



МОНІТОРИНГ ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ ДУТ 2020

Відділ моніторингу якості освіти,
ліцензування та акредитації
Київ 2020

МЕТА

- Формування якісного контингенту здобувачів вищої освіти
- Визначення популярних спеціальностей серед абітурієнтів
- Виявлення найефективніших методів агітації

ПРОВЕДЕНІ ЗАХОДИ

- Моніторингове дослідження результатів ЗНО
- Моніторингове дослідження вступної кампанії 2020
- Проведено анонімне анкетування студентів першого курсу освітнього рівня бакалавр.

РЕЙТИНГ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЗА КІЛЬКІСТЮ ПОДАНИХ ЗАЯВ

- 10 найпопулярніших серед абітурієнтів спеціальностей:

1 МІСЦЕ

Право — 116 тисяч;

2 МІСЦЕ

МЕНЕДЖМЕНТ — 92 ТИСЯЧІ;

3 МІСЦЕ

Філологія — 76 тисяч;

4 МІСЦЕ

КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ — 63 ТИСЯЧІ;

5 МІСЦЕ

Середня освіта — 62 тисячі;

6 МІСЦЕ

ЕКОНОМІКА — 50 ТИСЯЧ;

7 МІСЦЕ

ІНЖЕНЕРІЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ — 47 ТИСЯЧ;

8 МІСЦЕ

Фінанси, банківська справа та страхування — 46 тисяч;

9 МІСЦЕ

Психологія — 43 тисячі;

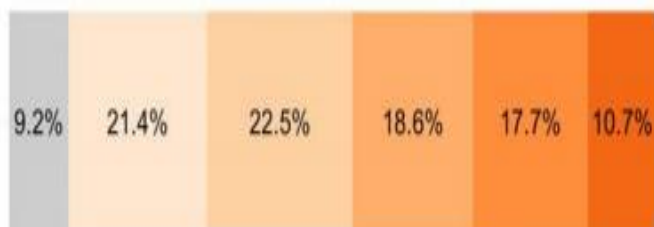
10 МІСЦЕ

МАРКЕТИНГ — 42 ТИСЯЧІ.

МОНІТОРИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗНО

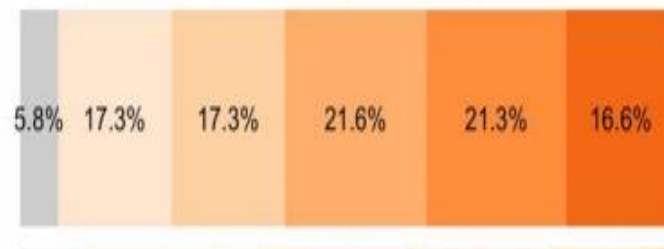
Математика

Випускники закладів
загальної середньої
освіти 2020 року



Іноземна мова

Випускники закладів
загальної середньої
освіти 2020 року



Фізика

Випускники закладів
загальної середньої
освіти 2020 року



■ Не склав ■ [100; 120) ■ [120; 140) ■ [140; 160) ■ [160; 180) ■ [180; 200]

РЕЙТИНГ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЗА КІЛЬКІСТЮ ПОДАНИХ ЗАЯВ В ДУТ

Місце	Назва спеціальності	Кількість поданих заяв	Середній бал на бюджет	Середній бал на контракт
1 місце	125 Кібербезпека	866	152,2	142,2
2 місце	121 Інженерія програмного забезпечення	834	153,8	142,4
3 місце	122 Комп'ютерні науки	641	150,7	138,9
4 місце	123 Комп'ютерна інженерія	528	150,7	140,0
5 місце	075 Маркетинг	449	151,8	145,0
6 місце	073 Менеджмент	432	147,6	142,1
7 місце	172 Телекомунікації	365	151,2	139,7
8 місце	126 Інформаційні системи та технології	344	151,9	142,2
9 місце	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	299	153,2	142,4
10 місце	124 Системний аналіз	199	153,3	144,3
11 місце	051 Економіка	187	150,8	140,2
12 місце	029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа	151	148,6	141,0
13 місце	281 Публічне управління та адміністрування	149	157,3	155,6
14 місце	054 Соціологія	138	149,1	143,1
	ВСЬОГО ПОДАНО ЗАЯВ	5582	151,6	142,8

МІСЦЕ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ У РЕЙТИНГУ УНІВЕРСИТЕТІВ «ТОП-200 УКРАЇНА» 2020 РОКУ

Державний університет телекомунікацій у рейтингу ЗВО України по даним науко метричної бази даних SciVerse Scopus у 2020 році посів 143 місце (148 у минулому році)

