

ЗВІТ
за результатами проведеного опитування роботодавців за освітньо-професійною
програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти (2024-2025 н.р.)

Метою цього опитування є вивчення задоволеності роботодавців рівнем підготовки здобувачів вищої освіти за освітньою програмою (ОПП) «Маркетинг».

Термін проведення опитування – 2024-2025 навч. рік. Кількість респондентів – 5 осіб. Серед респондентів були віце-президент «Соллі+», директор ТОВ «Перша столиця», ТДВ "АТП-16363" та ін.

Узагальнені результати опитування відображені на діаграмах, поданих нижче.

Результати відповідей на окремі запитання анкети

1. Чи зацікавлені Ви у співпраці з ХНАДУ щодо організації практик, стажувань, дуального навчання здобувачів вищої освіти?

На це запитання всі респонденти (100%) відповіли так

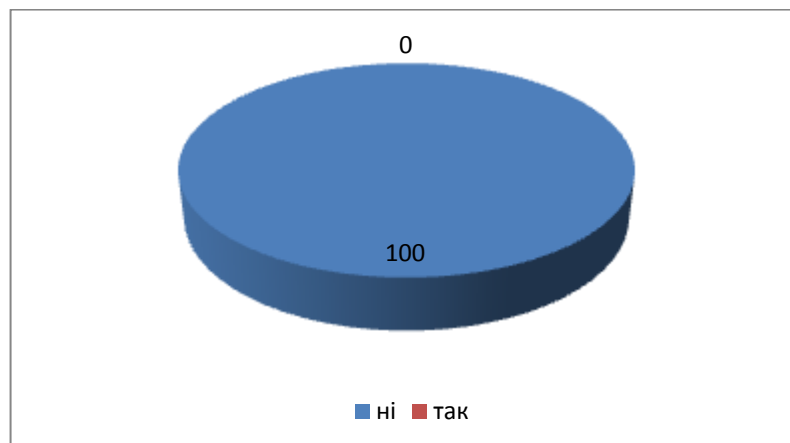
2. Чи вважаєте Ви, що випускники даної ОП затребувані на ринку праці?

100% респондентів відповіли, що випускники даної ОП є затребуваними на ринку праці

3. На скільки Ви зацікавлені в прийомі на роботу випускників даної ОП?



4. Чи працюють /працювали у Вашій установі/організації випускники даної освітньої програми (ОП)?



5. Випускники якого рівня освіти у вас працюють (працювали)?

Всі респонденти, у яких працювали/працюють випускники даної освітньої програми відповіли, що то були/є випускники рівня магістр.

6. Ви задоволені рівнем професійної підготовки випускників даної ОП, які

працюють/працювали у Вашій установі/організації?

100% респондентів, у яких працювали/працюють випускники даної освітньої програми задоволені їх рівнем підготовки

7. Чи забезпечує ОП формування тих компетентностей, які необхідні фахівцям для ефективної роботи у Вашій установі/організації?

100% респондентів, у яких працювали/працюють випускники даної освітньої програми зазначають, що ОП забезпечує формування тих компетентностей, які необхідні фахівцям для ефективної роботи у їхній установі/організації.

8. Які освітні компоненти (навчальні дисципліни) необхідно додати до ОП?

Маркетинг стартапів і підприємницьких ідей — орієнтований на здобуття практичних навичок створення та просування власних бізнесів. Digital-аналітика – аналітична обробка даних з Google Analytics, Data Studio, Power BI, для прийняття маркетингових рішень.

9. Ваші рекомендації щодо покращення якості освітньої ОП

Поглибити практичну складову навчання: залучати більше реальних кейсів і проєктів від бізнесу; розширити кількість годин на практичні заняття та командну роботу.

Висновки

100% роботодавців висловили зацікавленість у співпраці з ХНАДУ з питань організації практик, стажувань та дуального навчання. Це свідчить про високий рівень довіри до університету та відкритість до партнерства у підготовці фахівців. Всі респонденти підтвердили, що ОП забезпечує формування необхідних компетентностей, які є релевантними до реальних вимог робочих місць.

В цілому результати опитування демонструють високий рівень визнання якості підготовки по освітній програмі «Маркетинг» з боку роботодавців. Університет забезпечує формування фахових компетентностей, затребуваних у реальному бізнес-середовищі. Сформульовані роботодавцями пропозиції мають прикладний і прогностичний характер, що свідчить про готовність галузі до активної участі в удосконаленні змісту освіти.