

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**УХВАЛЕНО:**  
рішенням вченої ради  
Харківського національного  
економічного університету  
імені Семена Кузнеця  
від 30.09.2024 р. протокол №10

**ВВЕДЕНО В ДІЮ:**  
Наказом ректора Харківського  
національного економічного  
університету імені Семена Кузнеця  
від 02.10.2024 р. № 298



**Володимир ПОНОМАРЕНКО**

**ПОЛОЖЕННЯ**

**ПРО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ  
ТА МАРКЕТИНГОВО-МОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ  
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ  
В ХАРКІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ  
УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Харків**

**2024**

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Положення про соціально-психологічні та маркетингово-моніторингові дослідження щодо забезпечення якості вищої освіти в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця (далі Положення) визначає мету, зміст і регламентує порядок організації, проведення та використання результатів досліджень.

1.2. Положення розроблено, відповідно до законодавства України, міжнародних документів, нормативних документів Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (далі - Університет), а саме: Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту»; «Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості у Європейському освітньому просторі» (ESG, 2015); Стратегії розвитку ХНЕУ ім. С. Кузнеця 2020-2027 рр.; Положення про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця; Положення про відділ забезпечення якості освіти; Положення про освітні програми Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця; інших нормативних документів з питань забезпечення якості освіти.

1.3. Метою проведення соціально-психологічних та маркетингово-моніторингових досліджень є здобуття інформації від стейкхолдерів Університету щодо питань забезпечення якості вищої освіти для її постійного поліпшення.

1.4. Завданнями проведення соціально-психологічних та маркетингово-моніторингових досліджень в Університеті є:

забезпечення зворотного зв'язку із внутрішніми (здобувачами вищої освіти, науково-педагогічними працівниками тощо) і зовнішніми стейкхолдерами (випускниками, роботодавцями тощо) для виявлення їхніх потреб та вимог щодо забезпечення якості вищої освіти в Університеті;

вчасне реагування на вимоги й потреби внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів щодо забезпечення якості вищої освіти в Університеті;

поліпшення взаємодії між внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами Університету для погодження потреб і вимог освітнього та бізнес - середовища;

утілення студентоцентрованого підходу для забезпечення умов професійного й особистісного розвитку здобувачів вищої освіти;

оцінювання здобувачами вищої освіти й зовнішніми стейкхолдерами

якості освітніх програм для врахування в оновленні;

визначення пріоритетних напрямків розвитку освітніх програм в умовах ринкової економіки регіону, країни, світу;

сприяння співпраці Університету з підприємствами, організаціями, установами для розвитку продуктивних зв'язків із ринком праці й підготовки кваліфікованих фахівців;

сприяння підтриманню професійного зростання науково-педагогічних працівників Університету;

сприяння інтернаціоналізації вищої освіти в Університеті;

розвиток культури якості в Університеті;

висвітлення об'єктивної інформації про стан забезпечення якості освіти й освітньої діяльності в Університеті.

## **2. ЗМІСТ МАРКЕТИНГОВО-МОНІТОРИНГОВИХ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

2.1. Зміст маркетингово-моніторингових та соціально-психологічних досліджень в Університеті охоплює дослідження внутрішніх та зовнішніх процедур забезпечення якості вищої освіти:

моніторинг ринку праці;

вивчення мотивів вступу до Університету й освітніх потреб здобувачів вищої освіти;

вивчення інтелектуальних, емоційних, когнітивних тощо здібностей здобувачів вищої освіти;

аналіз процесу адаптації першокурсників до навчання в Університеті;

оцінювання здобувачами вищої освіти якості освітніх компонентів;

оцінювання здобувачами вищої освіти якості освітніх програм і освітнього середовища;

оцінювання здобувачами вищої освіти міжнародних партнерських і грантових програм;

моніторинг працевлаштування випускників;

моніторинг задоволеності випускників якістю, здобутої в Університеті освіти;

оцінювання якості підготовки здобувачів вищої освіти зовнішніми стейкхолдерами;

оцінювання задоволеності науково-педагогічних працівників внутрішнім забезпеченням якості освіти в Університеті.

