

Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

АНАЛІТИЧНА ДОВІДКА

щодо результатів анкетування здобувачів вищої освіти
за освітньо-професійною програмою
"Реклама і зв'язки з громадськістю"

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Упродовж квітня 2025 року проходило анонімне опитування здобувачів 2, 3 та 4 року навчання на освітній програмі «Реклама і зв'язки з громадськістю» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Кількість респондентів: 126

Опитування проводилось на платформі «Google Forms»

Посилання по анкету:

<https://forms.gle/mAMnUveFFtiiPn7J7>

Укладачі аналітичної довідки:

Нетреба Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю

Афанасьєв Ілля Юрійович, кандидат історичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю,

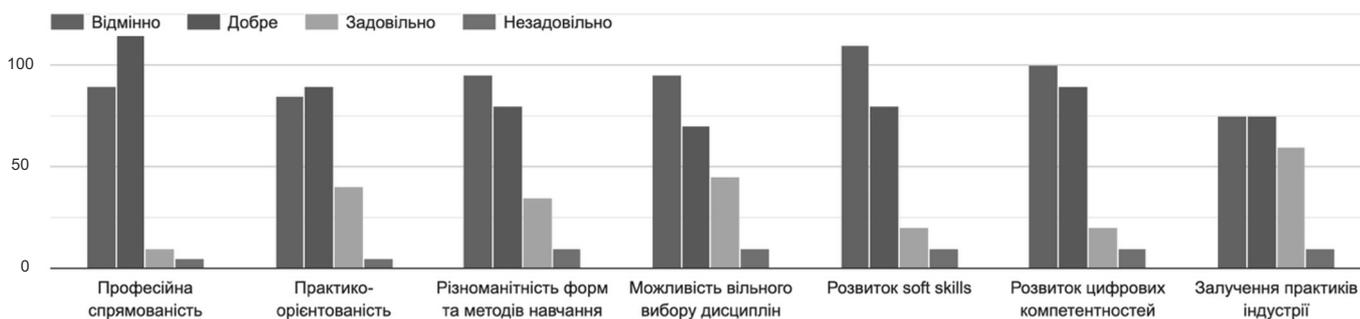
1. Курс навчання респондентів

У анкетуванні взяли участь 126 респондентів, серед яких 20% (25 студентів) навчаються на 2 курсі, 37% (47 студентів) – на 3 курсі та 43% (54 студенти) – на 4 курсі бакалаврату, що забезпечує репрезентативність вибірки з акцентом на випускників програми, які мають комплексне уявлення про весь освітній процес.

2. Оцінка основних характеристик освітньо-професійної програми

Студенти оцінювали ключові аспекти програми за чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Переважно, респонденти продемонстрували позитивне сприйняття програми.

2. Оцініть основні характеристики освітньо-професійної програми "Реклама та зв'язки з громадськістю"



Професійна спрямованість: 43% респондентів (54 студенти) дали за цією характеристикою оцінку «відмінно», 52% (65 студентів) — «добре», лише 4% (5 студентів) — «задовільно» та 1% (2 студенти) — «незадовільно». Отже, респонденти переважно вбачають чітку відповідність програми потребам майбутньої професії.

Практико-орієнтованість: 39% респондентів (49 студентів) дали оцінку «відмінно», 40% (50 студентів) — «добре», 18% (23 студенти) — «задовільно», 3% (4 студенти) — «незадовільно». Отже, переважна більшість респондентів задоволена практичною складовою навчання.

Різноманітність форм та методів навчання: 44% респондентів (55 студентів) дали оцінку «відмінно», 37% (46 студентів) — «добре», 18% (22 студенти) — «задовільно» та 2% (3 студенти) — «незадовільно». Більшість респондентів високо оцінює різноманітність застосовуваних на програмі навчальних методів та форм роботи.

Можливість вільного вибору дисциплін: 43% респондентів (54 студенти) дали оцінку «відмінно», 32% (40 студентів) — «добре», 21% (26 студентів) — «задовільно» та 4% (6 студентів) — «незадовільно». Респонденти загалом високо оцінюють ступінь академічної свободи у виборі навчальних курсів.

Розвиток «soft skills»: 51% респондентів (64 студенти) дали оцінку «відмінно», 36% (45 студентів) — «добре», 9% (11 студентів) — «задовільно» та 4% (6 студентів) — «незадовільно». Отримані дані свідчать про системну роботу програми над формуванням у студентів soft skills.

