

11/10/2021

---

---

# Raport z badania studentów przyjętych na pierwszy rok studiów na Wydziale Nauk Społecznych UO Rok akademicki 2021/2022

*Wyniki ankiety na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Wydziału Nauk Społecznych na Uniwersytecie Opolskim oraz efektywności podejmowanych działań promocyjnych*

---

---

Anna Weissbrot-Koziarska  
Iwona Dąbrowska-Jabłońska  
Koordynatorzy kierunków WNS

## Spis treści

Projekt i przebieg badania.....	2
Wielkość próby .....	3
Struktura grupy respondentów według miejsca stałego zamieszkania .....	4
Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego oraz stopień ich oddziaływania na wybór kierunku studiów na WNS UO .....	4
Czynniki wpływające na wybór Uniwersytetu Opolskiego .....	7
Czynniki wpływające na wybór Wydziału Nauk Społecznych UO .....	8
Udział w rekrutacji 2021/2022 na inne uczelnie wyższe i inne kierunki (poza UO) .....	9
Udział w rekrutacji 2021/2022 na inne kierunki na UO .....	10
Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK).....	11
Oczekiwania wobec studiów na wybranym kierunku .....	12
Ustosunkowanie respondentów do podejmowanych działań promocyjnych oraz propozycje ich udoskonalenia .....	13
Wnioski i rekomendacje .....	14
Aneks 1. Ankieta dla studentów przyjętych na pierwszy rok studiów na Wydziale Nauk Społecznych (WNS) UO .....	16
Aneks 2. Survey for students admitted to the first year of studies at the Faculty of Social Sciences of the UO .....	21

# Raport z badania studentów przyjętych na pierwszy rok studiów na Wydziale Nauk Społecznych UO

## Rok akademicki 2021/2022

*Wyniki ankiety na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Wydziału Nauk Społecznych na Uniwersytecie Opolskim oraz efektywności podejmowanych działań promocyjnych*

### Projekt i przebieg badania

Badanie ankietowe przeprowadzone zostało w dniach od 25 października do 19 listopada 2021 r. Zaproszenie do udziału w badaniu skierowane zostało, za zgodą Dziekan Wydziału Nauk Społecznych, do wszystkich studentów przyjętych na pierwszy rok studiów w roku akademickim 2021/2022. Celem badania było pozyskanie opinii na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Wydziału Nauk Społecznych na Uniwersytecie Opolskim oraz efektywności podejmowanych działań promocyjnych.

Ankieta została opracowana przez Annę Weissbrot-Koziarską – Dziekan WNS oraz Iwonę Dąbrowską-Jabłońską – zastępcę Dziekan WNS. Badanie było anonimowe i obejmowało 8 pytań, dotyczących: informacji podstawowych oraz oceny oferty dydaktycznej i działań promocyjnych WNS UO. Badanie miało charakter ilościowy. Zawierało pytania metrykalne oraz pytania zamknięte wielokrotnego wyboru z opcją „inna odpowiedź”. Studenci musieli udzielić odpowiedzi na wszystkie pytania. Kwestionariusz ankiety znajduje się w aneksie 1. do niniejszego Raportu. Ankieta została przygotowana również w języku angielskim, dla studentów-obcokrajowców, ale wypełnił ją tylko jeden student. W aneksie 2. znajduje się wersja anglojęzyczna kwestionariusza ankiety.

Do przeprowadzenia ankiety wykorzystano moduł ankietowy platformy google, z opcją eksportowania danych w formie arkusza kalkulacyjnego. Ankieta została opublikowana na stronie Wydziału pod adresem:

<http://wns.uni.opole.pl/2021/10/21/badanie-ankietowe/> .

Kwestionariusz ankiety był zabezpieczony hasłem.

Aby wypełnić ankietę należało wpisać hasło, które koordynatorzy kierunków przekazywali studentom

pierwszych lat. Studenci mogli wypełnić ankietę zarówno na komputerach stacjonarnych, jak i na urządzeniach mobilnych takich jak smartfon czy tablet, z dowolnego miejsca na Uczelni i poza nią. Za przeprowadzenie badań odpowiedzialni byli Koordynatorzy kierunków WNS.

Zebrany materiał badawczy został poddany analizie i przedstawiony w niniejszym Raporcie. Efektem zrealizowanych działań ma być przygotowanie oferty promocyjnej dla kandydatów na studia na rok akademicki 2021/2022. W styczniu 2022 Koordynatorzy, m. in. na podstawie wyników przeprowadzonych badań, będą projektować strategie i działania promocyjne swoich kierunków studiów.



## Wielkość próby

Spośród około 800 studentów przyjętych na pierwszy rok studiów w roku akademickim 2021/2022, ankietę wypełniło 142 respondentów, co stanowiło łącznie około 17,87% grupy docelowej. W rozbiciu na poszczególne formy, poziomy i kierunki studiów, struktura respondentów przedstawiona została w tabeli 1. W tabeli zawarto także informację o płci respondentów.