Рейтингова таблиця	
Рейтинг 2020 ↓	Заклад вищої освіти
124	Державний Університет Телекомунікацій

(147 у минулому році)

Місце	Заклад освіти	Кількість публікацій	Кількість цитувань	Індекс Гірша 2020	Індекс Гірша 2019	Різниця (2020-2019)
143 (+5)	Державний університет телекомунікацій	108	106	6	3	3

За оцінкою науково-дослідницьких досягнень університетів через порівняння їх Інтернет-сайтів по даним Webometrics

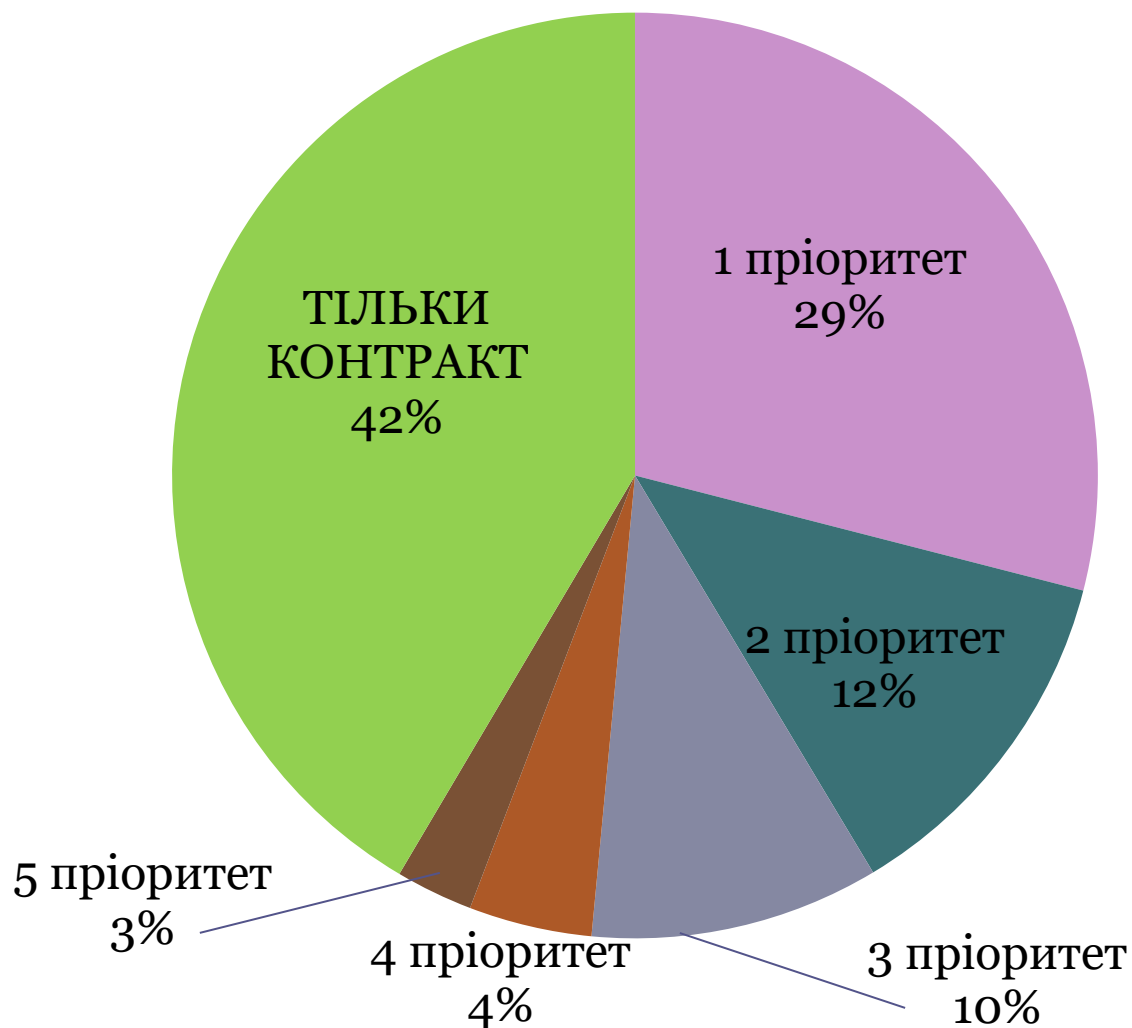
ranking	World Rank ▲	University	Presence Rank*	Impact Rank*	Openness Rank*	Excellence Rank*
139	12329	State University of Information and Communication Technologies / Державний Університет Телекомунікацій	2372	11871	7356	6084

