальних досягнень студентів спеціальності ОПП «Маркетинг» сприймається як об'єктивна та справедлива. Лише один студент висловив думку, що оцінювання знань є переважно об'єктивним. Це вказує на загальну позитивну оцінку системи оцінювання серед студентів.