Tabela 1. Forma, poziom i kierunek studiów oraz płeć osób, które wzięły udział w badaniach ankietowych (N=142)

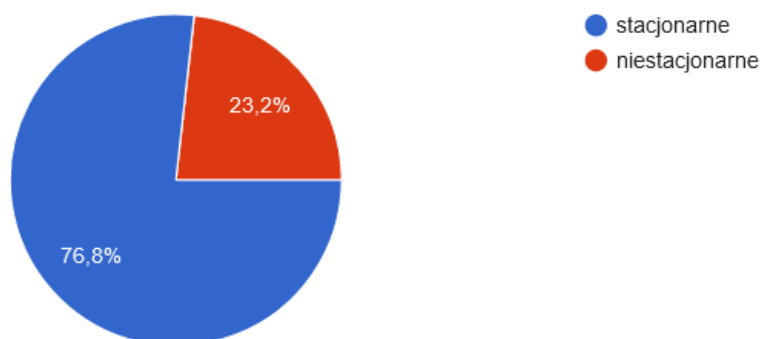
Forma, poziom i kierunek studiów	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
<b>Jednolite magisterskie (5-letnie)</b>	<b>46</b>	<b>8</b>	<b>54</b>
Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna S	1	0	1
Pedagogika specjalna S	-	-	-
Psychologia S	22	1	23
Psychologia N	23	7	30
<b>Licencjackie (3-letnie)</b>	<b>44</b>	<b>36</b>	<b>80</b>
Design i komunikacja społeczna S	14	6	20
Historia S	6	8	14
Historia i terażniejszość S	7	10	17
Historia i terażniejszość N	1	0	1
Muzykologia S	3	4	7
Pedagogika S	-	-	-
Praca socjalna S	2	1	3
Praca socjalna N	2	0	2
Socjologia S	9	7	16
<b>Magisterskie (2-letnie)</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
Muzykologia S	1	0	1
Pedagogika S	7	0	7
<b>Suma końcowa</b>	<b>98</b>	<b>44</b>	<b>142</b>

Legenda: S – studia stacjonarne, N – studia niestacjonarne.

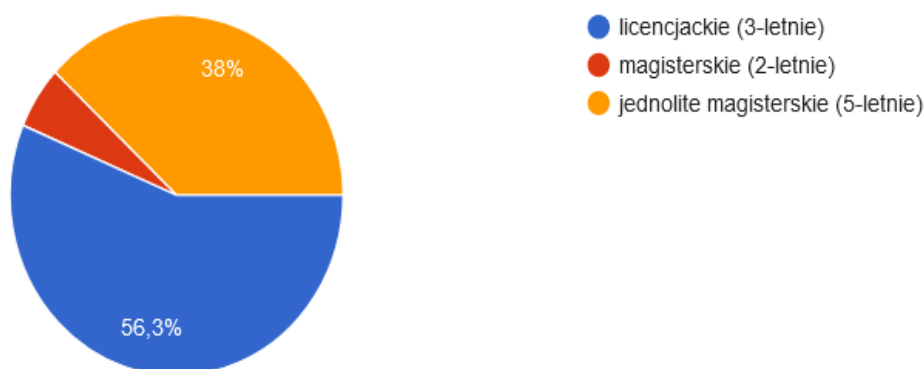
W badaniach wzięły udział 142 osoby: 98 (69%) kobiet i 44 (31%) mężczyzn. Najwięcej respondentów wypełniających ankietę studiuje na studiach pierwszego stopnia (3-letnich) – 80 osób (56,3%) osób. Są to kierunki: Design i komunikacja społeczna S, Historia S, Historia i terażniejszość S, Historia i terażniejszość 40+ N, Muzykologia S, Praca socjalna S, Praca socjalna N, Socjologia S. Mniejszą reprezentację mieli w badaniach studenci studiów jednolitych magisterskich (5-letnich) – 54 (38%) respondentów i drugiego stopnia (2-letnich) – tylko 8 (5,6%) badanych. Respondenci studiów jednolitych magisterskich reprezentowali następujące kierunki: Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna S, Psychologia S, Psychologia N. Wśród respondentów studiów 2-letnich magisterskich byli przedstawiciele kierunków: Muzykologia S i Pedagogika S. Niestety nie wszystkie lata pierwsze były reprezentowane w powyższym zestawieniu.

## Poziom i forma studiów

142 odpowiedzi



142 odpowiedzi



## Struktura grupy respondentów według miejsca stałego zamieszkania

Większość przebadanych studentów pierwszych lat, którzy podjęli w roku akademickim 2021/2022 studia na Wydziale Nauk Społecznych UO, mieszka na stałe poza Opolem. Tylko 53 (37,3%) respondentów mieszka w tym mieście. Z uzyskanych danych wynika, że respondenci mieszkają w Polsce zarówno w województwie opolskim, jak i poza nim, ale także poza granicami naszego kraju. Pojedyncze osoby zadeklarowały, że na stałe mieszkają na Ukrainie, Białorusi i w Niemczech.

## Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego oraz stopień ich oddziaływania na wybór kierunku studiów na WNS UO

Respondenci byli pytani o źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego. Respondenci mogli wybrać kilka odpowiedzi. Najczęściej wskazywali na stronę internetową UO – 72 (50,7%) odpowiedzi, na opinie znajomych – 50 (35,2%) oraz

portale społecznościowe, np. FB – 41 (28,9%)<sup>1</sup>. Najniżej oceniono targi edukacyjne – 3 (2,1%). Niestety także nisko oceniono Dni Otwarte UO – 11 (7,7%).

Tabela 2. Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego (N=142)

Źródła informacji	Odpowiedzi respondentów - zdecydowanie tak	
	L	%
Strona internetowa UO	72	50,7
Opinie znajomych	50	35,2
Portale społecznościowe, np. Facebook	41	28,9
Portale ogólnopolskie dotyczące studiów wyższych	30	21,1
Informatory	26	18,3
Opinie członków rodziny	26	18,3
Reklama internetowa	19	13,4
Opinie nauczycieli	18	12,7
Inne	15	10,6
Dni Otwarte UO	11	7,7
Spotkania z przedstawicielami Uczelni organizowane w szkołach	10	7
Reklama prasowa	6	4,2
Spoty radiowe	5	3,5
Targi edukacyjne	3	2,1

Należy przypomnieć, że 14 i 15 czerwca 2021 roku na UO odbywały się Wirtualne Dni Otwarte. Każdy z dwunastu wydziałów UO prezentował się na wirtualnym stoisku, a jego przedstawiciele dostępni byli na internetowych czatach i mieli odpowiadać na pytania kandydatów. Ze strony Wydziału Nauk Społecznych 2-dniowy dyżur pełnili koordynatorzy kierunków studiów. Niestety wydaje się, że opisywane przedsięwzięcie nie przyniosło oczekiwanych rezultatów. Przy bardzo dużym koszcie finansowym i organizacyjnym Wirtualne Dni Otwarte na WNS odwiedziło zaledwie kilka osób.

Zdjęcie 1. Plakat promujący Wirtualne Dni Otwarte UO – 2021 r.



Źródło:

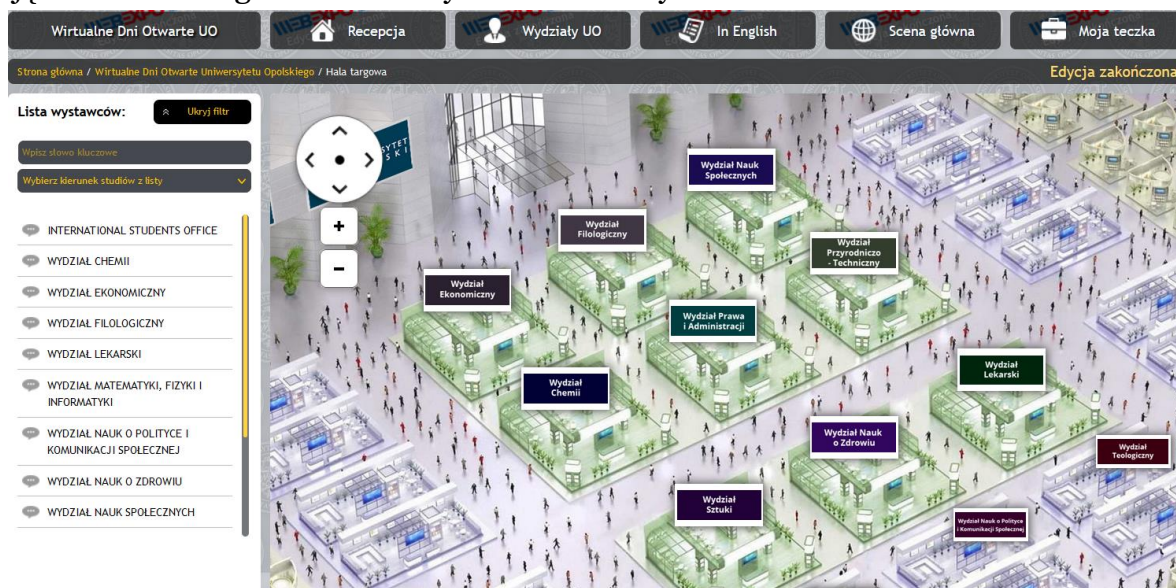
<https://uni.opole.pl/page/4267/kandydacie-zapraszamy-na-wirtualne-dni-otwarte-to-juz-14-i-15-czerwca>

<sup>1</sup> W pierwszych badaniach, w roku akademickim 2019/2020 i 2020/2021, również trzy najwyższe miejsca zajmowały kolejno: strona internetowa UO, opinie kolegów/znajomych, portale społecznościowe, np. Facebook.