### **3. ПОРЯДОК ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВО-МОНІТОРИНГОВИХ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

3.1. Соціально-психологічні та маркетингово-моніторингові дослідження в Університеті здійснюють на принципах академічної доброчесності, добровільності, прозорості.

3.2. Маркетингово-моніторингові та соціально-психологічні дослідження Університету вміщують регулярні дослідження, що здійснюють щосеместрово, щорічно, періодично, та цільові дослідження, що здійснюють на запит керівництва, внутрішніх або зовнішніх стейкхолдерів.

3.3. План маркетингово-моніторингових та соціально-психологічних досліджень на кожний навчальний рік складає відділ забезпечення якості освіти, його ухвалюють на вченій раді Університету, вводять в дію наказом ректора та оприлюднюють на сайті Університету.

3.4. Структурний підрозділ, відповідальний за здійснення дослідження визначають у плані проведення досліджень на початку навчального року.

3.5. Процедура організації та проведення маркетингово-моніторингових та соціально-психологічних досліджень уміщує:

підготовку програми дослідження: формулювання мети, завдань, кола респондентів, вибір методики проведення й опрацювання даних, періодичність, визначення кількості респондентів, розроблення інструментарію, підготовку інструментарію до роботи, підготовку анонсів щодо початку дослідження;

організацію збирання даних: розміщення інформації про початок дослідження на офіційному сайті Університету та в соціальних мережах; інформування про початок дослідження деканів факультетів (директорів (керівників) навчально-наукових інститутів), завідувачів кафедр, гарантів освітніх програм, інших зацікавлених осіб; доведення інформації про початок дослідження до відома респондентів;

збирання даних, моніторинг участі респондентів;

опрацювання даних;

аналіз результатів дослідження, підготовку аналітичних звітів / інформаційних довідок за результатами досліджень;

надання аналітичних звітів за результатами дослідження адміністрації Університету, завідувачам кафедр, гарантам освітніх програм, деканам факультетів (директорам (керівникам) навчально-наукових інститутів), керівникам відповідних підрозділів для аналізу і використання у своїй роботі;

формування програми заходів із поліпшення якості освіти й освітньої діяльності в ХНЕУ ім. С. Кузнеця за результатами опитувань внутрішніх стейкхолдерів на наступний навчальний рік.

3.6. Під час здійснення досліджень може бути використано такі методи здобуття даних: психологічне тестування, опитування (зокрема онлайн), інтерв'ю, фокус-група, аналіз документів, контент-аналіз та ін.

3.7. Дотримання анонімності: участь респондентів у дослідженнях є анонімним, якщо це не суперечить методиці відповідного дослідження.

3.8. Визначення кількості респондентів. Дослідження (опитування) є, переважно, суцільними. При аналізі даних:

загалом по Університету, факультету (навчально-науковому інституту), курсу / року навчання кількість респондентів мінімально визначають у 35 % респондентів від кількості здобувачів вищої освіти, що навчаються в Університеті, факультеті (навчально-науковому інституті), відповідному курсі / році навчання і підпадають під опитування.

за освітньо-професійними програмами (ОПП), кількість респондентів мінімально визначають так: не менше ніж 35 % здобувачів вищої освіти, що навчаються на ОПП та підпадають під опитування. У разі наявності меншої за визначену кількість респондентів результати за ОПП не висвітлюють, а відповіді додають до загальної кількості по Університету,

при аналізі даних за освітньо-науковими програмами (ОНП), кількість респондентів мінімально визначають так: не менше ніж 35 % здобувачів вищої освіти, що навчаються на ОНП та підпадають під опитування. У разі наявності меншої за визначену кількість респондентів результати за ОНП не висвітлюють, а відповіді додають до загальної кількості по Університету,

за освітніми компонентами (ОК) кількість респондентів визначають так: не менше ніж 25 %, а для малочисельних груп - не менше ніж 3 особи, що навчаються на ОК. У разі наявності меншої за визначену кількість респондентів відповіді додають до загальної кількості по Університету.

