

# Випускники ОПП “Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю”

Навчально-науковий інститут соціології та медіакомунікацій

Результати опитування щодо якості освітньої програми

**10 осіб**

Респондентів

**Бакалавр**

Освітній рівень

**Денна**

Форма навчання

**Січень 2026**

Дата збору

## Ключові показники — Бакалаврат (n = 10)

10

Респондентів

7.9 / 10

Середня оцінка  
якості викладання

8 з 10

Обрали б  
програму знову

8 з 10

Задоволені  
навчанням

8 з 10

Бачать недоліки  
в програмі

**Програма:** Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю

**Форма навчання:** Денна · Бюджетна основа (100% респондентів)

**Роки випуску:** 2020 — 1 особа, 2021 — 1 особа, 2025 — 8 осіб

📄 Усі 10 респондентів навчалися на денній формі та на бюджетній основі. 8 із 10 закінчили навчання у 2025 р. Опитування охоплює один рік випуску, тому результати відображають актуальний стан програми.

# Зайнятість та працевлаштування (n = 10)

## Поточний статус зайнятості



## Галузь зайнятості (осіб)



## Легкість пошуку роботи за фахом (осіб)

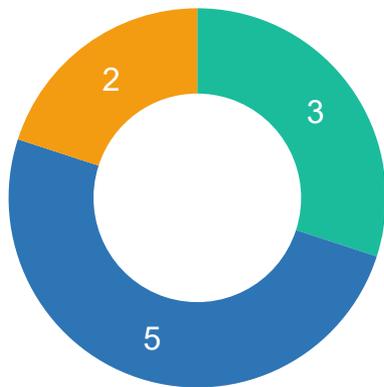


## Відповідність роботи фаху (осіб)



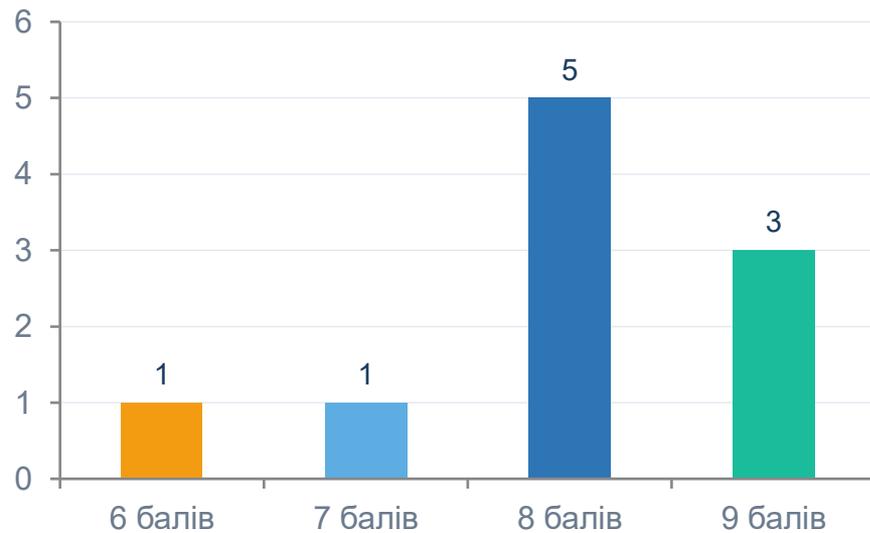
# Задоволеність навчанням та якість викладання (n = 10)

## Загальна задоволеність навчанням



■ Безумовно подобалось ■ Скоріше подобалось ■ Частково подобалось

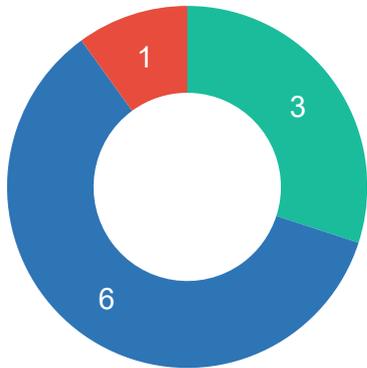
## Оцінка якості викладання (шкала 1–10)



✅ 8 із 10 задоволені навчанням. Середня оцінка якості викладання — 7.9 з 10 балів. Найпоширеніша оцінка — 8 балів (5 осіб). Жоден не оцінив нижче 6.