Na platformie Wirtualnych Dni Otwartych zamieszczono listę kierunków, jakie zaproponowano na rok akademicki 2021/2022, wraz z linkami do opisu kierunku i do odpowiedniej komisji rekrutacyjnej.

Zdjęcie 2. Hala targowa Wirtualnych Dni Otwartych UO – 2021 r.



Źródło: <https://uniopole.webexpo.pl/wydarzenie/uniopole/hala-targowa>

Zdjęcie 3. Strona promocyjna Wydziału Nauk Społecznych - Wirtualne Dni Otwarte UO – 2021 r.



Źródło: <https://uniopole.webexpo.pl/wydarzenie/uniopole/hala-1/stoisko/wydzial-nauk-spoecznych>

Wracając do omawiania badań kwestionariuszowych, trzeba powiedzieć że niestety nisko oceniono także strony internetowe WNS, pomimo tego że corocznie staramy się odświeżyć ofertę i uatrakcyjnić jej szatę graficzną. Jak widać działania promocyjne powinny być bardziej intensywne i zdywersyfikowane. W celu zintensyfikowania działań promocyjnych w październiku 2021 roku Pani Dziekan WNS powołała zespół ds. promocji

WNS, który ma za zadanie przygotować projekt działań w tym zakresie na rok akademicki 2022/2023 rok.

## Czynniki wpływające na wybór Uniwersytetu Opolskiego

W kwestionariuszu ankiety badani zostali poproszeni o wskazanie czynników, które wpłynęły na dokonanie przez nich wyboru Uniwersytetu Opolskiego, jako miejsca swojego dalszego kształcenia<sup>2</sup>. To pytanie dotyczy zasadniczo całej Uczelni. Respondenci mogli wybrać kilka odpowiedzi.

Tabela 3. Czynniki wpływające na wybór studiów na Uniwersytecie Opolskim (N=142)

Czynniki wpływające na wybór UO	Odpowiedzi respondentów - zdecydowanie tak	
	L	%
Bliskość miejsca zamieszkania	66	46,5
Atrakcyjność oferty dydaktycznej	56	39,4
Dogodny dojazd	54	38
Łatwość dostania się na studia	51	35,9
Przyjazna atmosfera	48	33,8
Niskie koszty utrzymania	38	26,8
Pozytywne opinie znajomych	37	26,1
Dobra kadra naukowo-dydaktyczna	32	22,5
Unikatowość wybranego kierunku studiów	32	22,5
Dobra organizacja pracy Uczelni	25	17,6
Ktoś z mojej rodziny tu studiował	24	16,9
Prestiż/renoma Uczelni	14	9,9
Działalność kół naukowych	13	9,2
Atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej	11	7,7
Oferta artystyczna	6	4,2
Sport akademicki	5	4

Spośród czynników mających największe znaczenie przy wyborze Uniwersytetu Opolskiego wymieniano najczęściej: bliskość miejsca zamieszkania – 66 (46,5%) odpowiedzi, atrakcyjność oferty dydaktycznej – 56 (39,4%), dogodny dojazd – 54 (38%) i łatwość dostania się na studia – 51 (35,9%). Warto podkreślić, że rok wcześniej pozycja „Atrakcyjność ofert dydaktycznej” zajmowała 7 miejsce, a obecnie jest na 2. Wydział czyni starania by podnosić atrakcyjność oferty dydaktycznej, zatem być może idziemy w dobrym kierunku. Najmniejsze znaczenie przy wyborze studiów na UO miała dla studentów pierwszych lat oferta artystyczna UO – 6 (4,2%) odpowiedzi oraz sport akademicki 5 (4%)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> W pierwszych badaniach, w roku akademickim 2019/2020, pytanie dotyczące czynników wpływających na wybór Uniwersytetu Opolskiego było połączone z opiniami o WNS UO. W drugich badaniach rozdzielono te kwestie na dwa osobne pytania.

<sup>3</sup> W pierwszych badaniach, w roku akademickim 2019/2020, w pytaniu dotyczącym znaczących czynników biorących udział w wyborze Uniwersytetu Opolskiego, wymieniano kolejno: bliskość miejsca zamieszkania, dogodny dojazd, przyjazną atmosferę. Najmniejszy wpływ miały tradycje rodzinne, czyli fakt, że ktoś z rodziny studiował na tej Uczelni. W roku akademickim 2020/2021 pierwsze miejsca zajęły kolejno: Bliskość miejsca zamieszkania, pozytywne opinie znajomych, przyjazna atmosfera.



Wydaje się zatem, że należy nadal dążyć do zwiększenia działań promocyjnych, zwrócić większą uwagę na współpracę z absolwentami Uczelni, podtrzymywać z nimi kontakt, współpracować, bo ich opinie mają również znaczący wpływ przy wyborze UO jako miejsca studiowania. Za mało natomiast Uczelnia promuje swoje atuty, tj. sport akademicki, w którym przecież odnosimy niemałe sukcesy. Co do oferty artystycznej, to pomimo długich tradycji, ostatnie dwa lata spowodowały zastój w tej sferze aktywności Uczelni. Należało by wrócić do dobrych praktyk w tym zakresie, a także włączyć władze Opola w taką promocję, by pokazać miasto jako miejsce kultury, sztuki, zabytków, tradycji.

