

**Львівський національний університет імені Івана Франка**

**Економічний факультет**

**Кафедра маркетингу**

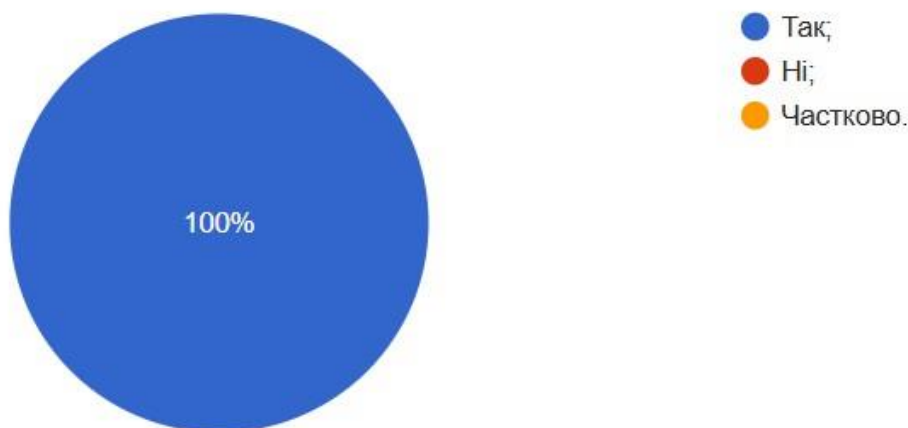
**Рівень задоволеності здобувачів III рівня вищої освіти методами навчання  
і викладання ОНП «Маркетинг»**

Проведено комбіноване опитування здобувачів. В опитування включено: закриті запитання з одним варіантом відповіді, відкриті та рейтингові запитання. Результати опитування подано нижче.

**РОЗДІЛ 1. Оберіть варіант відповіді**

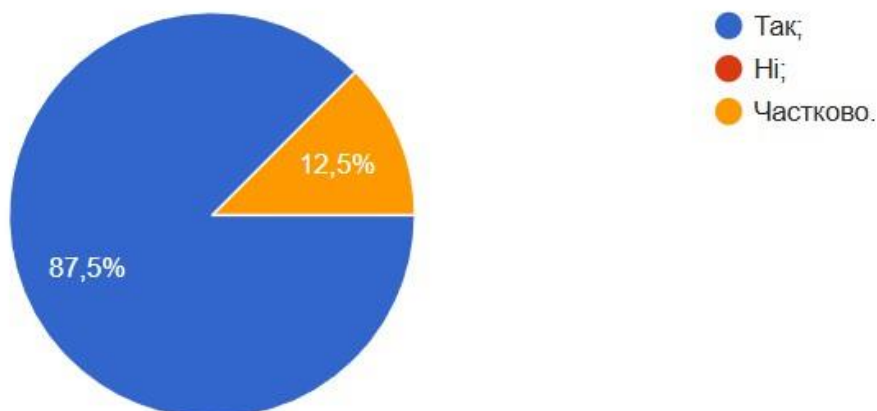
1. Чи ознайомлені ви із освітньо-науковою програмою «Маркетинг»?

8 відповідей



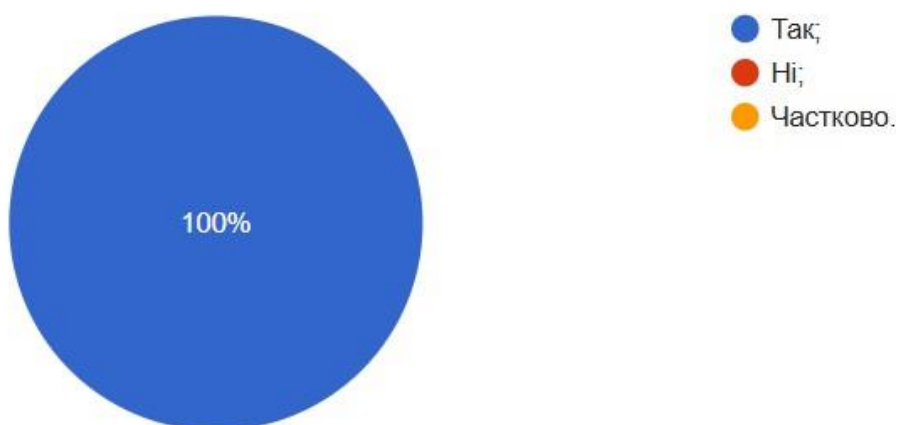
2. Чи залучали Вас до обговорення, розроблення і перегляду освітньо-наукової програми?

