

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради ХУУП
імені Леоніда Юзькова
«20» лютого 2020 р.
протокол № 7

УВЕДЕНО В ДІЮ
з 21 лютого 2020 року
Наказ ХУУП
імені Леоніда Юзькова
«21» лютого 2020 р.
№ 98/20

**ПОЛОЖЕННЯ
ПРО ОПИТУВАННЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ЩОДО ЯКОСТІ ОСВІТИ
ТА ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ХМЕЛЬНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА**

1. Загальні положення

1.1. Опитування стейкхолдерів щодо якості освіти і освітньої діяльності є складовою системи внутрішнього забезпечення якості освіти і освітньої діяльності Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (далі – Університет). Положення про опитування стейкхолдерів щодо якості освіти і освітньої діяльності Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (далі – Положення) визначає та регулює цілі, зміст, організацію та забезпечення опитування стейкхолдерів, соціально-психологічні види та інструменти опитування стейкхолдерів в Університеті.

1.2. Положення розроблене з урахуванням вимог Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про зайнятість населення», Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти ESG (2015), Статуту Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, Стратегії розвитку Хмельницького університету управління та права на 2016-2020 роки, Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Хмельницького університету управління та права та інших локальних нормативно-правових актів Університету.

1.3. Метою опитування стейкхолдерів є отримання об'єктивної інформації щодо очікувань та задоволення здобувачами вищої освіти, випускниками, роботодавцями та іншими зацікавленими особами якістю освіти і станом освітнього процесу в Університеті, забезпечення зворотнього зв'язку між усіма учасниками освітнього процесу і розробка пропозицій щодо його удосконалення.

1.4. Опитування здобувачів вищої освіти та академічної спільноти для формування рейтингу науково-педагогічних працівників проводиться відповідно до Положення про систему рейтингового оцінювання результатів професійної діяльності науково-педагогічних працівників Хмельницького університету управління та права.

2. Цілі та зміст опитування стейкхолдерів

2.1. Опитування здобувачів вищої освіти здійснюється з метою отримання та аналізу інформації щодо:

- якості структури та якості освітніх програм, які реалізуються в Університеті;
- якості кадрового, методичного та матеріально-технічного забезпечення освітнього процесу;
- якості викладання навчальних дисциплін;
- організації та забезпечення самостійної роботи здобувачів вищої освіти;
- дотримання принципів студентоцентрованого навчання;
- дотримання принципів академічної доброчесності;

– дотримання вимог із запобігання корупції у закладах вищої освіти тощо.

2.2. Опитування роботодавців здійснюється з метою отримання та аналізу інформації щодо:

- відповідності компетентностей, набутих здобувачами вищої освіти, очікуванням і потребам роботодавців;
- задоволення роботодавців якістю підготовки фахівців в Університеті;
- відповідності потреб ринку праці у випускниках за спеціальностями, які є в Університеті;
- рівня конкурентоспроможності випускників Університету;
- перспективних спеціальностей;
- потреб у інших освітніх пропозиціях Університету;
- напрямів взаємодії та залучення роботодавців до освітнього процесу тощо.

2.3. Опитування випускників здійснюється з метою отримання та аналізу інформації щодо:

- відповідності змісту їх освіти потребам та вимогам ринку праці;
- можливості працевлаштування за отриманою професією;
- потреб в інших освітніх пропозиціях для подальшого професійного зростання тощо.

2.4. Опитування академічної спільноти передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

- якості інфраструктури Університету;
- якості знань студентів;
- забезпечення академічної свободи;
- дотримання принципів доброчесності;
- політики та процедур внутрішнього забезпечення якості відповідних освітніх програм тощо.

2.5. Опитування абітурієнтів, їхніх батьків та інших зацікавлених осіб передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

- відповідності спеціальностей і освітніх програм їх очікуванням;
- пріоритетів у виборі майбутньої професії;
- критеріїв вибору закладу вищої освіти;
- конкурентноспроможності Університету серед закладів вищої освіти регіону тощо.

2.6. Університетом може здійснюватись опитування інших суб'єктів, зокрема: міжнародних партнерів, громадських організацій, органів публічної влади, асоціацій роботодавців, асоціації випускників Університету тощо.

3. Організація і забезпечення опитування стейкхолдерів

3.1. Організація опитування стейкхолдерів – система заходів з цілеспрямованого вивчення очікувань і задоволення стейкхолдерів щодо якості освіти і результатів освітньої діяльності в Університеті.

