

2025

ОПИТУВАННЯ ВИПУСКНИКІВ

щодо якості освітньої програми
«Реклама і зв'язки з громадськістю»
першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти





ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Упродовж квітня 2025 року відбулося анонімне опитування випускників освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Кількість респондентів: 24.

Опитування проводилось на платформі «Google Forms»

Посилання по анкету:

<https://forms.gle/52ic4sreEhN5T2BH7>

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ АНКЕТУВАННЯ



1. Рік випуску

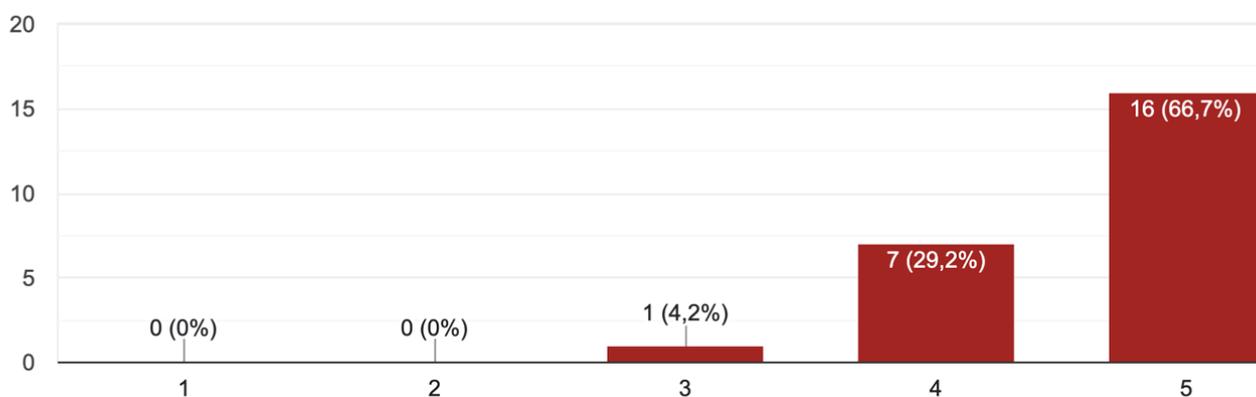
У опитуванні взяли участі респонденти, які завершили навчання на освітній програмі у 2024/2025 рр.

2. Задоволеність результатами навчання

Респонденти оцінювали свою задоволеність результатами навчання за п'ятибальною шкалою (1 – незадоволені, 5 – максимально задоволені). Результати демонструють дуже високий рівень задоволеності:

- **оцінка 5 – близько 67 %.**
- **оцінка 4 – 29 %.**
- **оцінка 3 – 4 %.**
- **оцінки 1 та 2 – 0%.**

2. Оцініть, на скільки Ви задоволені результатами навчанням за обраною освітньою (освітньо-професійною) програмою (1 – незадоволені, 5 – максимально задоволені)?
24 відповіді



3. Сучасність та практична орієнтованість програми

Респонденти оцінювали відповідність програми сучасним тенденціям та її практико-орієнтованість за шкалою від 1 (не відповідає) до 5 (повністю відповідає):

- **оцінка 5 – близько 63 %.**
- **оцінка 4 – близько 33 %.**
- **оцінка 3 – 4 %.**
- **оцінки 1 та 2 – 0 %.**

Близько 96 % респондентів оцінили програму як сучасну та практико-орієнтовану (оцінки 4 та 5), що є одним із важливих підтверджень високого рівня актуальності змісту та методів навчання.



4. Оволодіння соціальними навичками («soft skills»)

