

АНКЕТА ДЛЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ
щодо оцінювання та удосконалення освітньо-професійної програми «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Шановні стейкхолдери!

Кафедра маркетингу Академії праці, соціальних відносин і туризму проводить опитування з метою моніторингу та удосконалення освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг».

Метою опитування є визначення відповідності змісту освітньої програми сучасним тенденціям розвитку маркетингу, потребам ринку праці та професійної практики, а також отримання пропозицій щодо її подальшого удосконалення.

Ваші відповіді та пропозиції будуть розглянуті проєктною (робочою) групою під час моніторингу та перегляду освітньої програми.

1. Інформація про респондента

1.1. ПІБ: _____

1.2. Організація / підприємство / установа: _____

1.3. Посада: _____

1.4. До якої групи стейкхолдерів Ви належите?

- ☐ роботодавець
- ☐ представник професійної спільноти
- ☐ представник академічної спільноти
- ☐ випускник
- ☐ здобувач вищої освіти
- ☐ інше: _____

2. Загальна оцінка освітньої програми

2.1. Наскільки, на Вашу думку, ОПП «Маркетинг» відповідає сучасним потребам ринку праці?

- ☐ повністю відповідає
- ☐ переважно відповідає
- ☐ частково відповідає
- ☐ потребує суттєвого оновлення
- ☐ важко відповісти

2.2. Наскільки зміст ОПП відповідає сучасним тенденціям розвитку маркетингової науки та практики?

- ☐ повністю відповідає
- ☐ переважно відповідає
- ☐ частково відповідає
- ☐ не відповідає
- ☐ важко відповісти

2.3. Чи відповідає, на Вашу думку, зміст програми вимогам до підготовки сучасного магістра маркетингу?

- ☐ так, повністю
- ☐ переважно так
- ☐ частково
- ☐ ні
- ☐ важко відповісти

3. Актуальність професійних компетентностей

3.1. Оцініть важливість формування у магістрів маркетингу таких компетентностей:

Шкала: 1 — неважливо; 2 — маловажливо; 3 — помірно важливо; 4 — важливо; 5 — дуже важливо.

Компетентність / напрям підготовки	1	2	3	4	5
Стратегічне маркетингове мислення	☐	☐	☐	☐	☐
Маркетинговий менеджмент	☐	☐	☐	☐	☐
Маркетингова аналітика та робота з даними	☐	☐	☐	☐	☐
Цифровий маркетинг	☐	☐	☐	☐	☐
Електронна комерція	☐	☐	☐	☐	☐
Бренд-менеджмент	☐	☐	☐	☐	☐
Управління рекламними комунікаціями	☐	☐	☐	☐	☐
Дослідження поведінки споживачів	☐	☐	☐	☐	☐
Соціальний маркетинг та КСВ	☐	☐	☐	☐	☐
Сталий маркетинг	☐	☐	☐	☐	☐
Проектна діяльність	☐	☐	☐	☐	☐
Лідерство та управління командами	☐	☐	☐	☐	☐
Проведення маркетингових досліджень	☐	☐	☐	☐	☐
Використання сучасного спеціалізованого програмного забезпечення	☐	☐	☐	☐	☐

3.2. Які додаткові компетентності, на Вашу думку, необхідно формувати у сучасного магістра маркетингу?

4. Сучасні тенденції маркетингу

4.1. Які сучасні напрями та тенденції доцільно посилити в ОПІ?

Можна обрати декілька варіантів.

- ☐ штучний інтелект у маркетингу
- ☐ маркетингова аналітика та Big Data
- ☐ автоматизація маркетингу
- ☐ цифровий маркетинг
- ☐ електронна комерція
- ☐ омніканальний маркетинг
- ☐ персоналізація маркетингових комунікацій
- ☐ нейромаркетинг і сучасні дослідження поведінки споживачів
- ☐ соціальні мережі та контент-маркетинг
- ☐ бренд-менеджмент
- ☐ сталий маркетинг
- ☐ ESG та корпоративна соціальна відповідальність

- ☐ етика маркетингу та відповідальне використання даних
- ☐ інше: _____

4.2. Які цифрові технології та інструменти, на Вашу думку, повинен уміти використовувати сучасний магістр маркетингу?

5. Освітні компоненти ОПП

5.1. Які з наведених освітніх компонентів Ви вважаєте особливо важливими для професійної підготовки магістра маркетингу?

- ☐ Маркетинговий менеджмент
- ☐ Маркетингова аналітика
- ☐ Цифровий маркетинг і електронна комерція
- ☐ Бренд-менеджмент
- ☐ Рекламний менеджмент
- ☐ Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність
- ☐ Сталий маркетинг та трансформація ринку
- ☐ Проектна діяльність
- ☐ Лідерство та персональний розвиток
- ☐ Методологія наукових досліджень

5.2. Які освітні компоненти, на Вашу думку, необхідно посилити або оновити?

5.3. Які нові освітні компоненти Ви рекомендуєте включити до ОПП?

5.4. Чи є освітні компоненти, зміст яких доцільно об'єднати, скоротити або перенести до вибіркової частини програми?

- ☐ ні
- ☐ так

Якщо так, зазначте які та обґрунтуйте:

6. Практична підготовка

6.1. Наскільки важливою для магістра маркетингу є практична підготовка на підприємствах, в установах та організаціях?

- ☐ дуже важлива
- ☐ важлива
- ☐ помірно важлива
- ☐ неважлива

6.2. Які професійні завдання доцільно передбачити під час практичної підготовки магістрів маркетингу?

6.3. Які форми співпраці з роботодавцями доцільно посилити?

- ☐ проходження практики
- ☐ виконання реальних бізнес-кейсів
- ☐ гостьові лекції фахівців-практиків
- ☐ спільні проєкти з підприємствами
- ☐ участь роботодавців в оцінюванні студентських проєктів
- ☐ виконання кваліфікаційних робіт за проблематикою підприємств
- ☐ стажування
- ☐ інше: _____

7. Пропозиції щодо удосконалення ОПП

7.1. Що, на Вашу думку, є сильною стороною ОПП «Маркетинг»?

7.2. Які складові ОПП потребують удосконалення?

7.3. Які зміни Ви рекомендуєте внести до ОПП під час її наступного перегляду?

7.4. Які нові тенденції розвитку маркетингу необхідно враховувати кафедрі протягом найближчих 3–5 років?

7.5. Додаткові зауваження та пропозиції:

Дякуємо за участь в опитуванні!

Ваші пропозиції є важливою складовою системи моніторингу та удосконалення освітньо-професійної програми «Маркетинг» і сприятимуть забезпеченню її актуальності, практичної спрямованості та відповідності сучасним потребам ринку праці.