

Визначення думки стейкхолдерів стосовно якості освіти здобувачів вищої освіти та вивчення ставлення роботодавців до ОПП "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти

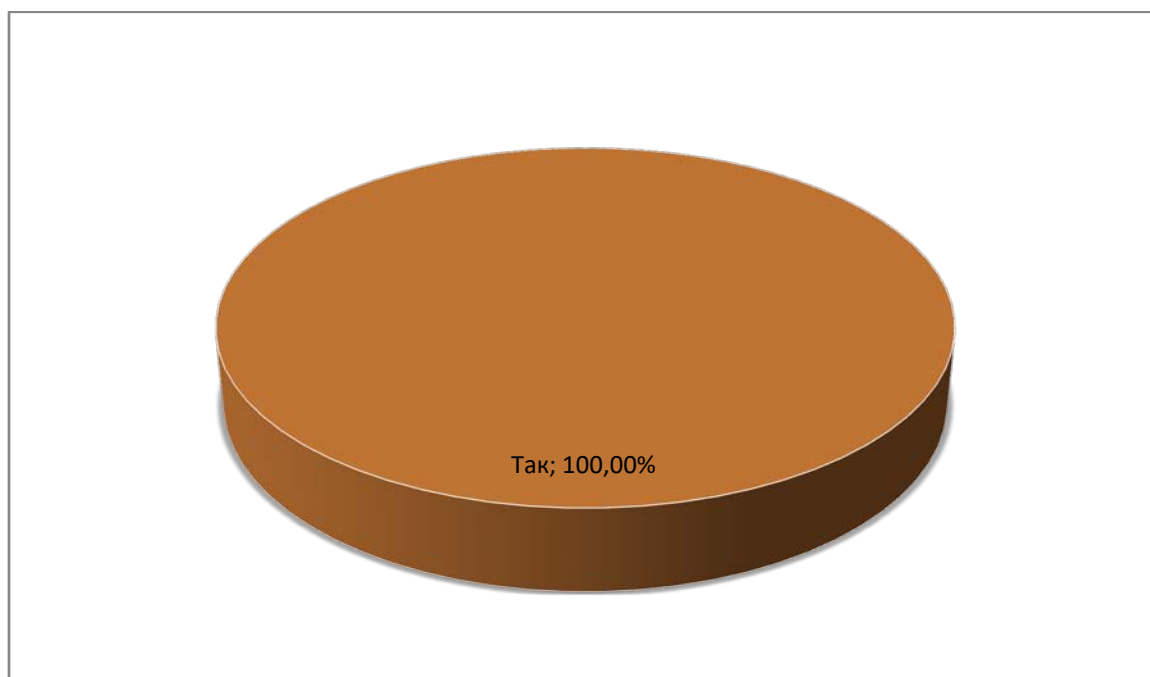
Метою анкетування було вивчення ставлення роботодавців та випускників (зовнішніх стейкхолдерів) до освітньої програми 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем в ЦНТУ.

1. Зазначте назву вашого підприємства, установи, організації, яку ви представляєте

