



ІНФОРМАЦІЯ ЩОДО РЕЗУЛЬТАТІВ МОНІТОРИНГУ ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ 2018 У РОЗРІЗІ ФОРМУВАННЯ ЯКІСНОГО КОНТИНГЕНТУ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВІДДІЛ МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ ОСВІТИ, ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТА АКРЕДИТАЦІЇ

2018 рік

МЕТА ПРОВЕДЕННЯ:

- формування якісного контингенту здобувачів вищої освіти,
- виявлення найефективніших методів агітації,
- розробка заходів щодо покращення профорієнтаційної роботи та формування якісного контингенту здобувачів вищої освіти.

УЧАСНИКИ АНКЕТУВАННЯ

- ❑ В опитуванні взяли участь 68 % (423 студенти) першокурсників денної форми навчання, з них 45% киян, 17 % з Київської області та 38 % з інших міст та сіл України.
- ❑ 43% першокурсників – випускники спеціалізованих шкіл, ліцеїв та гімназій, у 2017 році 39%.

ПИТАННЯ АНКЕТИ

- Що спонукає абітурієнтів до вибору закладу вищої освіти?
- Через які канали інформації Ви дізнались про Університет?
- Які чинники мали для Вас найбільш істотне значення для вступу в Університет?
- Ви вибрали спеціальність через те, що...
- Які заходи, на Вашу думку, найбільш суттєво впливають на вибір абітурієнтом Університету?
- Ваші поради Університету щодо організації вступної кампанії.

ЩО СПОНУКАЄ АБИТУРІЄНТІВ ДО ВИБОРУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ?

Інтерес до майбутньої професії **60%**

Бажання отримати престижну професію **30%**

Престиж вищої освіти **19%**

Бажання отримати відстрочку від армії **8%**

Орієнтація на вимогу батьків **3%**



ЧЕРЕЗ ЯКІ КАНАЛИ ІНФОРМАЦІЇ ВИ ДІЗНАЛИСЬ ПРО УНІВЕРСИТЕТ?



26,7% ПОРАДА БАТЬКІВ, РОДИЧІВ/ЇХ ЗНАЙОМИХ



24% ВИЧЕРПНА ІНФОРМАЦІЯ НА САЙТІ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ



23% ТУТ НАВЧАЮТЬСЯ/НАВЧАЛИСЬ АБО ПРАЦЮЮТЬ/ПРАЦЮВАЛИ МОЇ ДРУЗІ, РОДИЧІ, ЗНАЙОМІ



11% РОЗПОВІДЬ СПІВРОБІТНИКІВ УНІВЕРСИТЕТУ ПІД ЧАС ВІДВІДУВАННЯ ШКОЛИ



10% РЕКЛАМА У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ)



9,5% ІНФОРМАЦІЯ, ЩО БУЛА НАДАНА В ДНІ ВІДКРИТИХ ДВЕРЕЙ



7,6% ПРЕСТИЖНІСТЬ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ



5,9% ЗАКІНЧУВАВ ПІДГОТОВЧІ КУРСИ В УНІВЕРСИТЕТІ



4% РОЗПОВІДЬ СПІВРОБІТНИКІВ УНІВЕРСИТЕТУ ПІД ЧАС ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ



ЯКІ ЧИННИКИ МАЛИ ДЛЯ ВАС НАЙБІЛЬШ ІСТОТНЕ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ВСТУПУ В УНІВЕРСИТЕТ?



ПОРАДА ДРУЗІВ, РОДИЧІВ, ЗНАЙОМИХ, ЯКІ ВЖЕ НАВЧАЮТЬСЯ/НАВЧАЛИСЬ АБО ПРАЦЮЮТЬ/ПРАЦЮВАЛИ В ЦЬОМУ УНІВЕРСИТЕТІ



ПОРАДА СТУДЕНТІВ, ЯКІ ВЖЕ НАВЧАЮТЬСЯ/НАВЧАЛИСЬ В ЦЬОМУ УНІВЕРСИТЕТІ



ПОРАДА БАТЬКІВ



ПРОЖИВАЮ НЕДАЛЕКО ВІД ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ



СПІВРОБІТНИКИ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ПРИХОДИЛИ ДО ШКОЛИ ТА РОЗПОВІДАЛИ ПРО ПЕРСПЕКТИВИ НАВЧАННЯ В УНІВЕРСИТЕТІ



ПРЕСТИЖ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ



МОЖЛИВІСТЬ ВСТУПУ НА БЮДЖЕТ



НАЯВНІСТЬ ВІДПОВІДНИХ СЕРТИФІКАТІВ ЗНО



СПРИЯТЛИВА ВАРТІСТЬ НАВЧАННЯ



ВИБІР БУВ ВИПАДКОВИМ



ІНШЕ

ВИ ВИБРАЛИ СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ЧЕРЕЗ ТЕ, ЩО...

ГАРАНТУЄ НЕПОГАНІ
ДОХОДИ У
МАЙБУТНЬОМУ

ОТРИМАНІ ЗНАННЯ
ЗАБЕЗПЕЧАТЬ УСПІХ
У МАЙБУТНЬОМУ

МРІЯВ НАВЧАТИСЯ У
ЦЬОМУ
УНІВЕРСИТЕТІ

ВВАЖАЮ ЇЇ
ПРЕСТИЖНОЮ

НАПОЛЯГЛИ БАТЬКИ

ВИБРАВ ВИПАДКОВО



ІНШЕ

ЯКІ ЗАХОДИ, НА ВАШУ ДУМКУ, НАЙБІЛЬШ СУТТЄВО ВПЛИВАЮТЬ НА ВИБІР АБІТУРІЄНТОМ УНІВЕРСИТЕТУ?