8 відповідей



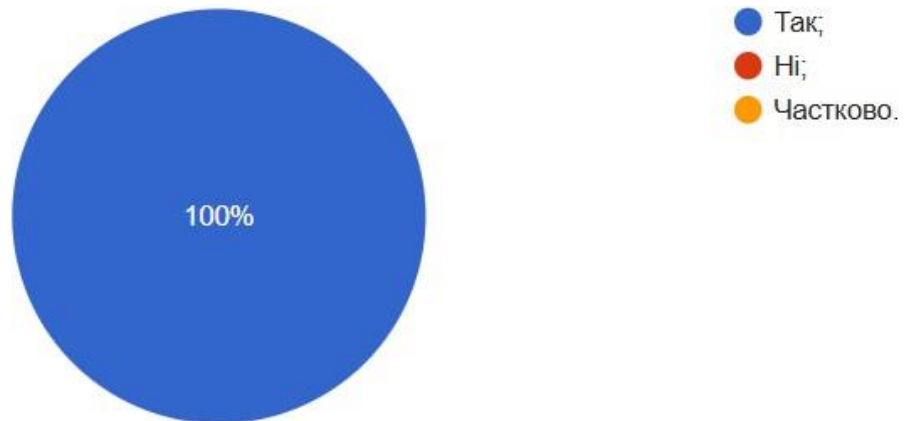
3. Чи забезпечує заклад вищої освіти можливість вибору освітніх компонент за принципом академічної свободи?

8 відповідей



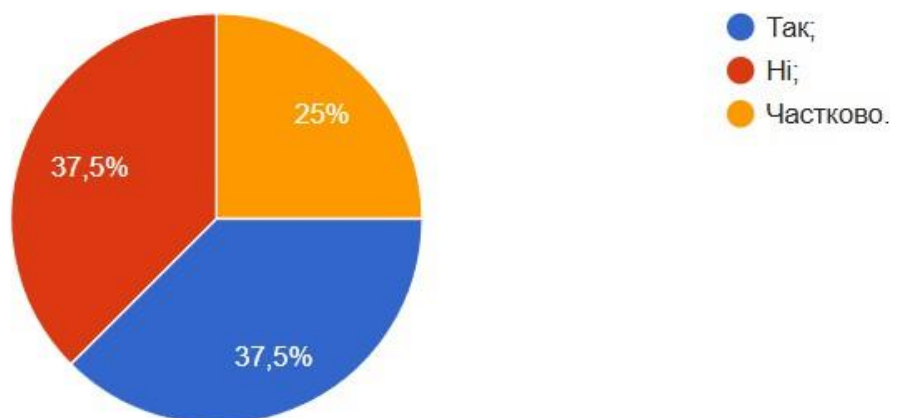
4. Чи вважаєте Ви, що підготовка фахівця за освітньо-науковою програмою «Маркетинг» є актуальною?