## Czynniki wpływające na wybór Wydziału Nauk Społecznych UO

Pytanie 4. ankiety dotyczyło czynników wpływających na wybór studiów na Wydziale Nauk Społecznych UO. Czynniki zostały przez Autorki kwestionariusza pogrupowane na dwie kategorie: czynniki tkwiące wewnątrz Uczelni oraz czynniki „środowiskowe”. Pierwsza kategoria obejmuje aspekty związane bezpośrednio z organizacją i funkcjonowaniem WNS UO. Natomiast kategoria druga, to obszary, które mają szerszy kontekst i nie dotyczą bezpośrednio działalności Uczelni. Są one jednak ważne z punktu widzenia wybranego kierunku i przyszłego zawodu. Respondenci mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Tabela 4. Czynniki wpływające na wybór studiów na WNS UO (N=142)

Kategorie czynników	Czynniki wpływające na wybór WNS UO	Odpowiedzi respondentów - zdecydowanie tak	
		L	%
Czynniki tkwiące wewnątrz WNS	Atrakcyjny program studiów	39	27,5
	Dobra kadra naukowo-dydaktyczna	32	22,5
	Niski próg podczas rekrutacji	30	21,1
	Perspektywa otrzymania stypendium	24	16,9
	Atrakcyjna strona internetowa	22	15,5
	Możliwość uczestniczenia w krajowej i międzynarodowej wymianie studenckiej	21	14,8
	Dobra baza dydaktyczna	19	13,4
	Projekty realizowane na Wydziale Nauk Społecznych	18	12,7
	Aktywność studencka – koła naukowe, samorząd studencki itp.	18	12,7
Czynniki "środowiskowe"	Własne zainteresowania	90	63,4
	Możliwość łączenia nauki z pracą	45	31,7
	Przydatność na rynku pracy	43	30,3
	Prestiż/renoma przyszłego zawodu	37	26,1
	Pozytywne opinie znajomych	31	21,8
	Ktoś z mojej rodziny studiował ten kierunek	10	7,0

Spośród czynników tkwiących wewnątrz WNS, wpływających na wybór konkretnego kierunku studiów studenci pierwszych lat najczęściej wskazywali na: atrakcyjny program studiów – 39 (27,5%), dobrą kadre naukowo-dydaktyczną – 32 (22,5%) odpowiedzi, oraz niski próg rekrutacji – 30 (21,1%). Wśród czynników „środowiskowych” największe znaczenie miały dla respondentów zainteresowania własne

– aż 90 (63,4%) odpowiedzi, możliwość łączenia nauki z pracą – 45 (31,7%) i przydatność na rynku pracy – 34 (30,3%).

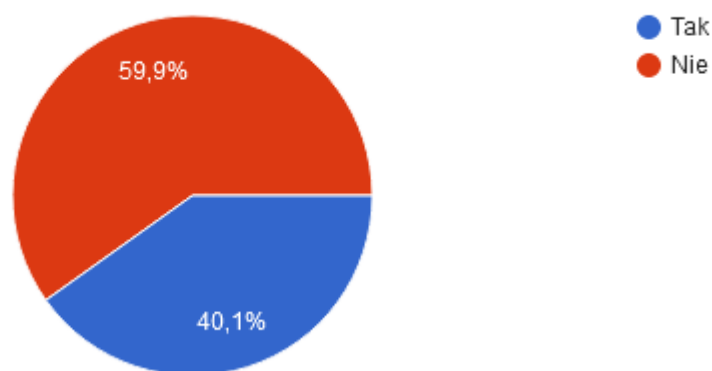
Najbardziej wskazywanymi przez studentów czynnikami, które wpłynęły na wybranie przez nich kierunku studiów, były: aktywność studencka – koła naukowe, samorząd studencki itp. oraz opcja: ktoś z mojej rodziny studiował ten kierunek. Dla porównania w badaniach 2019/2020 najniżej oceniono: możliwość uczestniczenia w krajowej i międzynarodowej wymianie studenckiej oraz aktywność studencka – koła naukowe, samorząd studencki.

## Udział w rekrutacji 2021/2022 na inne uczelnie wyższe i inne kierunki (poza UO)

Z punktu widzenia poszczególnych kierunków studiów interesująca wydaje się odpowiedź na pytanie, czy studenci pierwszych lat WNS UO jednocześnie brali udział w rekrutacji na inne uczelnie i kierunki poza Uniwersytetem Opolskim. Spośród badanych 57 osób, tj. 40,1% potwierdziło, że starało się dostać także na inne uczelnie w Polsce. Z kolei 85 osób (59,9%) badanych napisało, że nie podejmowali takich wysiłków<sup>4</sup>.