ПРЕЗЕНТАЦІЇ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У ШКОЛАХ, КОЛЕДЖАХ,
УЧИЛИЩАХ

РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМИ В ІНТЕРНЕТІ

РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖАХ

РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ЛИСТІВ ТА БУКЛЕТІВ

РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ НА
САЙТІ УНІВЕРСИТЕТУ

ЗУСТРІЧІ З ВИКЛАДАЧАМИ

ОСВІТНІ ВИСТАВКИ

ПРОВЕДЕННЯ
ЕКСКУРСІЙ

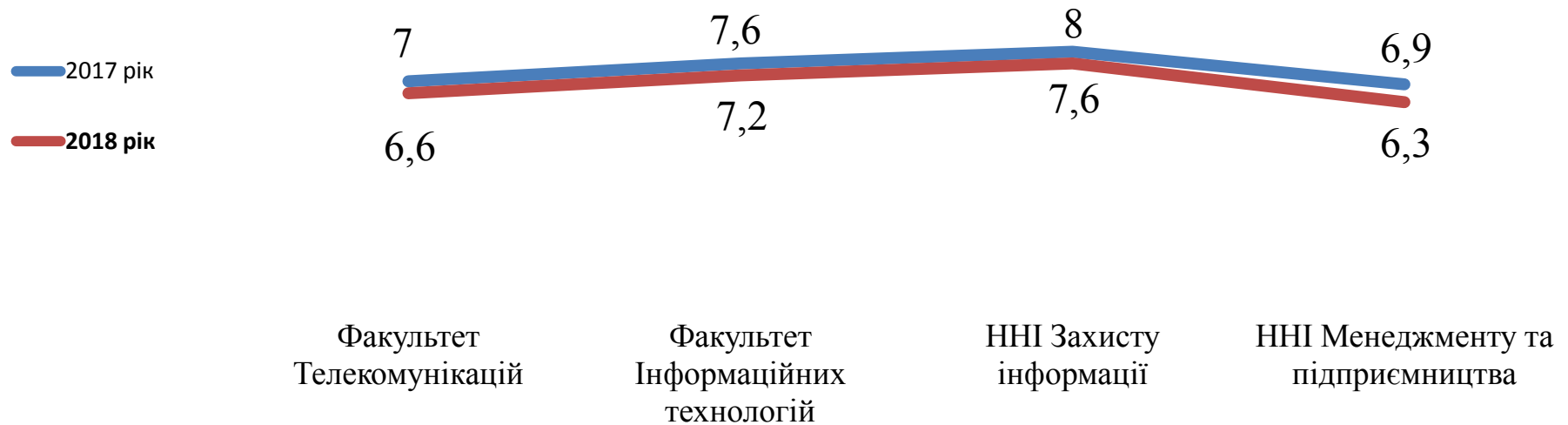
ІНШЕ

ВАШІ ПОРАДИ УНІВЕРСИТЕТУ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ.

- Все чудово, усе було досить швидко, без черг;
- Презентації спеціальностей в інших містах країни;
- Більше інформації на сайті;
- Проводити більше агітації у соціальних мережах;
- Більше відкритості, наприклад, створити для абітурієнтів Telegram сторінки, де можна задавати питання студентам щодо навчання;
- Вивішувати списки студентів по групам першого курсу на сайті університету;
- Знайомити з професіями детальніше;
- Будь ласка, пояснюйте, яка відмінність між спеціалізаціями;
- Більше інформації у СМІ;
- Зробіть на вході спеціальну дошку груп тих хто поступив;
- Більше розповісти про перші дні навчання під час подання документів;

РЕЗУЛЬТАТ МОНІТОРИНГУ ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ 2018 У РОЗРІЗІ ЯКІСНОГО ФОРМУВАННЯ КОНТИНГЕНТУ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ПОРІВНЯННІ З 2017 :

СЕРЕДНІЙ БАЛ З УРАХУВАННЯМ ЗНО



ВИСНОВОК

- У 2018 році Вступна кампанія проведена на рівні минулого року на 1 курс денної форми навчання зараховано 627 студентів.
- Загальний ліцензійний обсяг Державного університету телекомунікацій на 1 курс денної форми підготовки освітнього рівня бакалавр заповнено на 44,5% .
- Середній бал атестату абітурієнтів, які стали студентами університету складає 8,7 бали, що трохи нижче ніж у минулому році (8,8 бали).
- Середній бал ЗНО 150 балів, що відповідає 7 балам за 12 бальною шкалою, та нижчий за показник минулого року (154 (7,4) бали). Найнижчий рівень підготовки у здобувачів вищої освіти денної форми навчання за такими спеціальностями:

| | |
|--|----------------|
| 281 Публічне управління та адміністрування | 137 (5,7) бали |
| 124 Системний аналіз | 138 (5,8) бали |
| 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність | 139 (5,9) бали |

ПРОПОЗИЦІЇ

Враховуючи, що в цьому році якісний показник контингенту здобувачів вищої освіти денної форми навчання освітнього рівня бакалавр нижчий за показник минулого року пропонуємо завідувачам кафедр з загальних дисциплін посилити підготовку з цих дисциплін шляхом проведення додаткових занять, що дозволить першокурсникам подолати прогалини та швидше адаптуватись до навчального процесу в Державному університеті телекомунікацій.



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!