УЧАСНИКИ АНКЕТУВАННЯ

- В опитуванні взяли участь 258 першокурсників, з них 44,2 % киян, 20,5% з Київської області, 35,3% з інших міст та сіл України.
- Анкета знаходилась на сайті університету за посиланням <http://www.dut.edu.ua/ua/news-1-9-8664-uvaga-pershokursnikam-do-16-zhovtnya-2020-roku-provoditsya-opituvannya>



ПРІОРИТЕТ, ЗА ЯКИМ ВСТУПНИК ПОДАВАВ ЗАЯВУ ДО ДУТ



ПИТАННЯ АНКЕТИ

АНКЕТА ПЕРШОКУРСНИКА

Шановний студенте-першокурснику!

*Вітаємо Вас із зарахуванням до дружньої сім'ї студентів **ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ!***

*Університет проводить дослідження мотиваційних чинників, які впливають на вибір студентом закладу вищої освіти. Результати дослідження будуть використані тільки в узагальненому виді. Ваші щирі відповіді допоможуть нам розробити й провести заходи щодо покращення профорієнтаційної роботи університету. До кожного питання додаються варіанти відповіді. Виберіть той варіант відповіді, що відповідає Вашій думці. Анкета анонімна. Для нас, перш за все, важлива Ваша думка. Наперед дякуємо за допомогу. * /*

1. Зазначте Вашу спеціальність *
2. Зазначте форму навчання *
3. До вступу в університет Ви проживали *
4. Чи навчалися Ви на підготовчому відділенні Державного університету телекомунікацій *
5. Які чинники ви ставили в пріоритет при виборі закладу вищої освіти? *
6. Через які канали інформації Ви дізнались про Університет? *
7. Якщо Ви вступали за пропозиціями з зазначенням пріоритетності, вкажіть з яким пріоритетом Ви подали заяву до Державного університету телекомунікацій *
8. Які з зазначених чинників мали для Вас найбільш істотне значення для прийняття рішення щодо вступу в Університет? *
9. Ви обрали спеціальність через те, що... (Виберіть одну відповідь) *
10. Які з перелічених заходів, на Вашу думку, найбільш суттєво впливають на вибір абітурієнтом Університету? (Виберіть не більше трьох відповідей) *
11. Які задачі Ви ставите перед собою на 4 роки навчання в Університеті *
12. Ваші поради Університету щодо організації вступної кампанії *

Мій оцінок



Отправить

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІДПОВІДЕЙ

Які чинники Ви ставили в пріоритет при виборі закладу вищої освіти?



Підготовка
здобувачів
вищої освіти
за сучасними
спеціальностями

50,4%



Співпраця
університету з
роботодавцями
з питань змісту
навчання та
працевлаштування

