

ДОВІДКА

про результати опитування академічної спільноти щодо ОП "Реклама і зв'язки з громадськістю" (перший (бакалаврський) рівень вищої освіти) 2024-2025

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОПИТУВАННЯ

Мета опитування	Оцінка якості освітньої програми представниками академічної спільноти
Форма проведення	Онлайн-анкетування (Google Forms)
Період проведення	Вересень 2024 - лютий 2025 року
Кількість респондентів	12 викладачів з різних ЗВО України
Профіль респондентів	Професори, доценти, викладачі з суміжних спеціальностей

Профіль респондентів

		%
Посада	Професори: 3, Доценти: 7, Викладачі: 2	25% / 58% / 17%
Науковий ступінь	Доктори наук: 3, Кандидати наук: 8, Без ступеня: 1	25% / 67% / 8%
Географія	12 українських університетів	—

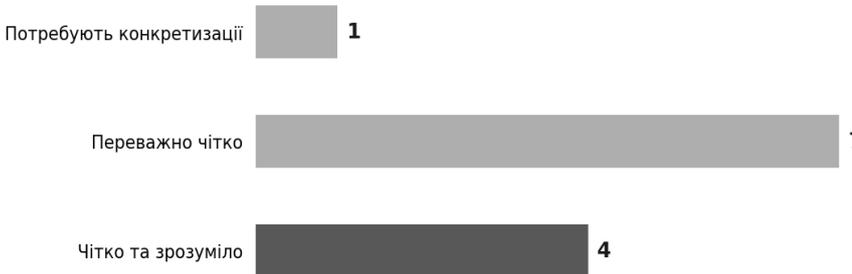
БЛОК 1. ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ПРОГРАМИ

Відповідність цілей програми сучасним тенденціям

75% респондентів (9 осіб) підтверджують, що цілі програми повністю або переважно відповідають сучасним тенденціям розвитку спеціальності та потребам ринку праці. Лише 1 респондент вказав на часткову відповідність.

Чіткість формулювання програмних результатів навчання

Чіткість формулювання програмних результатів навчання



Переважна більшість (83,3%) оцінюють формулювання ПРН як чіткі або переважно чіткі.

Логічність структури освітніх компонентів

91,7% респондентів підтверджують логічність та послідовність структури освітніх компонентів програми.

БЛОК 2. ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТАМ ТА НАУКОВІЙ БАЗІ

Відповідність стандарту вищої освіти

За результатами опитування, усі 100% респондентів одноставно підтверджують, що освітня програма "Реклама і зв'язки з громадськістю" повністю враховує вимоги відповідного стандарту вищої освіти.

Академічна доброчесність

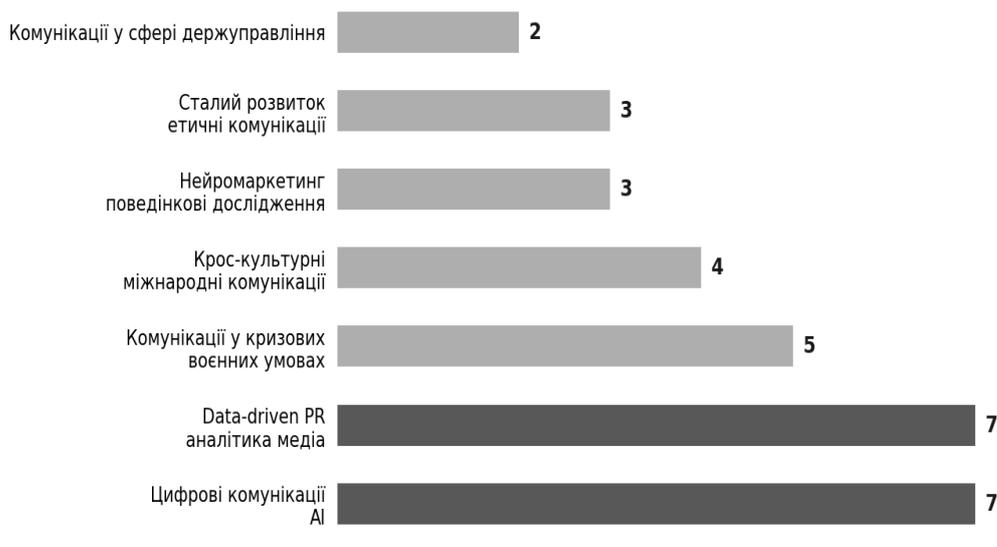
Усі 100% опитаних представників академічної спільноти підтверджують, що програма забезпечує формування культури академічної доброчесності у студентів. Це є важливим показником якості освітньої програми та її відповідності сучасним академічним стандартам.