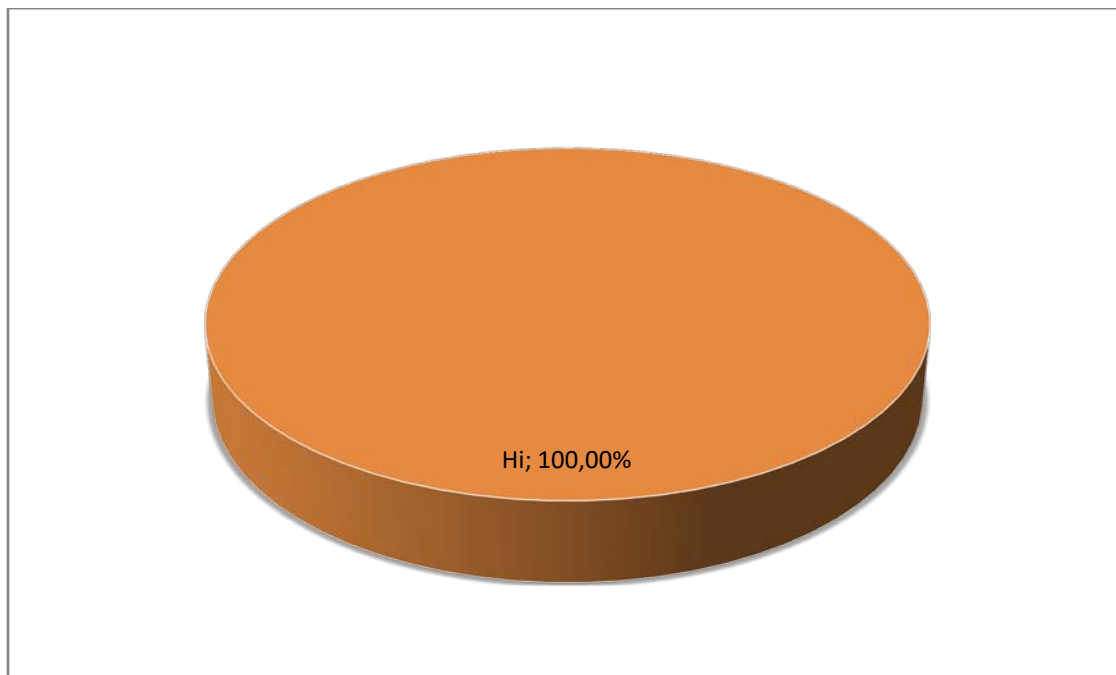
ПАТ «НВП Радій»

ТОВ «Завод Дзеркальник»

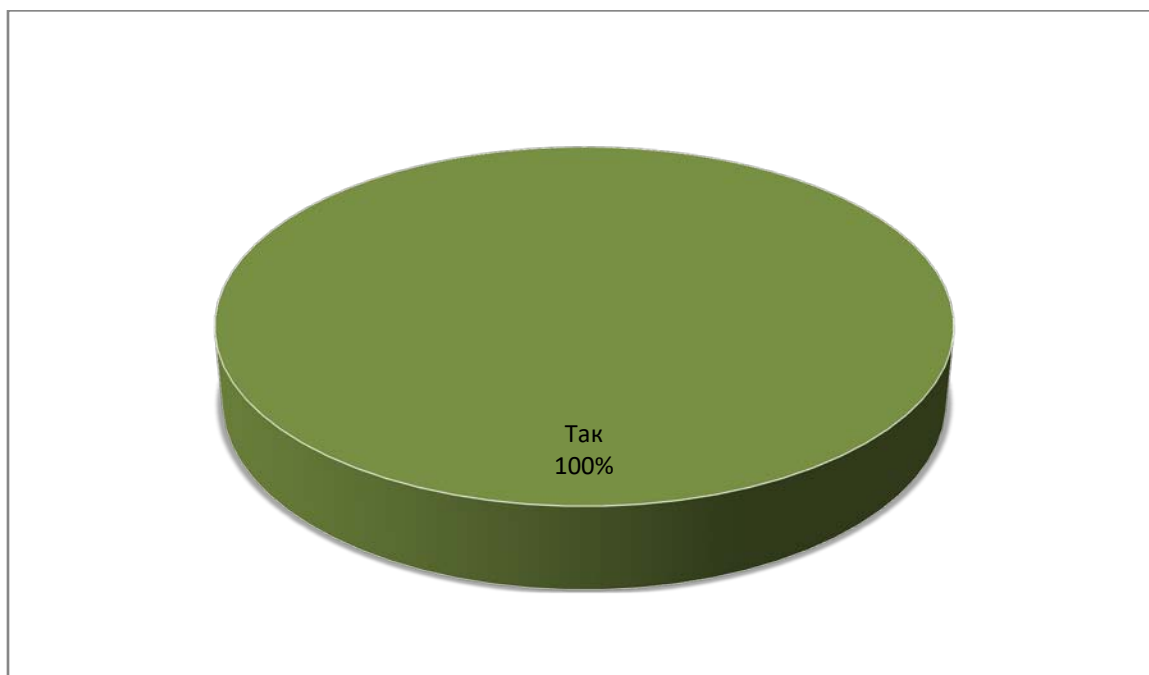
2. Чи пов'язана діяльність Вашої установи, організації, підприємства з ОПП «Маркетинг» університету?