49,6%



Сприятлива
ціна за
навчання

46,1%

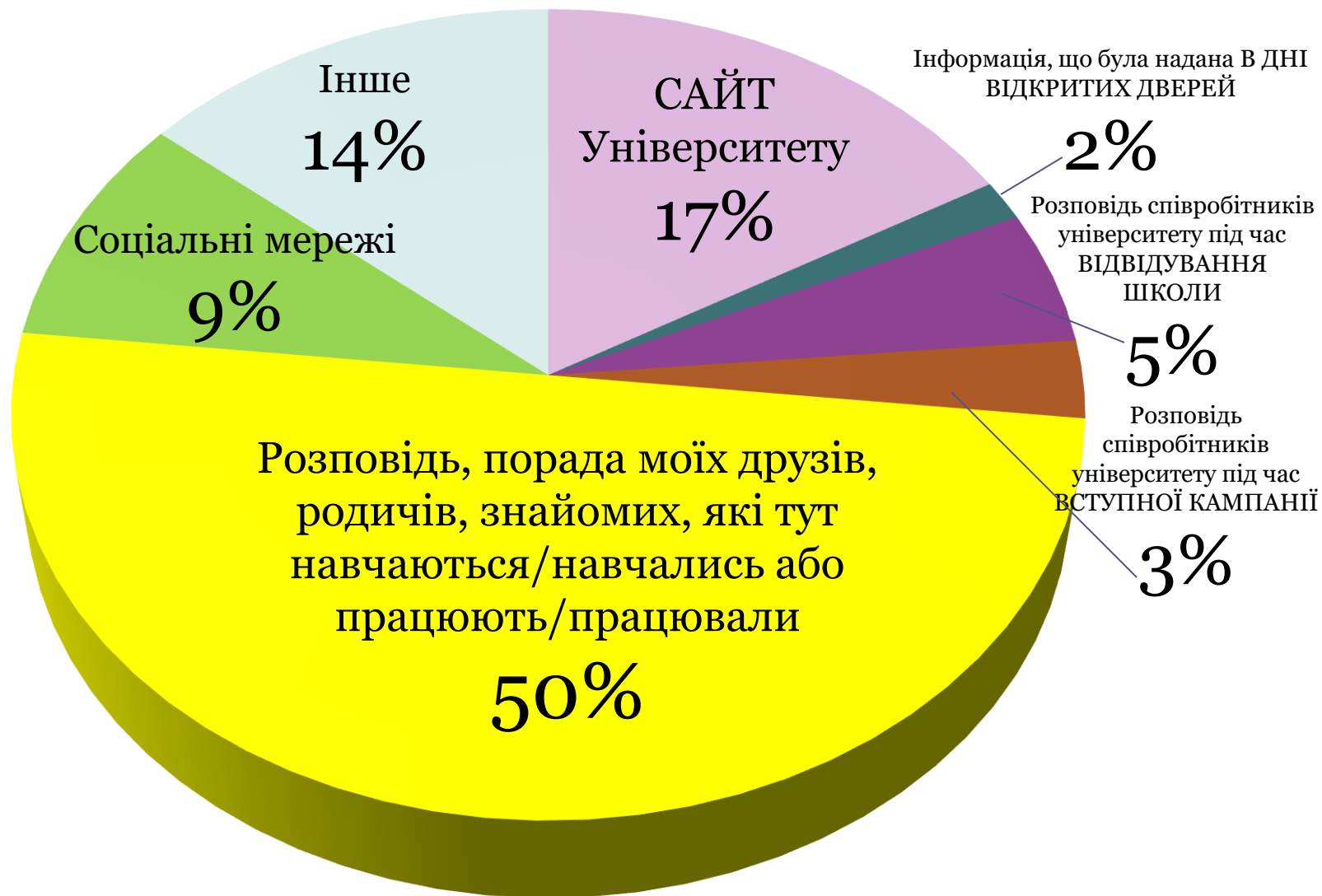


Сучасна
матеріальна
база
університету

45,0%

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІДПОВІДЕЙ

Через які канали інформації Ви дізнались про Університет?



АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІДПОВІДЕЙ

Які чинники мали для Вас найбільш істотне значення для прийняття рішення щодо вступу в Університет?



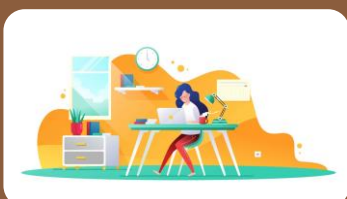
Порада батьків, друзів, родичів, знайомих, студентів, які вже навчаються/навчались або працюють/працювали в цьому університеті 43,8%



Інформація на САЙТІ Державного університету телекомунікацій 32,2%



Розповідь співробітників Державного університету телекомунікацій, які приходили до школи 1,6%