8 відповідей



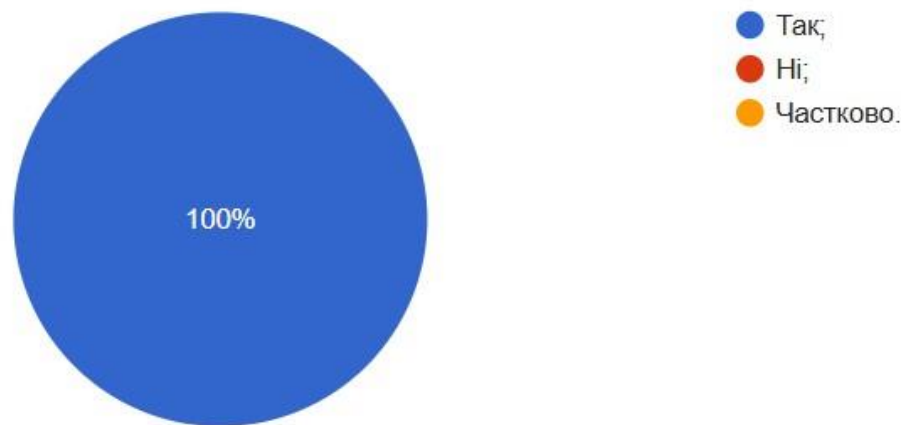
5. Чи потрібно збільшити кількість дисциплін вільного вибору аспіранта?

8 відповідей



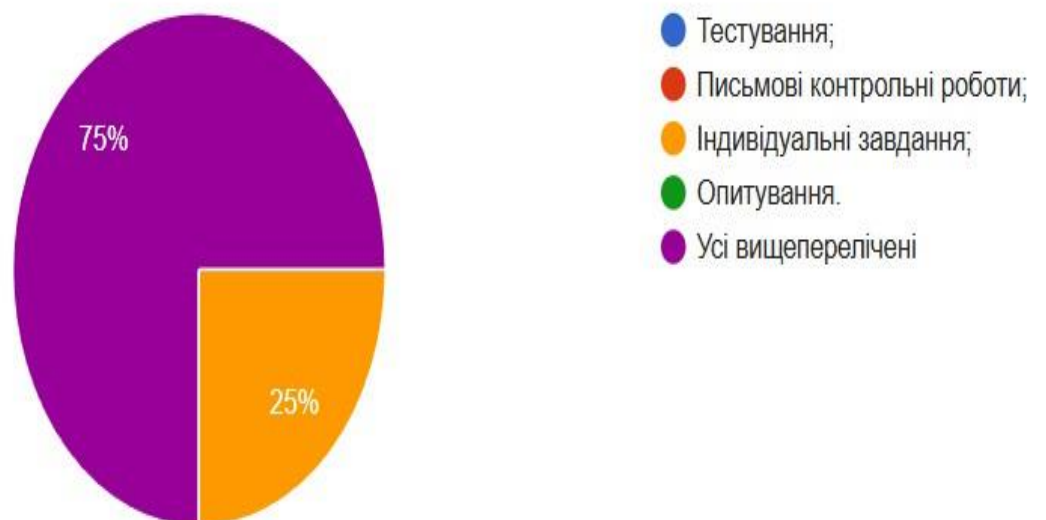
## 6. Чи задоволені Ви методами навчання і викладання?