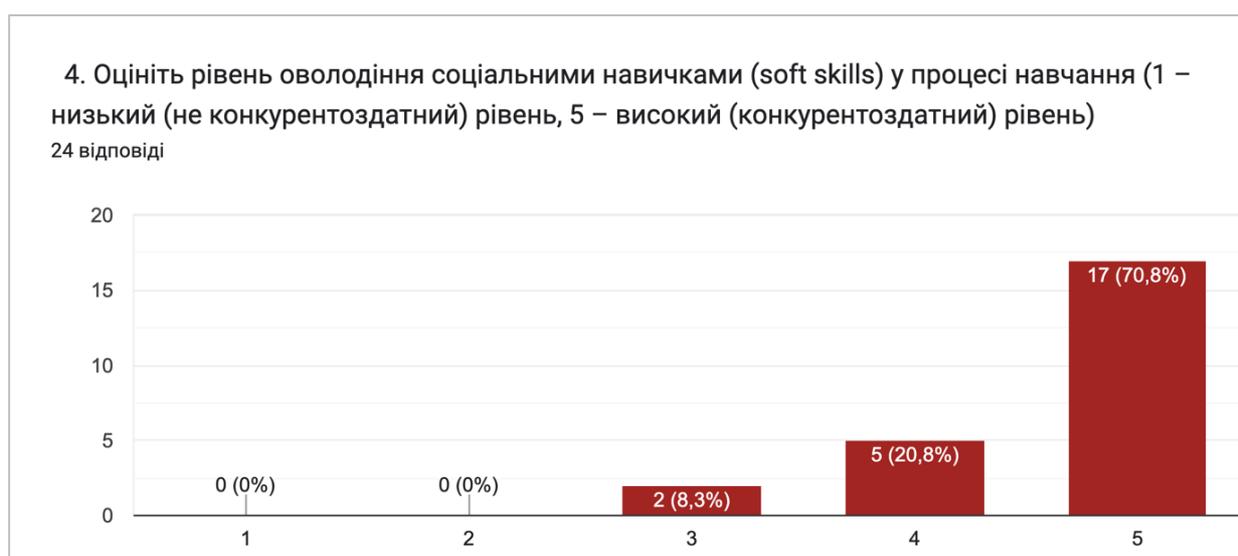
Респонденти оцінювали рівень оволодіння «soft skills» у процесі навчання за шкалою від 1 (низький, неконкурентоздатний) до 5 (високий, конкурентоздатний):

оцінка 5 – близько 71 %.

оцінка 4 – близько 21 %.

оцінка 3 – близько 8 %.

оцінки 1 та 2 – 0 %.



Близько 92 % респондентів оцінили свій рівень «soft skills» як високий та конкурентоздатний (оцінки 4 та 5), Це є вагомим додатковим підтвердженням ефективності освітньої програми у формуванні соціальних умінь і навичок, що критично важливо для професійного успіху в рекламі та зв'язках із громадськістю.

5. Дисципліни, які необхідно ввести до навчального плану

Відповіді випускників на це питання конкретизують та доповнюють попередній блок пропозицій:

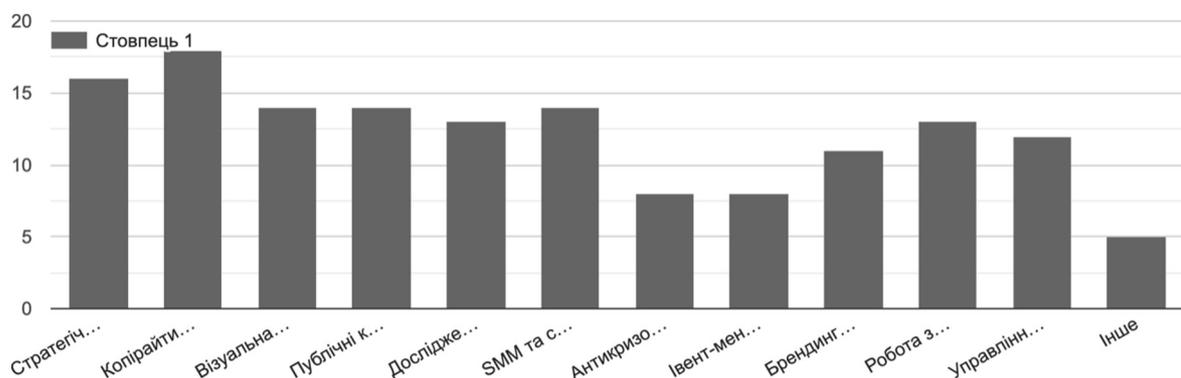
- **SMM та стратегія соціальних мереж:** повноцінна дисципліна з ведення сторінок брендів, просування, комунікації зі споживачем, позиціонування через соціальні мережі.
- **Штучний інтелект у професійній діяльності:** навчання використанню ШІ для полегшення роботи, створення фото та відео контенту, систематизації рутинних процесів.
- **Таргетована реклама та performance-маркетинг:** курс, що охоплює роботу з рекламними кабінетами «Meta» й «Google», налаштування кампаній, аналіз результатів, оптимізацію бюджетів.
- **Особистий бренд і кар'єрний розвиток:** портфоліо, самопрезентація, фріланс, вихід на міжнародний ринок.

Позитивні відгуки: деякі респонденти зазначили, що університет надає достатньо виборчих дисциплін, де кожен може знайти все потрібне.

6. Важливість навичок сучасного фахівця (ТОП-5 з професійного досвіду)

Респонденти и обирали п'ять найважливіших навичок, з огляду на їхній професійний досвід.

1. **Копірайтинг та контент-стратегія** – 18 голосів.
2. **Стратегічне мислення** – 16 голосів.
3. **Візуальна комунікація** – 14 голосів.
4. **Публічні комунікації** – 14 голосів.
5. **SMM та соціальні мережі** – 14 голосів.