Інше 22,4%

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІДПОВІДЕЙ



Отримані знання за обраною спеціальністю забезпечать успіх у майбутньому

46,1%



Гарантує непогані доходи у майбутньому

21,3%



Вважаю її престижною

12,4%



Вибрав випадково

5,4%



Наполягли батьки

1,2%



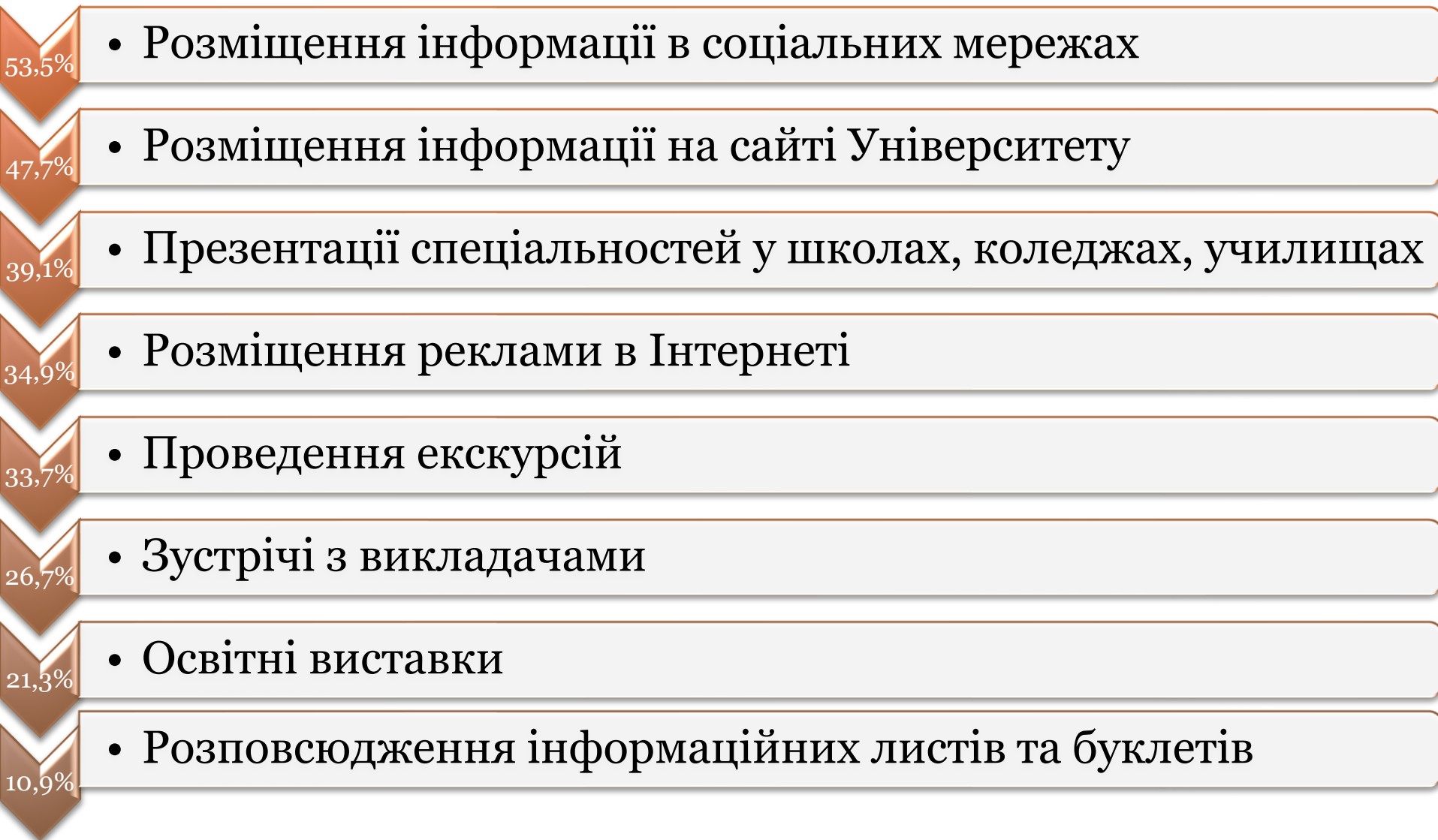
Інше

13,6%

Ви обрали спеціальність через те, що...?