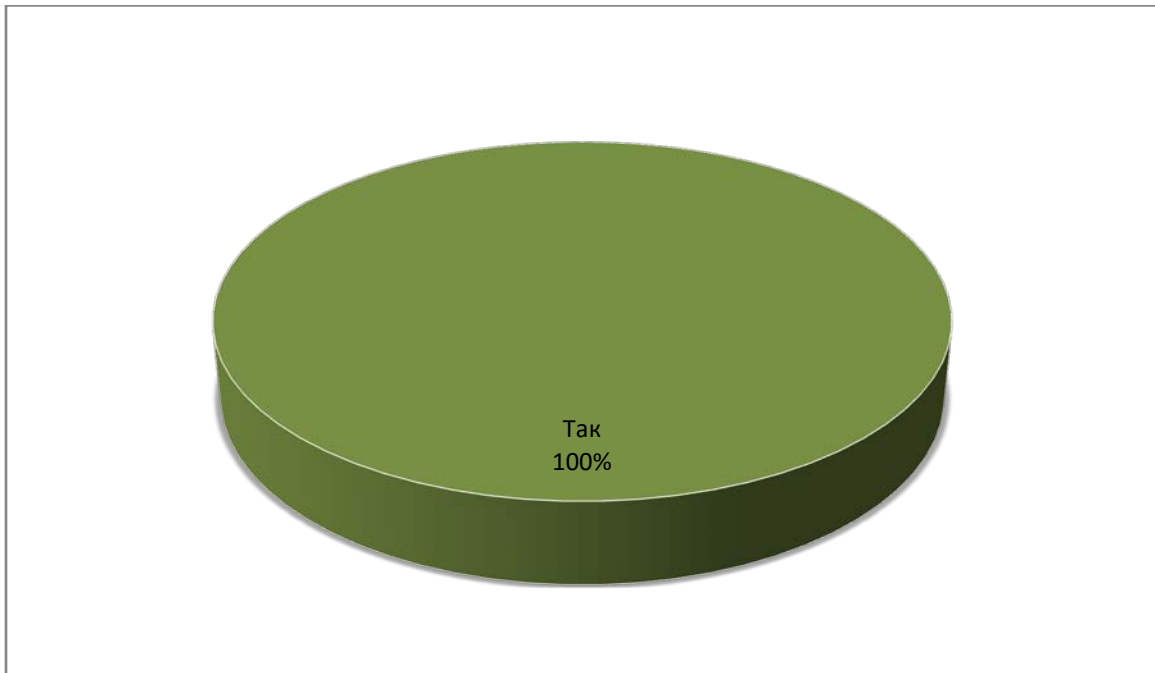
Чи задоволена повністю, на Вашу думку, потреба у фахівцях ОПП «Маркетинг» в Кіровоградській області?