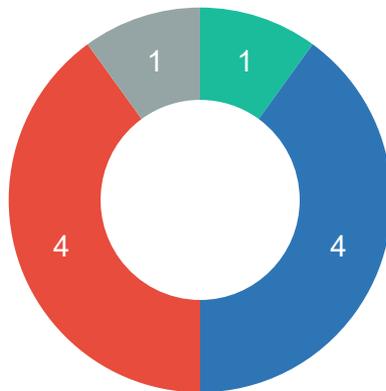
# Академічні можливості (n = 10)

## Вибір навчальних дисциплін



■ Так, повною мірою (3) ■ Так, частково (6) ■ Ні (1)

## Залучення до наукових досліджень



■ Так, повн. (1) ■ Так, частково (4) ■ Ні (4) ■ Важко відп. (1)

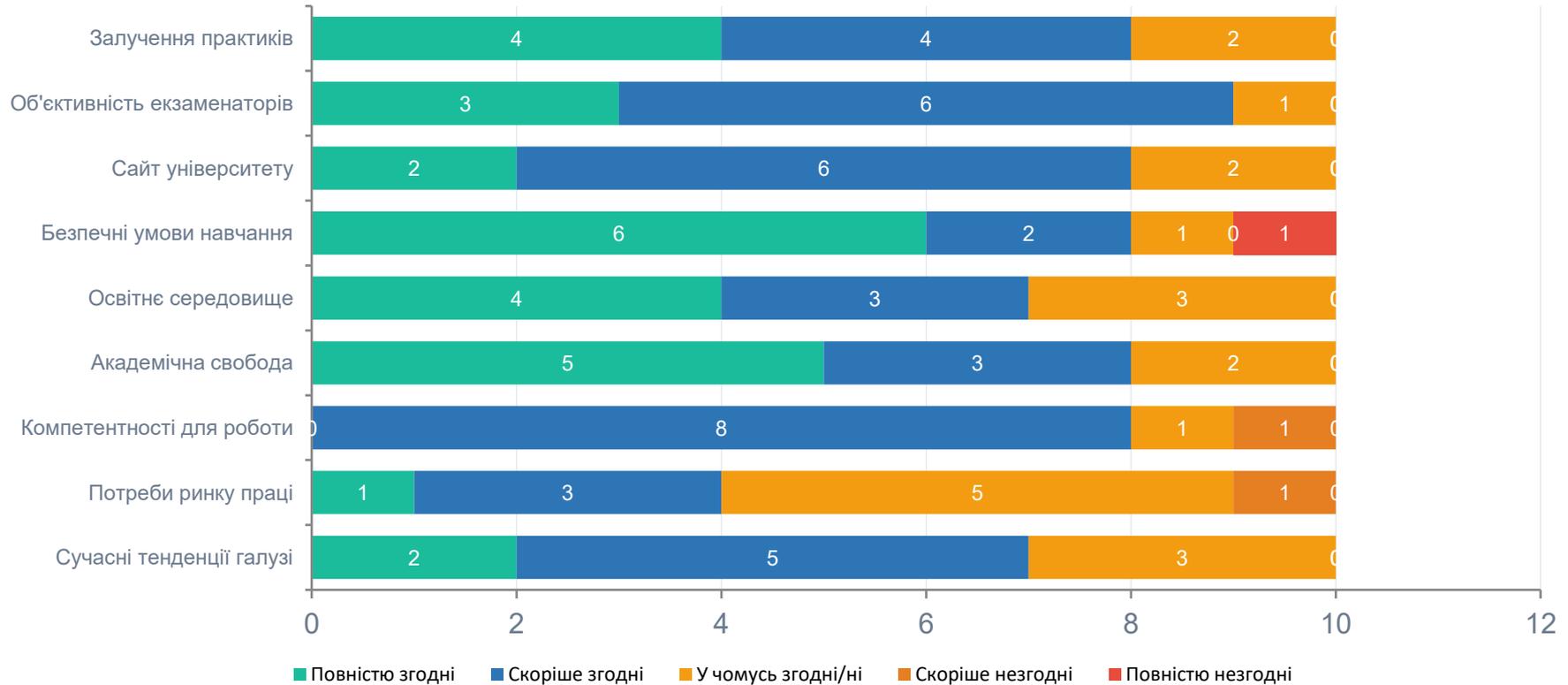
## Міжнар. мобільність (реальна участь)



