

***Результати моніторингового дослідження залишкового рівня знань студентів I курсу бакалаврського рівня вищої освіти.
Джерела інформації про Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій***

В період з 23.10.2025 року до 29.10.2025 року в нашому Університеті було проведено моніторингове дослідження залишкового рівня знань з чотирьох дисциплін – української мови, математики, історії України та англійської мови серед студентів-першокурсників всіх освітніх програм. Метою дослідження було не лише оцінити рівень залишкових шкільних знань студентів на початку навчального року, але й з'ясувати, з яких джерел студенти дізналися про наш Університет. Зібрані дані дали змогу отримати цілісне уявлення про підготовку першокурсників, їх рівень знань, а також про фактори, що вплинули на їх вибір навчального закладу.

Оцінка залишкових шкільних знань

За результатами анкетування, середній рівень знань студентів-першокурсників з української мови склав **8 балів з 10** можливих, з математики – **7 балів з 10** можливих, з історії України – **7 балів з 10** можливих, з англійської мови **9 балів з 10** можливих.

Це свідчить про загалом достатню підготовленість студентів-першокурсників, хоча є певна кількість першокурсників з недостатньою підготовкою, які потребують додаткової уваги. Діапазон оцінок варіювався від 1 до 10 можливих балів, що підкреслює значну різницю в рівні знань між окремими студентами. Така різниця може бути обумовлена різними шкільними програмами та рівнем підготовки в школах, у яких навчалися студенти.

Результати навчально-наукових інститутів по предметах

Для детальнішого аналізу залишкових знань студентів було розглянуто кількість осіб, які отримали максимальні бали з ключових предметів, таких як **англійська мова, українська мова, математика та історія України**. Дані були згруповані по навчально-наукових інститутах.

Українська мова: ННІ ТК виявилася лідером у цій дисципліні з 17 студентами, які досягли максимальних результатів. ННІКБЗІ — 9 студентів-першокурсників, ННІМП — 5 студентів-першокурсників, і ННІПТ — 11 студентів-першокурсників.

Математика: У цій дисципліні найкраще себе проявили студенти ННІПТ, серед яких 21 осіб отримали максимальні бали, коли ННІКБЗІ — 7 студентів-

першокурсників, ННІМП — 12 студентів-першокурсників, і ННІТК — 8 студентів-першокурсників.

Історія України: Найбільшу кількість студентів з максимальними балами знову зафіксовано у ННІТ - 16 студентів-першокурсників, тоді як ННІКБЗІ та ННІМП мали 5 та 3 студентів-першокурсників відповідно. В ННІТК жоден зі студентів-першокурсників не набрав максимально можливого бал.

Англійська мова: Найвищі результати продемонстрували студенти ННІТ, де 34 студентів-першокурсників отримали максимальні бали. Інші спеціальності мали меншу кількість студентів з найвищими оцінками: ННІКБЗІ — 16 студентів-першокурсників, ННІТК — 11 студентів-першокурсників, а ННІМП — 13 студентів-першокурсників.

Ці результати свідчать про те, що студенти-першокурсники ННІ ІТ стабільно демонструють високий рівень підготовки з усіх основних шкільних дисциплін, тоді як студенти-першокурсники інших навчально-наукових інститутів, а особливо ННІ ТК, мають середній рівень підготовки.

Джерела інформації про

Державний Університет інформаційно-комунікаційних технологій

Пріоритетним питанням було, як саме студенти-першокурсники дізналися про Університет. Це питання допомогло зрозуміти, які інформаційні канали є найефективнішими для залучення нових абітурієнтів. Результати розподілилися таким чином:



Інформація в соціальних мережах — 44% студентів-першокурсників вказали, що дізналися про Університет через Facebook, Instagram, Telegram та інші платформи.

Із сайту Університету — 32% студентів-першокурсників вказали, що офіційний веб-сайт Університету став для них головним джерелом інформації.

Відгуки родичів, друзів — важливий канал залучення абітурієнтів, який склав 2%. Це підкреслює важливість довіри до особистих рекомендацій.

Відгуки студента або випускника Університету — 2% студентів-першокурсників зазначили, що вибір Університету був зумовлений позитивними враженнями нинішніх студентів або випускників.

Візит викладачів Університету до навчального закладу — цей канал залучення абітурієнтів склав 9%.

Відвідування Дня відкритих дверей — 11% студентів-першокурсників дізналися про Університет під час спеціальних заходів, організованих для майбутніх студентів.

Висновки та рекомендації

Загальні результати анкетування студентів-першокурсників свідчать про те, що рівень залишкових знань є достатнім для успішного продовження навчання в Університеті, а також для повноцінного оволодіння освітніми програмами за обраними спеціальностями. Отримана базова підготовка дозволяє здобувачам вищої освіти ефективно засвоювати навчальний матеріал, поступово формувати професійні компетентності та адаптуватися до вимог освітнього процесу в Університеті.

Аналіз джерел отримання інформації засвідчує, що переважна частина студентів-першокурсників отримала відомості про Університет через соціальні мережі, що підкреслює їх визначальну роль у формуванні обізнаності, інтересу та первинної мотивації майбутніх вступників. Це свідчить про високу ефективність цифрових комунікацій і актуалізує потребу в подальшому зміцненні інформаційної присутності Університету в соціальних мережах. Зокрема, доцільним є систематичне та стратегічно продумане наповнення онлайн-платформ актуальним, якісним і візуально привабливим контентом, що висвітлює освітні можливості, наукові досягнення, студентські ініціативи та успішні історії здобувачів та випускників.

Поряд із розвитком цифрових каналів комунікації важливим залишається удосконалення форматів безпосередньої взаємодії з

потенційними абітурієнтами. З цією метою доцільно й надалі розширювати практику проведення Днів відкритих дверей, профорієнтаційних зустрічей, екскурсій та інших заходів, які дають змогу майбутнім студентам особисто ознайомитися з освітнім середовищем Університету, викладацьким складом, матеріально-технічною базою, а також особливостями студентського життя.

Комплексна реалізація зазначених заходів сприятиме формуванню стійкого позитивного іміджу Університету, підвищенню рівня довіри та впізнаваності в освітньому просторі, а також створить передумови для зростання зацікавленості серед майбутніх абітурієнтів. У довгостроковій перспективі це дозволить збільшити кількість вступників і студентів, що є важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку нашого Університету.