Wykres 5. Udział w tegorocznej rekrutacji na inne uczelnie wyższe i inne kierunki (poza UO) (N=142)

142 odpowiedzi



W tabeli poniżej pokazano rozkład tych punktów wg kierunków na WNS UO, na których ostatecznie studenci podjęli studia na pierwszym roku w roku akademickim 2021/2022. Najwięcej osób brało udział w rekrutacji na inne kierunki i uczelnie na kierunku psychologia – 24 osoby (42,1%) oraz Design i komunikacja społeczna – 12 badanych (21,1%).

<sup>4</sup> Podobne proporcje wyników uzyskano w pierwszych badaniach, w roku akademickim 2019/2020.

Tabela 5. Udział w tegorocznej rekrutacji na inne uczelnie wyższe (poza UO) i inne kierunki (N=57)

Kierunek studiów	Odpowiedzi respondentów - tak brałem udział w rekrutacji na inne uczelnie	
	L	%
Psychologia	24	42,1
Design i komunikacja społeczna	12	21,1
Socjologia	8	14,0
Historia	7	12,3
Muzykologia	3	5,3
Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna	1	1,8
Praca socjalna	1	1,8
Pedagogika	1	1,8

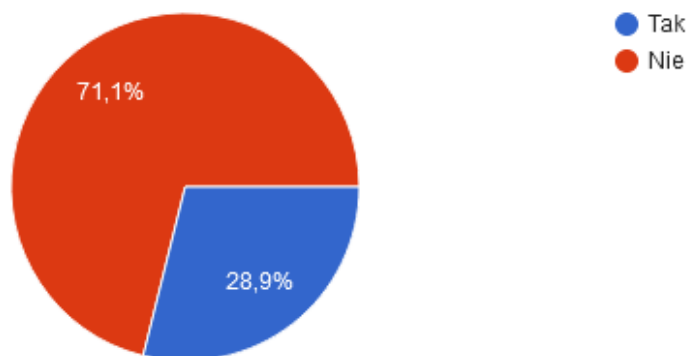
Studenci brali udział w rekrutacji na takie uczelnie m. in. jak: Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Uniwersytet Śląski w Katowicach, Uniwersytet Łódzki, Uniwersytet Wrocławski, Uniwersytet Jagielloński, Uniwersytet Kardynała Stanisława Wyszyńskiego w Warszawie, Wyższa Szkoła Bankowa w Opolu, Politechnika Opolska. Wśród kierunków, na które próbowali się dostać, poza UO, studenci pierwszych lat WNS wymieniali m. in.: germanistykę, psychologię, socjologię, zarządzanie, komunikację w biznesie, radiologię, analitykę medyczną, ratownictwo medyczne, dietetykę, anglistykę, historię, muzykologię, reżyserię dźwięku, dziennikarstwo, marketing i sprzedaż, komunikację wizerunkową. Szczegółowe zestawienia innych uczelni i kierunków powinny znaleźć się w raportach kierunkowych, opracowanych przez koordynatorów poszczególnych kierunków WNS UO.

## Udział w rekrutacji 2021/2022 na inne kierunki na UO

W badaniach ankietowych w roku sprawozdawczym zapytano studentów lat pierwszych WNS także o udział w rekrutacji na inne kierunki na UO. Wśród badanych 101 osób, tj. 71,1% nie zadeklarowało, że brało pod uwagę jeszcze inny kierunek studiów na UO. Natomiast 41 osób (28,9%) przyznało, że czyniło takie starania.

Wykres 6. Udział w tegorocznej rekrutacji na inne kierunki na UO (N=41)

142 odpowiedzi



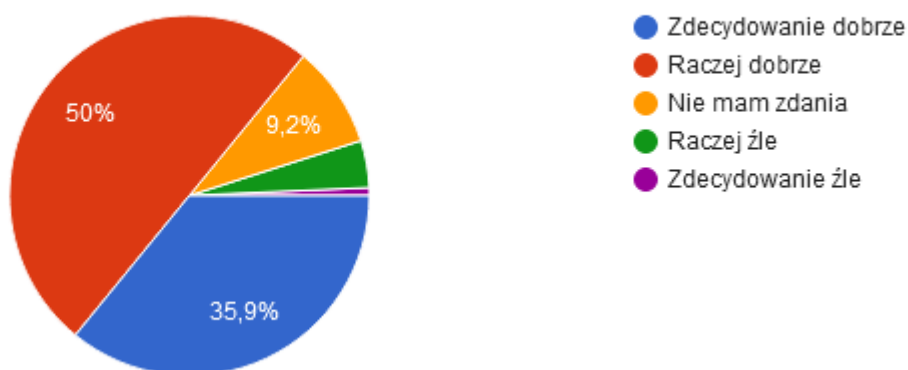
Wśród innych kierunków na UO branych pod uwagę podczas rekrutacji na studia wymieniano: psychologię, pedagogikę specjalną, prawo, pedagogikę, public relations, fizjoterapię, pedagogikę wczesnoszkolną i przedszkolną, prawo, kosmetologię, dziennikarstwo, , prawo, ekonomia, rachunkowość i finanse, design i komunikację społeczną, kierunek lekarski, księgowość, socjologię, ekonomię, filologię romańską, filologię germanistyką, psychologię, pedagogikę specjalną, administrację, stosunki międzynarodowe, filozofię. W sumie cały wachlarz pojedynczych kierunków, będących w ofercie kształcenia na UO.

## Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)

Kolejne pytanie w opisywanych badaniach dotyczyło funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK). Bardzo dobrze oceniło system 51 (35,9%) respondentów, raczej dobrze – 71 (50%), raczej źle – 6 osób (4,2%), zdecydowanie źle – 1 osoba (0,7%). Trzydzieści osób (9,2%) nie miało zdania na ten temat. W ubiegłych dwóch latach także przeważnie bardzo dobrze i dobrze oceniano działanie systemu IRK.

Wykres 7. Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK) (N=142)

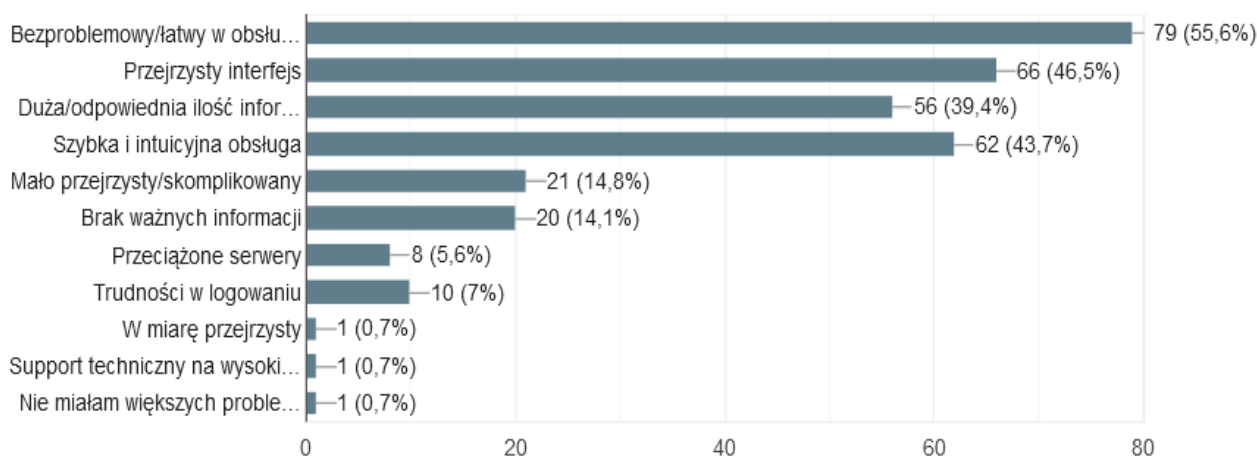
142 odpowiedzi



W uzasadnieniu najczęściej pojawiały się następujące odpowiedzi: bezproblemowy/łatwy w obsłudze – 79 (55,6%) odpowiedzi, przejrzysty interfejs – 66 (46,5%), szybka i intuicyjna obsługa – 62 (43,7%), duża/odpowiednia ilość informacji – 56 (39,4%). Jako mało przejrzysty i skomplikowany system odebrało IRK 21 osób (14,8%), kilka osób wspominało także o przeciążeniu serwerów i kłopotach z logowaniem.