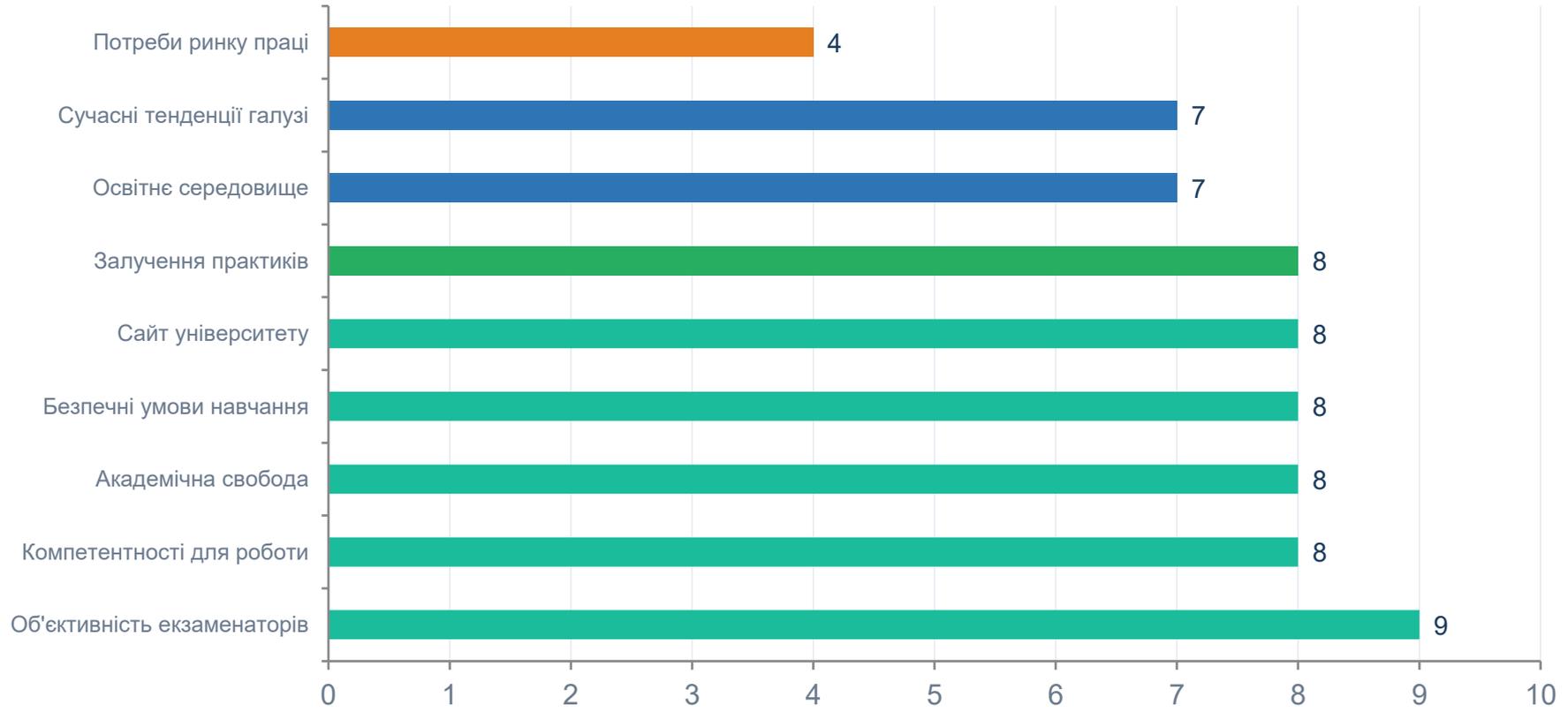
■ Брали участь (1) ■ Не брали (3) ■ Без можл./NaN (6)

🎓 3 особи мали повну свободу вибору дисциплін, 6 — часткову, 1 — не мала зовсім. 4 із 10 не мали можливості залучитися до наукових досліджень. Лише 1 особа реально брала участь у програмі обміну (University of Castilla La Mancha, Іспанія).

## Оцінка якості програми — шкала згоди (n = 10 осіб)

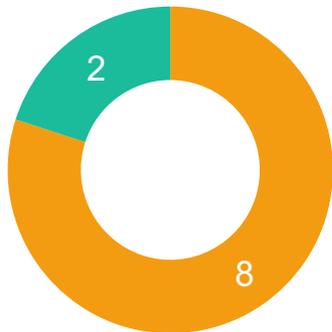


## Кількість позитивних відповідей (Скоріше + Повністю згодні) з 10 осіб



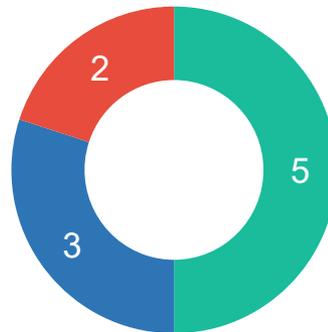
## Недоліки програми та готовність рекомендувати (n = 10)

Чи бачать недоліки в програмі?



■ Так, бачать недоліки (8) ■ Ні, не бачать (2)

Обрали б програму знову?



■ Безумовно так (5) ■ Скоріше так (3) ■ Скоріше ні (2)

### Що потрібно покращити — думка випускників

«Замало практики з реклами та PR — таргетована реклама, SMM, механізми продажів у соцмережах, ШІ.»

«Оновити джерела: багато літератури це дається російською мовою або радянських вчених.»

«Практика на 4 курсі була скоріш фіктивною. Потрібна реальна виробнича практика.»

«Щоб викладали викладачі, котрі самі практикують це в своїй роботі.»