8 відповідей



## 7. Яким методом, найчастіше, викладачі упродовж семестру оцінюють ваші знання?

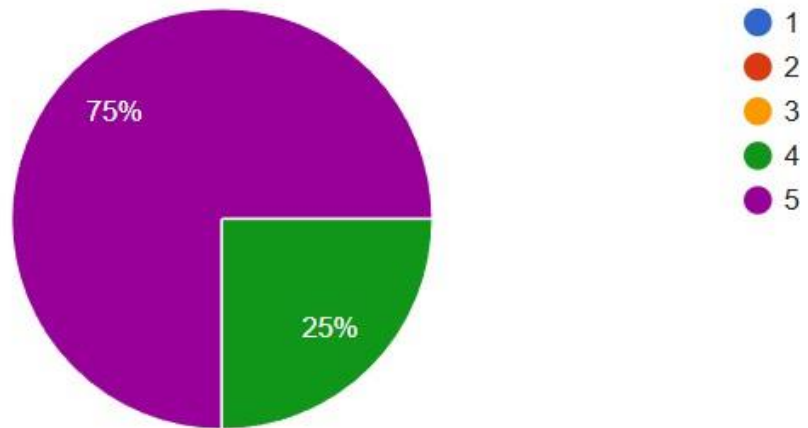
8 відповідей



## РОЗДІЛ 2. Надайте відповідь за шкалою від 1 до 5

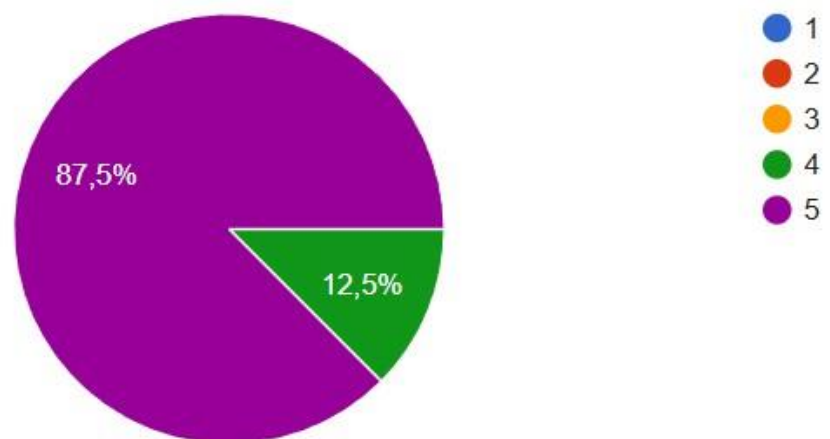
Навчальні дисципліни ОП відображають **актуальні та новітні наукові напрями** у сфері маркетингу

8 відповідей



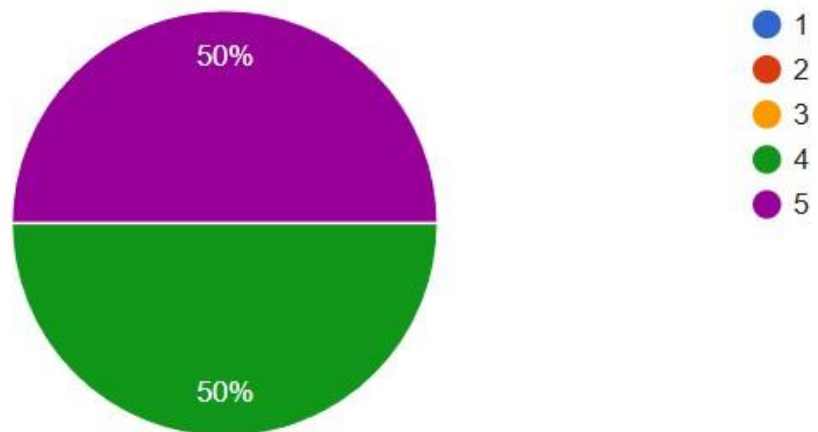
Програма забезпечила мене необхідними **методологічними знаннями** для проведення оригінального наукового дослідження

8 відповідей



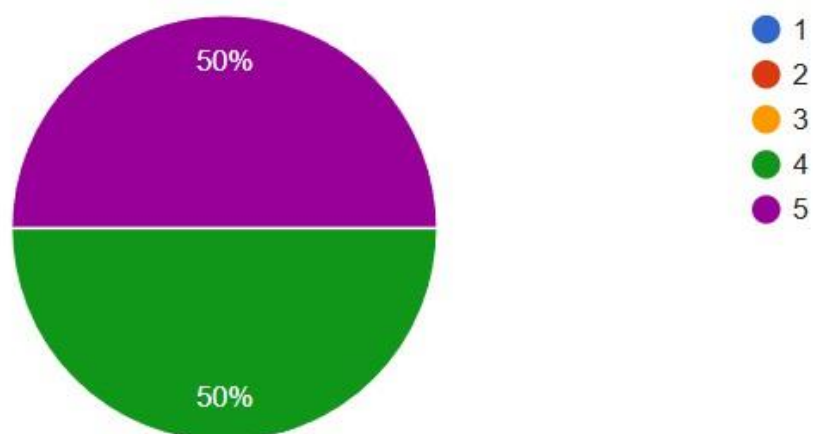
Наявний перелік **вибіркових дисциплін** дозволяє мені поглибити знання відповідно до теми моєї дисертації