Програма демонструє повну відповідність академічним стандартам та формує у студентів культуру академічної доброчесності, що підтверджується думкою всіх респондентів опитування.

БЛОК 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

Відповідність програмних результатів навчання актуальним науковим дослідженням

Перспективні наукові напрямки для включення до програми



За результатами опитування, 83,4% респондентів підтверджують, що програмні результати навчання повністю або частково відповідають актуальним науковим дослідженням у галузі реклами, PR та комунікацій. Зокрема, 41,7% (5 осіб) оцінили відповідність як повну, ще 41,7% (5 осіб) — як часткову. Така відповідність, підтверджена майже половиною респондентів, свідчить про те, що програма спирається на сучасні наукові досягнення у сфері комунікацій та інтегрує актуальні дослідницькі підходи у навчальний процес.

Часткова відповідність, відзначена другою половиною респондентів, вказує на динамічну природу галузі, де наукові дослідження постійно оновлюються, особливо у таких

напрямах як: цифрові комунікації та AI-технології; нейромаркетинг та поведінкові дослідження; data-driven підходи в PR; комунікації в умовах кризи та війни.

БЛОК 4. АКАДЕМІЧНА СПІВПРАЦЯ

Формати співпраці, що цікавлять респондентів



Результати опитування демонструють високу зацікавленість представників академічної спільноти у співпраці з кафедрою. Найпопулярнішими форматами виявились:

1. Гостьові лекції та спільні публікації й конференції — по 66,7%. Ці формати є найбільш затребуваними, оскільки поєднують швидку реалізацію з високою ефективністю для обміну досвідом.
2. Круглі столи та методичні семінари — 50%. Половина опитаних зацікавлена у професійному діалозі та обміні.
3. Спільні наукові дослідження — 33,3%. Третина готова до наукової співпраці через дослідницькі проекти.

Також респонденти окреслили інші формати: розробка спільних курсів (25%), взаємне рецензування програм (16,7%), академічна мобільність (16,7%) та участь у захистах (16,7%).

КЛЮЧОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ АКАДЕМІЧНОЇ СПІЛЬНОТИ

На основі відкритих відповідей респондентів було виділено такі напрямки для вдосконалення освітньої програми:

1. Цифрові технології та штучний інтелект. Найчастіше респонденти рекомендують створити спеціалізовану лабораторію для роботи з AI-інструментами безпосередньо в освітньому процесі. Також пропонується додати окремий курс з data-driven комунікацій, що навчатиме студентів працювати з метриками, аналітикою та даними для прийняття комунікаційних рішень. Це відповідає глобальному тренду на цифровізацію галузі та є важливим для конкурентоспроможності випускників.

2. Кризові комунікації в умовах війни. Респонденти наголошують на необхідності розробити окремий модуль з комунікацій в умовах кризи та воєнного стану. Ця тема є актуальною для України і може стати конкурентною перевагою програми на міжнародному рівні.

3. Нові перспективні напрямки. Академічна спільнота рекомендує інтегрувати до програми такі актуальні теми як нейромаркетинг та поведінкові дослідження, оскільки ці напрямки є глобальними трендами у корпоративних комунікаціях та критично важливі для майбутнього працевлаштування випускників.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

За результатами опитування 12 представників академічної спільноти з університетів України освітня програма "Реклама і зв'язки з громадськістю" демонструє високий рівень якості та відповідності сучасним академічним стандартам.

Програма отримала високі оцінки за ключовими показниками якості. Чіткість формулювання програмних результатів навчання отримала 83,3% позитивних оцінок, що вказує на зрозумілість та вимірюваність очікуваних компетентностей випускників. Логічна структура освітніх компонентів отримала ще вищу оцінку — 91,7% підтвердження, що демонструє продуману послідовність та узгодженість навчального плану.

Представники академічної спільноти виявили готовність до різних форматів співпраці з кафедрою, що свідчить про високу репутацію програми у професійному середовищі та довіру колег.

Підсумок: Освітня програма "Реклама і зв'язки з громадськістю" має хороший академічний фундамент із відповідністю стандартам та доброчесності, високою оцінкою структури та змісту. Стратегічними пріоритетами розвитку програми є цифрова трансформація через AI та data-driven підходи, адаптація до викликів воєнного часу через кризові комунікації та інтеграція у глобальний освітній простір через інтернаціоналізацію.

Довідку підготував:



Гарант освітньої програми
"Реклама і зв'язки з
громадськістю"
Нетреба М.М.

Дата: 16 лютого 2025