Розвиток цифрових компетентностей: 45% респондентів (57 студентів) дали оцінку «відмінно», 41% (52 студенти) — «добре», 9% (11 студентів) — «задовільно» та 5% (6 студентів) — «незадовільно». Такі високі оцінки свідчать про актуальність програми в контексті цифровізації.

Залучення практиків індустрії: 33% респондентів (42 студенти) дали оцінку «відмінно», 36% (45 студентів) — «добре», 27% (34 студенти) — «задовільно» та 4% (5 студентів) — «незадовільно». Хоча більшість респондентів високо оцінили цей аспект програми, частина студентів хочуть посилення практичного компонента через активнішу участь діючих фахівців сфери реклами та піар.

3. Дисципліни та тематика

Переважає більшість респондентів (близько 87 %) відповіли, що їх «усе влаштовує». Це свідчить про переважну задоволеність змістом програми. Водночас, окремі студенти висловили конкретні пропозиції:

- запит на поглиблення знань у сфері цифрового маркетингу, зокрема щодо таргетованої реклами;
- потреба у вивченні стратегій позиціювання та обрання напряму діяльності (нішування);
- ШІ в комунікаціях — актуальна тема, яка потребує окремої уваги в освітній програмі.

4. Важливість навичок сучасного фахівця (ТОП-5)

Студенти обирали п'ять найважливіших навичок для успішної кар'єри. Результати виявили чіткі пріоритети:

- 1) дослідження, аналітика, медіапланування (108 голосів);
- 2) публічні комунікації та самопрезентація (102 голоси);
- 3) робота з ШІ-інструментами (98 голосів);
- 4) SMM та ком'юніті-менеджмент (95 голосів);
- 5) брендинг та позиціонування (91 голос);
- 6) стратегічне планування комунікацій (88 голосів)

5. Достатність практичної підготовки

Оцінка респондентів :

- Так, повністю готовий/-а — 48% респондентів (60 студентів);
- Частково готовий/-а, потрібно більше практики — 43% респондентів (54 студенти);
- Скоріше ні, теорії більше — 7% респондентів (9 студентів);
- Важко відповісти — 2% респондентів (3 студенти).

Майже половина респондентів почуваються готовими до роботи, проте значна частина (43%) висловлює потребу в більш інтенсивній практичній підготовці, що узгоджується з пропозиціями у відкритих питаннях.

5. Чи достатньо Вам практичної підготовки для роботи в реальних проєктах?



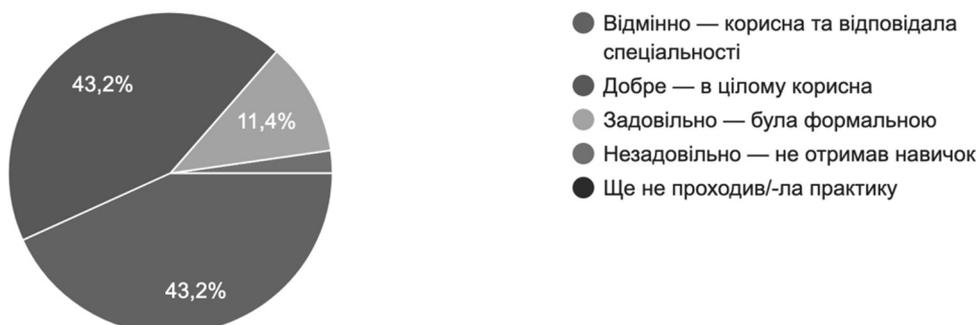
6. Якість організації практики

Оцінка респондентів, які проходили практику:

- «відмінно» — корисна та відповідає спеціальності — близько 43 % респондентів.
- «добре» — в цілому корисна — близько 43 % респондентів.
- «задовільно» — була формальною — близько 11 % респондентів.
- «незадовільно» — не отримав навичок — близько 2 % респондентів.

Загалом, близько 86 % студентів оцінили практику позитивно, що свідчить про ефективну організацію практичної підготовки. Водночас те, що близько 11 % вказали на формальний характер практики, потребує додаткової уваги до роботи кафедри з базами практики.