3.9. Перегляд інструментарію (анкет) і методики досліджень здійснюють відповідальні підрозділи перед початком досліджень. До перегляду може бути залучено гарантів освітніх програм, членів робочих груп, представників студентського самоврядування, інших стейкхолдерів.

3.10. Цільові дослідження щодо забезпечення якості освіти здійснюють за всіма процедурами здійснення регулярних досліджень.

#### **4. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ ЇЇХНЄ ВИКОРИСТАННЯ**

4.1. Підрозділ, що здійснює дослідження, готує та надає аналітичний звіт за його результатами адміністрації Університету, інформаційні довідки з результатами досліджень за освітніми програмами - гарантам освітніх програм, завідувачам кафедр, деканам факультетів (директорам (керівникам) навчально-наукових інститутів), керівникам відповідних структурних підрозділів.

4.2. Результати досліджень загалом по Університету розглядають вченій раді Університету та використовують для ухвалення відповідних рішень загально-університетського рівня.

4.3. Результати досліджень за освітніми програмами розглядають на засіданнях кафедр, робочих груп (у разі потреби, на вчених радах факультетів (навчально-наукових інститутів)); погоджують план заходів щодо поліпшення показників, врахування зауважень і пропозицій респондентів із зазначенням термінів, затверджують протоколом засідання кафедри (відповідного факультету (навчально-наукового інституту)).

4.4. Результати оцінювання здобувачами вищої освіти якості освітніх компонентів розглядають на засіданнях кафедр в узагальненому вигляді по кафедрі; завідувачі кафедр надають викладачам результати за їхніми освітніми компонентами особисто або оголошують на засіданні кафедри (на вибір завідувача кафедри).

4.5. Результати психологічних тестувань розглядають загалом по Університету, факультету (навчально-науковому інституту); індивідуальні результати надають респондентам особисто або на особисту електронну пошту.

4.6. Інтерпретацію результатів досліджень здійснюють, відповідно програм досліджень. Розроблення заходів із поліпшення є обов'язковим у разі наявності: позитивних оцінок менше ніж 80 %, оцінок менше ніж визначені еталонні значення, відкритих зауважень і пропозицій.



4.6. Результати досліджень за освітніми програмами й освітніми компонентами, зауваження та пропозиції респондентів є підставою для оновлення освітніх програм й освітніх компонентів.

4.6. Загальні результати всіх досліджень висвітлюють на офіційному сайті Університету та в соціальних мережах.

4.9. Результати задоволеності здобувачів вищої освіти якістю освітніх програм обов'язково висвітлюють на сайтах випускових кафедр.

4.10. Результати оцінювання здобувачами вищої освіти освітніх компонентів враховують у рейтингуванні діяльності науково-педагогічних працівників Університету.

4.11. Відділ забезпечення якості освіти складає Програму заходів із поліпшення якості освіти й освітньої діяльності в Університеті за результатами опитувань внутрішніх стейкхолдерів на наступний навчальний рік з урахуванням планів заходів структурних підрозділів Університету та висвітлює її на офіційному сайті Університету.

## **5. ПОРЯДОК ВНЕСЕННЯ ЗМІН І ДОПОВНЕНЬ**

5.1. Положення ухвалюється рішенням вченої ради Університету та вводиться в дію наказом ректора.

5.2. Зміни і доповнення до даного Положення розглядаються та ухвалюються на засіданні вченої ради Університету та вводять в дію наказом ректора.

### **ПОГОДЖЕНО:**

Проректор з навчально-методичної роботи



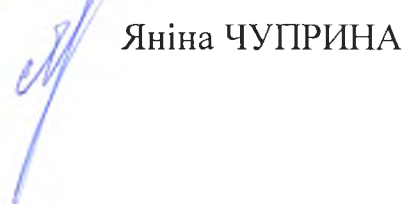
Каріна НЕМАШКАЛО

Проректор з науково-педагогічної роботи і стратегічного розвитку



Максим СЕРПУХОВ

Юрисконсульт 1-й категорії



Яніна ЧУПРИНА