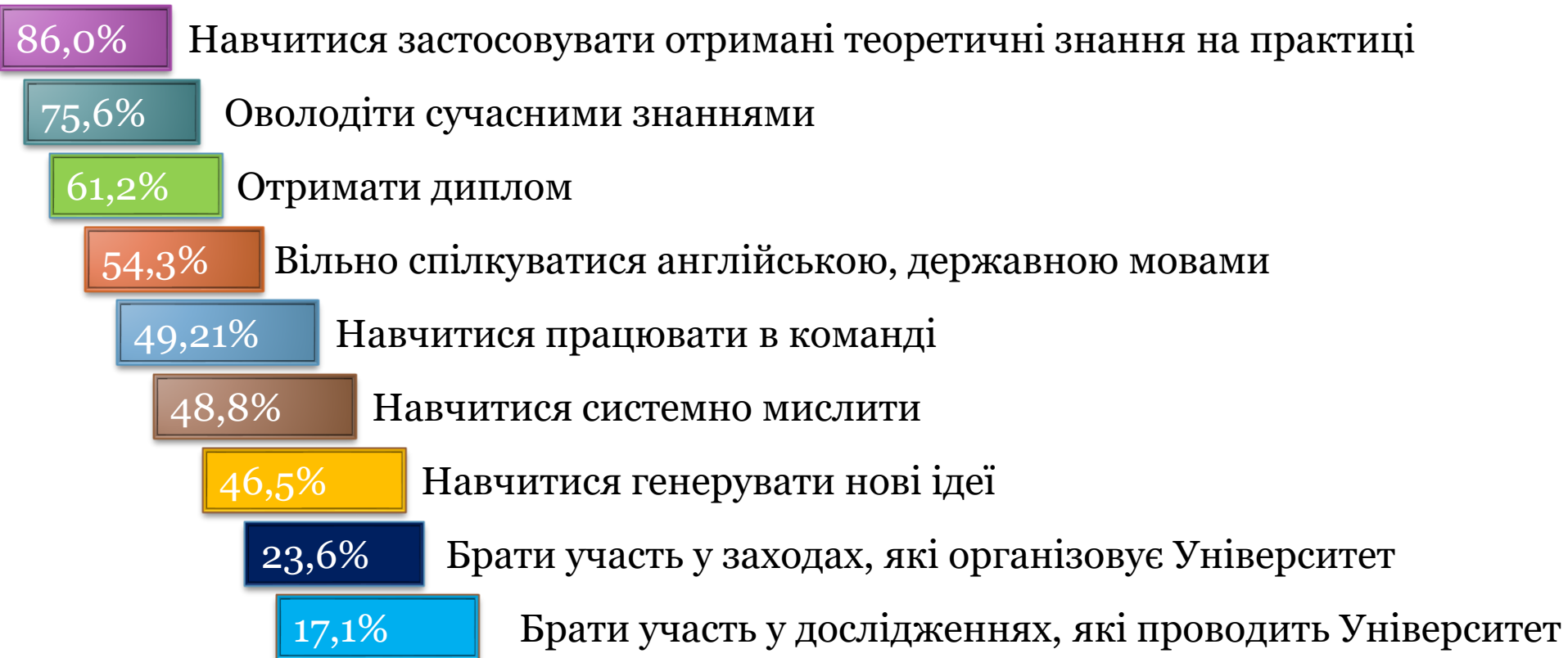
АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІДПОВІДЕЙ

Які з перелічених заходів, на Вашу думку, найбільш суттєво впливають на вибір абітурієнтом Університету?



АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІДПОВІДЕЙ

Які задачі Ви ставите перед собою на 4 роки навчання в Університеті



ПОРАДИ СТУДЕНТІВ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ

Більше реклами в популярних соціальних мережах

Створити окрему сторінку в Instagram

Більш інформативно розповідати про кафедри

Розповідати та наводити приклади про студентів, які закінчили ДУТ і де вони працевлаштовані

Розповідати про особливості навчання в Університеті

Більше виступів у школі, але правильних, не нудних

Проводити заходи, щоб абітурієнти змогли відчувати, що це дійсно їм підходить


Більш цікавіше представити вступну кампанію на сайті Університету

ВИСНОВКИ

1. Державний університет телекомунікацій провів Вступну кампанію 2020 на високому рівні.
2. Державний університет телекомунікацій здійснює підготовку за популярними серед абітурієнтів спеціальностями
3. Найбільшу кількість заяв було подано на спеціальності 125 Кібербезпека 121 Інженерія програмного забезпечення; 122 Комп'ютерні науки; 123 Комп'ютерна інженерія; 075 Маркетинг; 073 Менеджмент.
3. Середній конкурсний бал на бюджет **151,6**, на контракт **142,8**
4. У 2020 році Державний університет телекомунікацій посів **124 місце** у рейтингу “ТОП 200 Україна” (**147 у минулому році**).
5. Найефективнішим в цьому році каналом інформації стало “ сарафанне радіо ” (Розповідь, порада моїх друзів, родичів, знайомих, які тут навчаються/навчались або працюють/працювали)-**50%**.
6. Найбільш вагоме значення для прийняття рішення абітурієнтом щодо вступу в Університет склали : “Порада батьків, друзів, родичів, знайомих, студентів” та “Інформація на сайті Університету”.
7. Вступники вмотивовані до навчання та чітко визначають задачі на 4 роки навчання в Університеті.

ПРОПОЗИЦІЇ

1. Взяти до уваги пропозиції здобувачів та застосувати їх у Вступній кампанії 2021р.
2. Надалі проводити заходи, які сприятимуть підвищенню іміджу Університету та популярності серед абітурієнтів.



**Дякую
за увагу!**