6. Оцініть якість організації практики (якщо проходили)



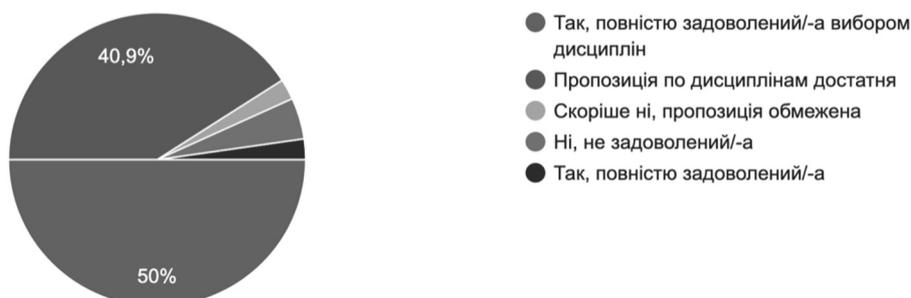
7. Задоволеність можливістю обирати дисципліни

Оцінка респондентів:

- Так, повністю задоволений/-а вибором дисциплін — 50 % респондентів.
- Пропозиція за дисциплінами достатня — близько 41 % респондентів.
- Скоріше ні, пропозиція обмежена — близько 7 % респондентів.
- Ні, не задоволений/-а — близько 2 % респондентів.

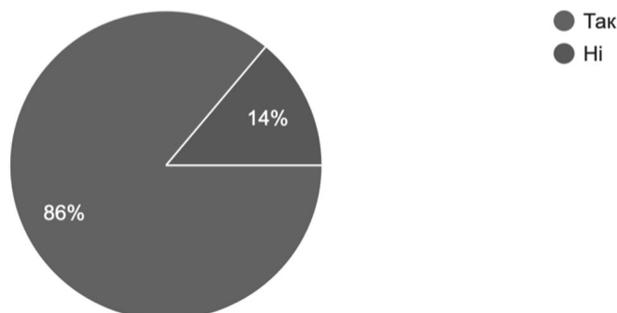
Отже, переважна більшість респондентів (близько 91 %) задоволені можливістю вибору дисциплін. Цим підтверджується гнучкість та варіативність освітньої програми.

7. Чи задоволені Ви можливістю обирати дисципліни з каталогу курсів?



8. Участь у неформальній освіті

8. Чи Ви проходили курси/тренінги по неформальній освіті (Coursera, Prometheus, EdEra, Udemy тощо)?



Абсолютна більшість студентів (86%) активно використовують платформи неформальної освіти (Coursera, Prometheus, EdEra, Udemy тощо), що свідчить про їхню зацікавленість у самоосвіті та прагнення додаткового професійного розвитку.

9. Доступність графіку навчального процесу

Переважна більшість респондентів (86%) позитивно оцінили доступність графіку навчального процесу, що свідчить про ефективну організацію та своєчасне інформування студентів щодо розкладу занять, сесій та практик.

10. Обізнаність щодо наслідків порушень академічної доброчесності

Оцінка респондентів :

- Так, добре обізнаний/-а — 35% респондентів (44 студенти);
- Скоріше так, маю загальне уявлення — 45% респондентів (57 студентів);
- Скоріше ні, знаю поверхово — 15% респондентів (19 студентів);
- Ні, не обізнаний/-а — 4% респондентів (5 студентів);
- Важко відповісти — 1% респондентів (1 студент).

Переважає більшість студентів (80%) мають уявлення про наслідки порушень академічної доброчесності, що свідчить про ефективну роботу кафедри з інформування здобувачів освіти.

Пропозиції щодо покращення освітньої програми

Відкриті відповіді респондентів формують чітке уявлення пріоритетів для вдосконалення програми. Найбільш виражений запит стосується інтенсифікації практичної підготовки через роботу з реальними проектами та регулярну взаємодію з діючими професіоналами індустрії.

Окремо відзначається запит на поглиблені курси з аналізом наукових досліджень, розширення можливостей для розвитку soft skills та впровадження міждисциплінарних курсів, що дозволить студентам формувати комплексне бачення професійної діяльності.

ВИСНОВКИ

Загальна оцінка програми студентами є високою, особливо щодо професійної спрямованості, цифрових компетентностей.

Переважає більшість студентів (близько 87 %) задоволені змістом програми, проте існує запит на посилення практичної складової, залучення більшої кількості експертів-практиків.

Ключові напрями вдосконалення програми: збільшення частки сучасного професійного досвіду, кількості реальних кейсів, регулярне запрошення практиків індустрії, відповідна актуалізація змісту навчальних дисциплін, особливо щодо ШІ та інших цифрових інструментів.

Високий ступінь залученості респондентів до неформальної освіти (86 %) свідчить про їхню готовність до самостійного професійного розвитку, індивідуальної освітньої траєкторії, відкритість до нових знань.