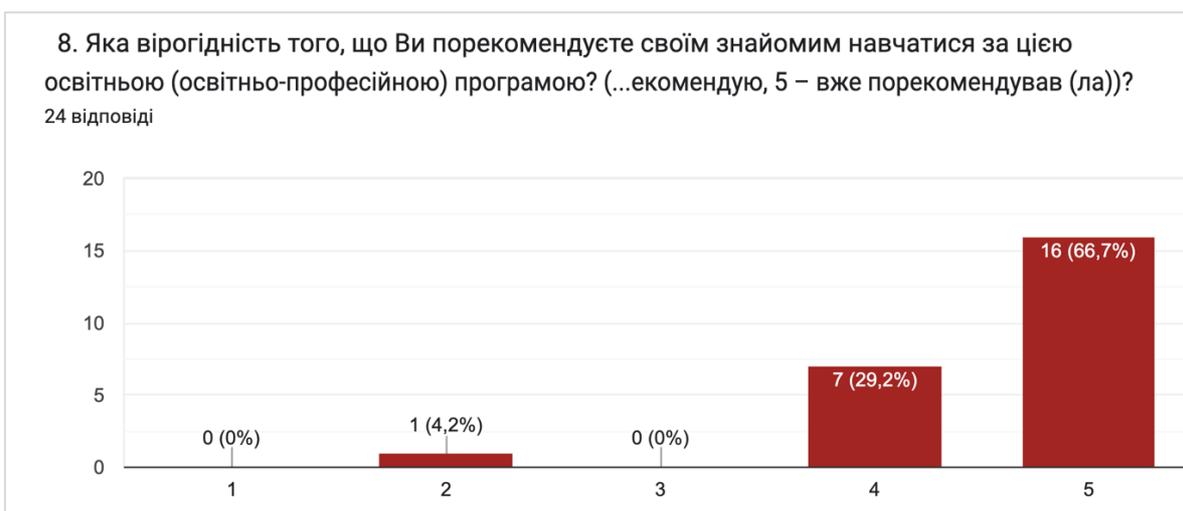


8. Вірогідність рекомендації програми

Випускники оцінювали, наскільки ймовірно вони порекомендують програму своїм знайомим (1 – нікому не порекомендую, 5 – вже порекомендував):

- **оцінка 5 (вже порекомендував)** – близько 67 %;
- **оцінка 4** – близько 29 %;
- **оцінка 3** – 0 %;
- **оцінка 2** – близько 4 %;
- **оцінка 1** – 0 %.

Близько 96 % респондентів-випускників готові рекомендувати програму (оцінки 4 та 5), причому дві третини вже це зробили.



9. Пропозиції щодо покращення освітнього процесу

Аналіз відкритих відповідей виявив декілька ключових напрямів для вдосконалення.

Збільшення практичної орієнтації

- Найчастіша пропозиція – більше практики на базі профільних компаній з конкретними завданнями та зворотним зв'язком від менторів-роботодавців, робота з реальними брендами, клієнтами та проектами. Пропонується збільшити кількість гостьових лекцій від власників агенцій, креаторів, PR-менеджерів.

Розширення вибору баз практики

- Пропонується розширити бази практики в сучасних українських компаніях, додати можливість екскурсій у рекламні та маркетингові агенції, щоб студенти могли ознайомитися з базою практики.

Практичні навички роботи з новими цифровими інструментами

- Більше практики зі створення візуальних креативів, брендинг-матеріалів, digital-реклами, ШІ контенту.



Адаптація до специфіки ринків

- Більше інформації про B2B-ринок (здебільшого програма орієнтована на B2C).



ВИСНОВКИ

1. Респонденти-випускники демонструють високий рівень задоволеності освітньою програмою: близько 96 % задоволені результатами навчання (оцінки 4-5), також близько 96 % вважають програму сучасною та практико-орієнтованою, близько 92 % оцінюють свій рівень «soft skills» як конкурентоздатний.
2. 96 % респондентів готові рекомендувати програму, причому близько 67 % вже це зробили. Це свідчить про сильну лояльність випускників та високу якість програми.
3. Ключові напрями вдосконалення програми, на думку респондентів, включають: посилення практичної складової – роботи з реальними проектами та брендами; поглиблене вивчення цифрового маркетингу та таргетованої реклами, системне навчання роботі з ШІ, додавання дисциплін з SMM-стратегії, курсу з особистого бренду та кар'єрного розвитку тощо.
4. Програма отримала позитивну оцінку за якісну теоретичну базу та розвиток «soft skills».
5. Позитивні відгуки переважної більшості респондентів підтверджують, що програма надає достатню основу для професійного розвитку, формує конкурентоздатних фахівців та забезпечує успішний старт кар'єри у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.