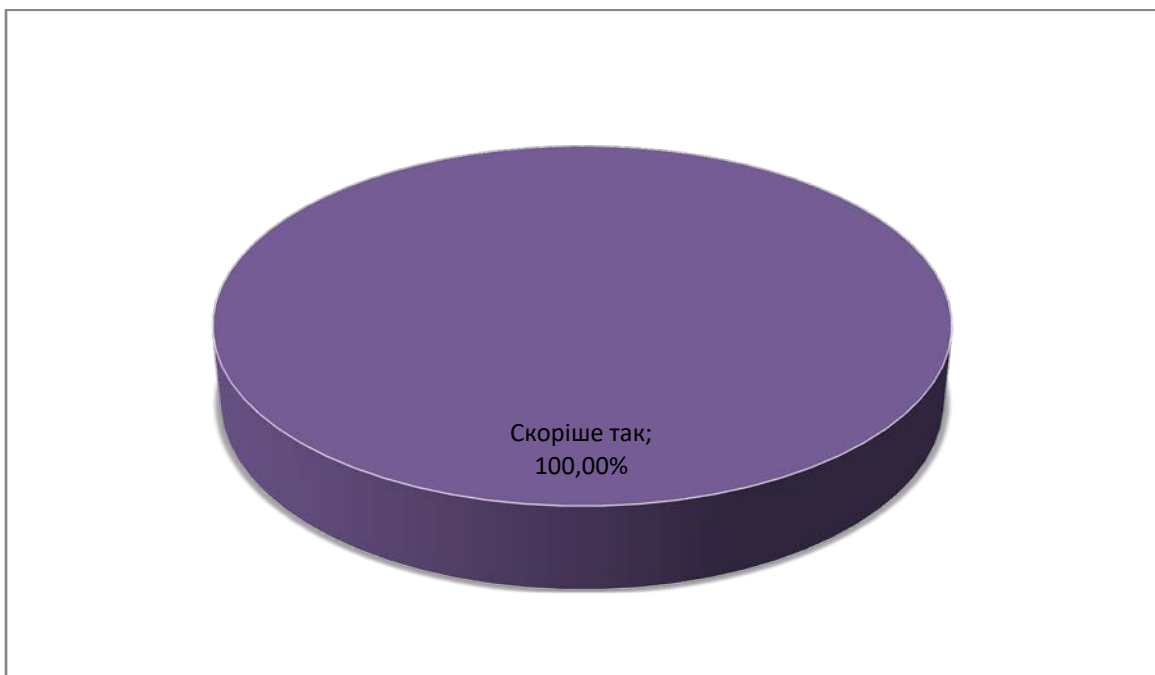
4. Чи відповідають загальні компетентності, набуті здобувачами вищої освіти ОПП «Маркетинг» ЦНТУ Вашим очікуванням і потребам, як роботодавця?



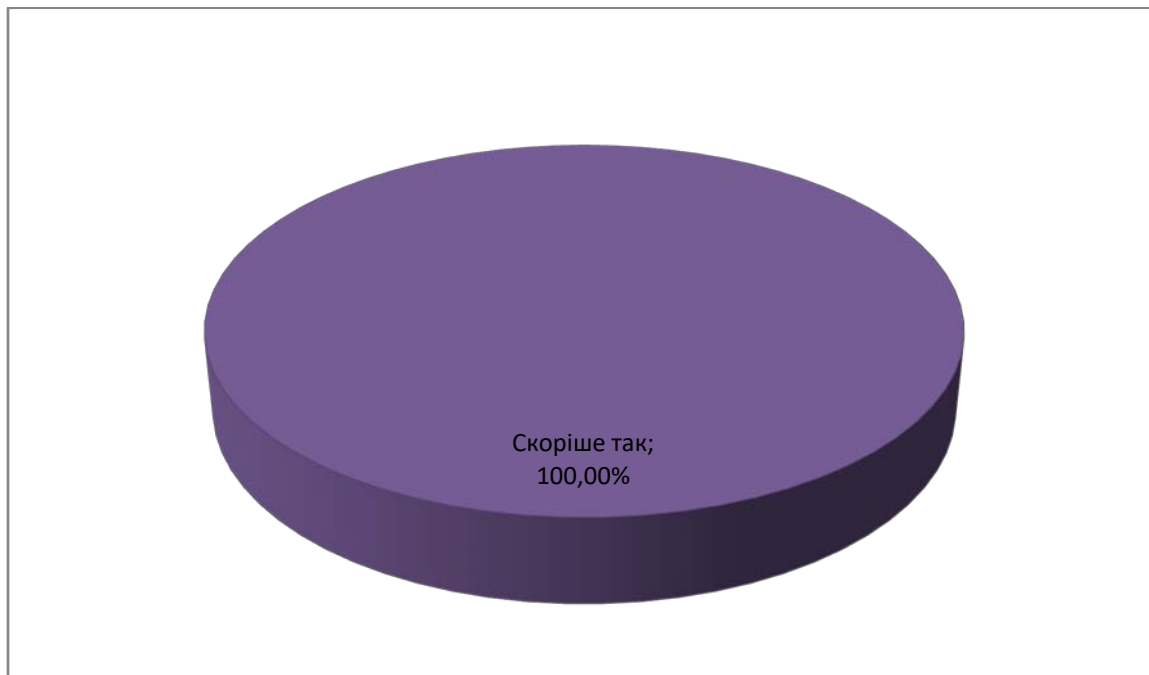
5. Чи відповідають спеціальні (фахові) компетентності, набуті здобувачами вищої освіти ЦНТУ Вашим очікуванням і потребам , як роботодавця?