8 відповідей



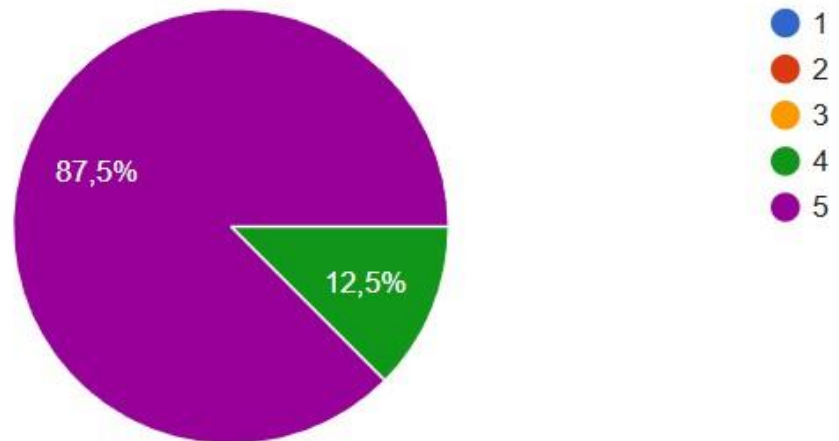
Співвідношення між **освітньою (курси)** та **науковою (дослідження)** складовими програми є оптимальним

8 відповідей



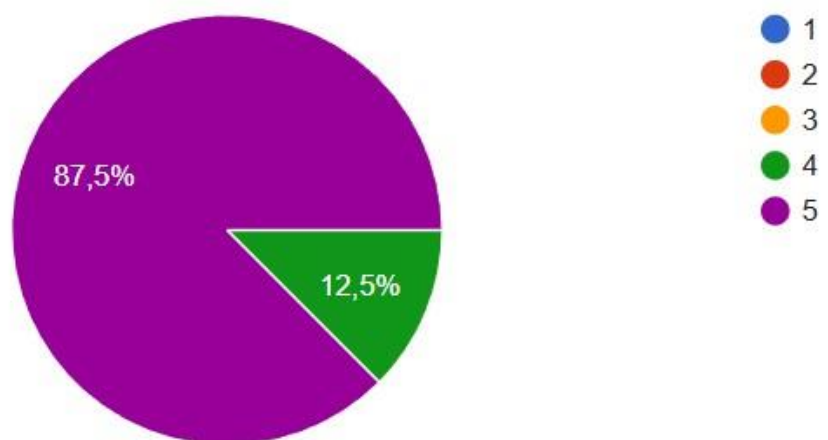
Якість наукового керівництва та **регулярність консультацій** є достатніми для ефективної роботи над дисертацією

8 відповідей



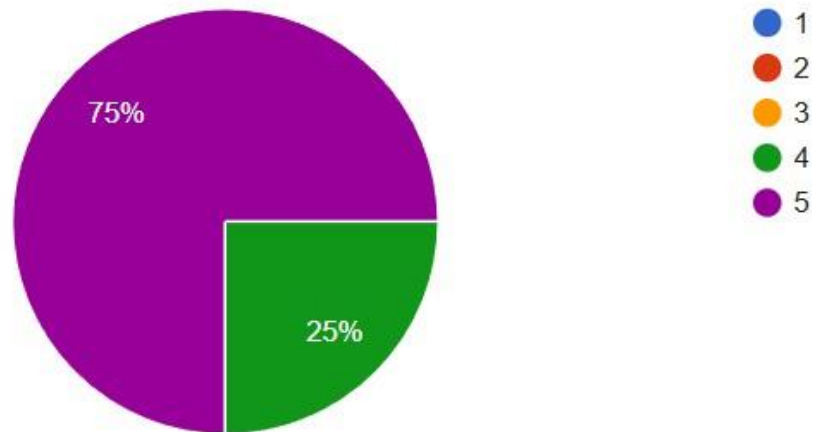
Програма включає ефективні заходи з формування **академічної доброчесності** та етики дослідника