Організація опитування стейкхолдерів передбачає методичне забезпечення і підтримку, проведення опитування, оцінювання, аналіз і представлення результатів опитування у вигляді звітів.

3.2. Залежно від періодичності (необхідності) застосовуються планові та позапланові опитування.

3.2.1. Планові опитування – щорічні обов’язкові опитування. До них відносяться опитування:

- здобувачів вищої освіти першого року навчання (на початку (жовтень) та у кінці навчального року (травень));
- здобувачів вищої освіти по закінченню навчального року (квітень));
- випускників, які завершили навчання у поточному навчальному році (перед отримання документу про вищу освіту (грудень, січень, червень));
- роботодавців (у межах кожної освітньої програми не менше як один раз на два роки або за необхідністю);
- академічної спільноти (не менше як один раз на рік (березень) або за необхідністю);
- інших зацікавлених осіб за необхідністю.

План заходів щодо опитування стейкхолдерів складається на початку кожного навчального року та затверджується рішенням вченої ради Університету. Одночасно з планом розглядається та затверджується звіт про виконання плану заходів щодо опитування стейкхолдерів за попередній навчальний рік.

3.2.2. Позапланові опитування стейкхолдерів проводяться для вирішення завдань, які виникають в процесі освітньої діяльності.

3.3. Опитування стейкхолдерів проводиться шляхом застосування електронних анкет, сервісу Google форм тощо (на офіційній інтернет-сторінці Університету) або друкованих анкет, з подальшою їх обробкою.

3.4. Структурним підрозділом, відповідальним за проведення опитування стейкхолдерів є відділ внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (далі – Відділ).

3.4.1. Відділ:

- розробляє план проведення конкретного заходу щодо опитування;
- формує анкети на основі затвердженого ректором Університету переліку питань, які виносяться на опитування;
- визначає стейкхолдерів, які безпосередньо беруть участь у заході щодо опитувань та проводить відповідне консультування;
- проводить опитування;
- готує аналіз (звіт) про результати проведеного опитування, який протягом календарного місяця подає на розгляд ректору Університету;
- надає пропозиції щодо удосконалення опитування стейкхолдерів в Університеті;
- готує план заходів та звіт про його виконання.

3.5. Аналіз отриманої інформації здійснюється працівниками Відділу. Матеріали анкетування узагальнюються і передаються для ознайомлення

керівництву Університету, факультетам, кафедрам з подальшим обговоренням їх на засіданнях кафедр, методичній раді, ректораті, вченій раді тощо та прийняття відповідних рішень.

Зазначені матеріали містять аналітичну інформацію та пропозиції з питань удосконалення освітніх програм та освітнього процесу.

3.6. Звіти оприлюднюються на сайті Університету.

4. Соціально-психологічні види та інструменти опитування стейкхолдерів

4.1. Видами опитування, що впроваджується в Університеті, є анкетування та інтерв'ю.

4.1.1. Анкетування – метод опитування, при якому респондент самостійно заповнює опитувальник (анкету). Передбачає можливість проведення групового або індивідуального анкетування.

Анкета, за виключенням випадків, коли є потреба з'ясувати особисту думку конкретного респондента, є анонімною. Анкети заповнюються респондентами самостійно.

У випадку, коли анкетування потребує зазначення даних про респондента (прізвища, імені, курсу і номеру академічної групи, місця роботи і посади тощо) обов'язковою є умова його особистої згоди. Інформація, яка зазначається у такій анкеті, не може бути використана проти респондента.

Метод анкетування застосовується при визначенні кількісних характеристик при проведенні опитування.

4.1.2. Інтерв'ю – метод опитування, при якому опитувальник (бланк інтерв'ю) заповнюється зі слів респондента. Основними формами, що застосовуються, є формалізоване і фокусне інтерв'ю.

Формалізоване інтерв'ю – метод опитування, при якому процес постановки питань і реєстрація відповідей є стандартизованим, тобто передбачає наявність стандартизованої процедури (заздалегідь складений план інтерв'ю, сформульовані питання, постановка їх в певній послідовності, перелік можливих варіантів відповідей тощо).

Фокусоване інтерв'ю – інтерв'ю, що передбачає отримання інформації про реакцію респондента на заздалегідь задану дію.

Інтерв'ю застосовується при вивченні якісних характеристик в процесі опитування.

4.2. За необхідності при проведенні опитування стейкхолдерів застосовуються інші методи, які не суперечать чинному законодавству України.

5. Заключні положення

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

5.2. Зміни та доповнення до Положення вносяться рішенням вченої ради Університету та вводиться в дію наказом ректора.