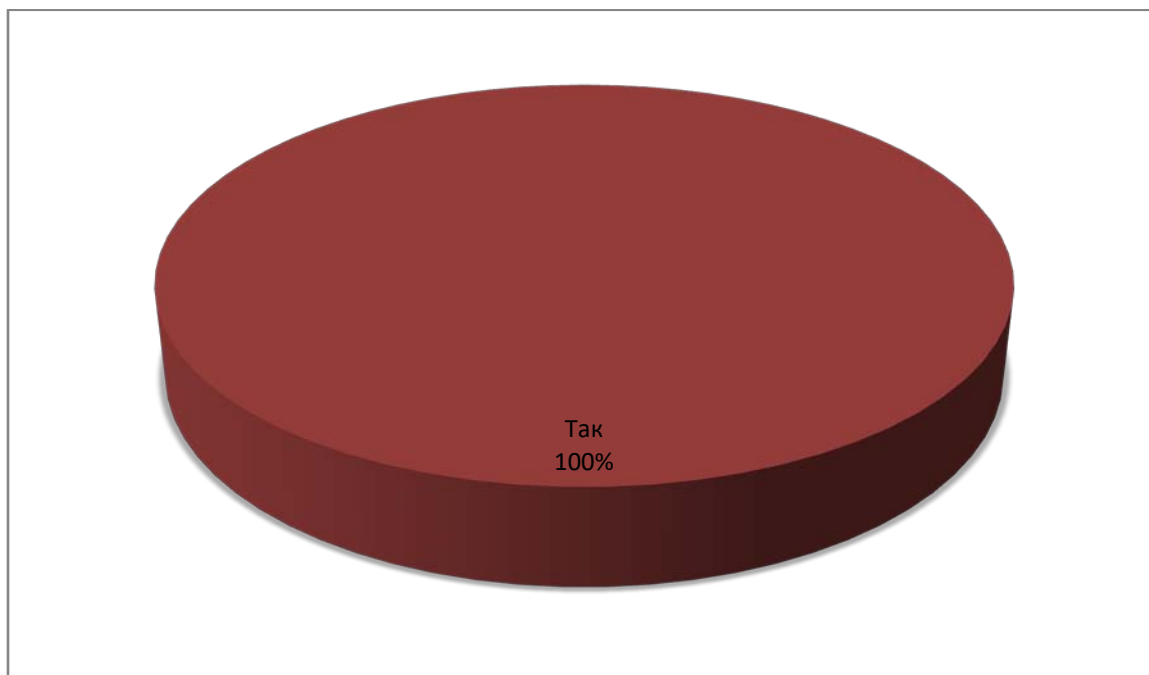
6. Чи задоволені Ви, як роботодавець, якістю підготовки фахівців ОПІ «Маркетинг» в ЦНТУ?



7. Чи достатній рівень конкурентоспроможності випусників ОПП «Маркетинг» в ЦНТУ?



8. Чи є, на Вашу думку перспектива розвитку ОПП «Маркетинг» в ЦНТУ?