8 відповідей



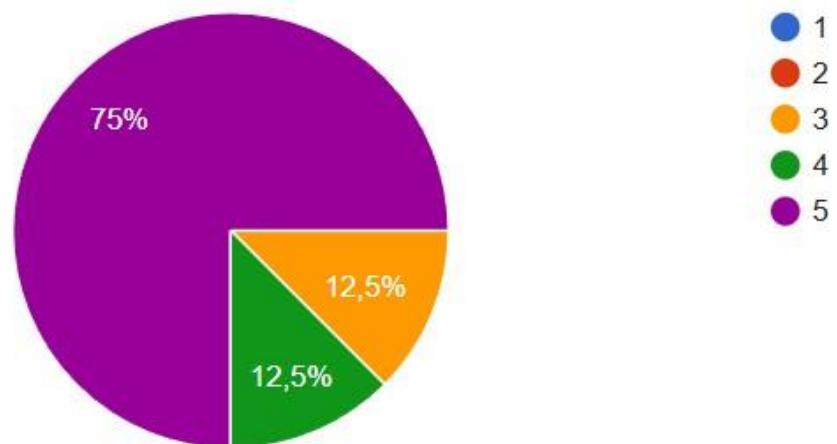
Якість **матеріально-технічного та інформаційного забезпечення** (доступ до баз даних, програмного забезпечення для аналізу даних) є задовільною

8 відповідей



Чи задоволені ви обсягом навчального навантаження?

8 відповідей



### РОЗДІЛ 3. Просимо дати розгорнуту відповідь на питання

1. Які **три** нові дисципліни Ви б запропонували додати в ОНП для її удосконалення?

Відповіді узагальнено та подано в таблиці. Повні відповіді розміщено під таблицею

Таблиця 2

Групування запропонованих аспірантами, під час опитування, дисципліни за ключовими напрямками

<b>Категорія дисциплін</b>	<b>Кількість згадок</b>	<b>Приклади запропонованих назв</b>
<b>Аналітика, Big Data та ІІІ</b>	7	Штучний інтелект у маркетингу, Маркетингова аналітика, Big Data, Моделювання діяльності.
<b>Стратегічне та антикризове управління</b>	6	Маркетинг у кризових умовах, Стратегічні сесії, Управління в умовах невизначеності.
<b>Управління проєктами та процесами</b>	4	Маркетингове управління бізнес-проєктами, Проєктний менеджмент.
<b>Цифровізація та Digital</b>	3	Вебаналітика, Маркетинг у сфері цифрової трансформації.
<b>Спеціалізовані та етичні аспекти</b>	3	Сталий маркетинг, Юридичні та етичні аспекти реклами, Публічне управління.

Які **три** нові дисципліни Ви б запропонували додати в ОП для її удосконалення?

8 відповідей

Вебаналітика, Управління маркетинговою діяльністю (Або Проєктний менеджмент), Маркетингові стратегічні сесії

Бізнес-комунікації, маркетингове управління бізнес-проектами, сучасні маркетингові інструменти в бізнесі

Штучний інтелект та аналітика даних у маркетингових дослідженнях

Маркетингова стратегія в умовах невизначеності та ризику. Маркетинг у сфері цифрової трансформації бізнесу. Маркетинг у системах державної політики та публічного управління.

Моделювання маркетингової діяльності; Аналіз маркетингової інформації

Дисципліни які будуть поглиблювати знання з досліджень (особливо про міжнародний напрямок), також про біг дату, і також дисципліну яка буде як вступ до роботи/використання ШІ в маркетингу

1. Юридичні та етичні аспекти рекламної діяльності. 2. Антикризовий маркетинг. 3. Маркетингові стратегії в кризових умовах.

1. Сталий маркетинг, 2. Наука vs ШІ: нова парадигма, 3. Маркетингова аналітика та управління даними