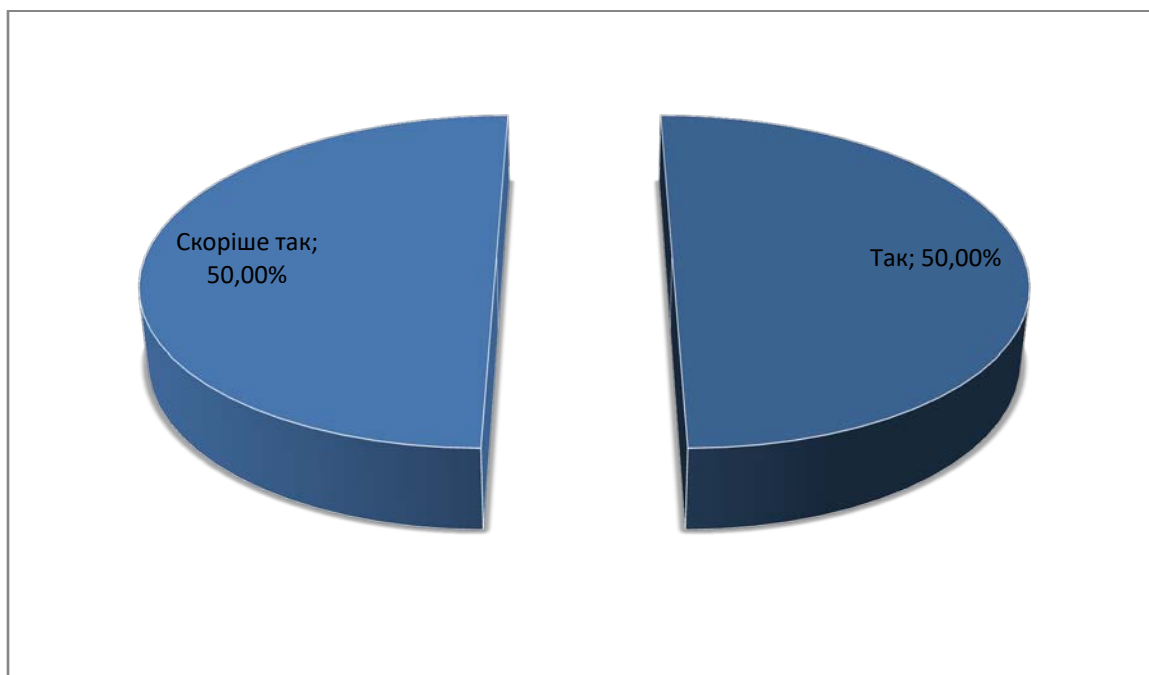


9. Вкажіть напрямки залучення та взаємодії роботодавців до ОПШ «Маркетинг» та що, на Вашу думку, слід було б додати до існуючого

Вважаємо за доцільне запропонувати можливість запрошення провідних фахівців маркетингових відділів успішних підприємств на захисти кваліфікаційних робіт здобувачів. Це мало б подвійне корисне значення: для практиків - почути новітні ідеї за підсумками досліджень, для здобувачів – дізнатися думку практиків і можливо отримати запрошення на співбесіду з метою подальшого працевлаштування.

Побажання стейкхолдерів щодо тісної взаємодії профільної кафедри з підприємствами, поліпшення якісної виробничої практики здобувачів.

10. Чи достатній обсяг практичної підготовки, практичних навиків і знань, яких здобувач вищої освіти набуває під час проходження практики Вашим очікуванням і потребам , як роботодавцями?



11. Вкажіть подальші бажані шляхи та напрями вдосконалення співпраці між ЦНТУ та Вашою установою , організацією, підприємством, як роботодавцями.

Доречно було б акцентувати увагу на розробці компетентності маркетингу в соціальних мережах та пов'язувати вирішення складних завдань з використанням цифрових технологій, що і передбачає цифровізація економіки

Вважаємо за доцільне зосередити окрему увагу на виокремленні у змісті програмних компетентностей – інтегральної, а також загальних та фахових. Їх аналіз дозволить підкреслити, що перелік наведених компетентностей дійсно важливі для успішної практичної діяльності маркетолога.