## Wykres 8. Uzasadnienie oceny systemu IRK (N=142)

142 odpowiedzi

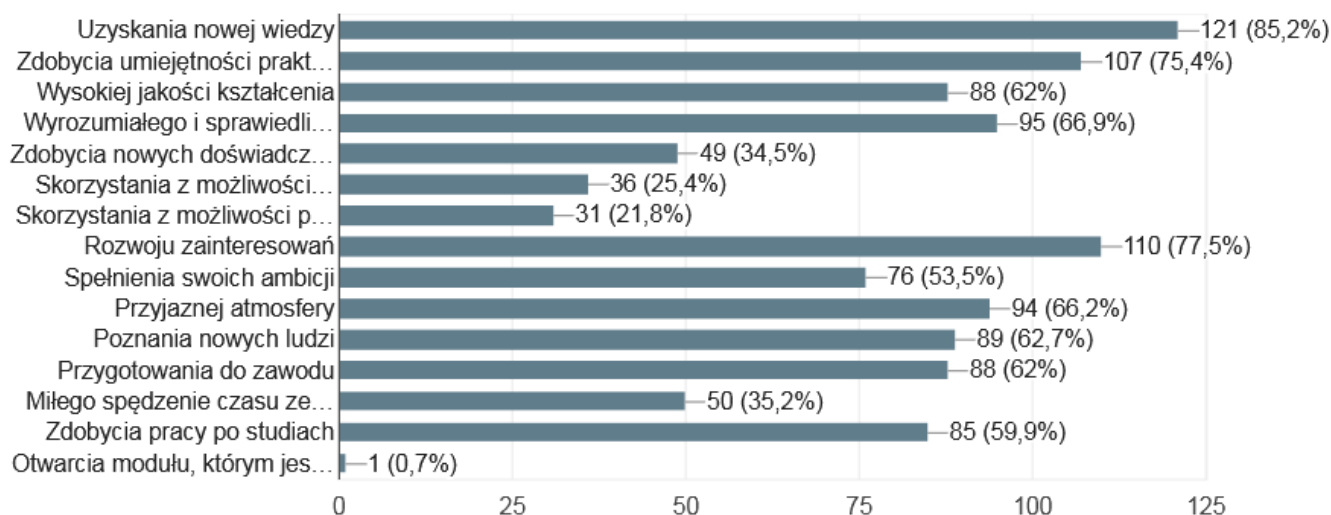


## Oczekiwania wobec studiów na wybranym kierunku

Ostatnie pytanie w ankiecie dotyczyło oczekiwań wobec studiów podjętych na pierwszym roku na WNS UO. Studenci mogli zaznaczać kilka odpowiedzi. Najczęściej wymienianą odpowiedzią było oczekiwanie uzyskania nowej wiedzy – 121 (85,2%), rozwój zainteresowań – 110 (77,5%), zdobycie umiejętności praktycznych – 107 (75,4%) odpowiedzi, wyrozumiałego i sprawiedliwego podejścia wykładowców – 95 (66,9%). Najmniej interesujące okazało się dla studentów korzystanie z możliwości zagranicznych praktyk – 31 (21,8%) i wyjazdów zagranicznych – 36 (25,4%) respondentów.

Tabela 6. Oczekiwania wobec studiów na wybranym kierunku (N=142)

142 odpowiedzi





## Ustosunkowanie respondentów do podejmowanych działań promocyjnych oraz propozycje ich udoskonalenia

Na zakończenie poproszono respondentów o podzielenie się z badaczami swoimi opiniami (pozytywnymi i negatywnymi) na temat podejmowanych na WNS UO działań promocyjnych oraz o wskazanie propozycji ich udoskonalenia. Pojawiło się tutaj wiele uwag. Oto one (cytuję dosłowne wpisy):

- Myślę, że są wystarczająco dobre. To już moje kolejne studia na Uniwersytecie Opolskim i zawsze tu z chęcią wracam, tak jak większość znajomych. Dobrą praktyką w tych czasach może być wyjście w stronę uczniów, nawet już szkół podstawowych, zaprosić ich na ciekawe wykłady, pokazać doświadczenia chemiczne, itp. żeby zachęcić ich do studiowania, bo młodzi ludzie nie widzą potrzeby zdobycia wiedzy i rozwoju swoich zainteresowań.
- Osobiście mam wrażenie że mało jest organizowanych targów gdzie uczelnie mogą się prezentować (albo moja szkoła nas na nie nie zabrała/pokazała ich), Pamiętam, że targów z prezentacją liceów i techników było dużo.
- Praktycznie nie docierają do mnie działania promocyjne - nie kojarzę abym widział reklamy UO gdziekolwiek. Wybrałem te studia, bo i tak bywam w Opolu regularnie.
- Proponuję zmienić informacje w ofercie rekrutacyjnej poprzez dodanie uwagi, że większość (5 z 7) z modułów przedstawionych w tejże ofercie może nie zostać otwarta. Podobają mi się prowadzone targi promujące UO oraz telewizja SETA, dzięki której uczelnia ma większy rozgłos. Można by organizować jakieś większe akcje, które zachęcałyby do skorzystania z oferty uczelni, np. wycieczki, prace artystyczne itp. dla osób spoza UO.
- Wydział Nauk Społecznych i jego kierunki za mało uczestniczą w reklamie w social mediach.
- Chciałabym, żeby Erasmus dla kierunku psychologia działał.
- Negatywne: nie do końca zrozumiałe i nie do końca trafne opisanie kierunku i tego co tutaj się robi.
- Portale społecznościowe są bardzo dobrym narzędziem do promocji uczelni. Można byłoby lepiej wykorzystać ich potencjał: sprawić aby konto na Instagramie było bardziej popularne, umieszczać więcej informacji odnośnie różnych wydarzeń dziejących się na uczelni (umożliwiających rozwój - warsztaty, sekcje sportowe itd.).
- Uważam że działania promocyjne mogłyby być szersze i na większą skalę.
- Aktualne działania są dosyć skuteczne jednak uważam, że można by uzyskać lepsze wyniki wysyłając to szkół średnich w województwie ambasadorów w postaci aktualnych studentów z różnych kierunków, którzy mieliby przybliżyć licealistą pozytywne strony Uniwersytetu.
- Wszystko jest w porządku.
- Nie mam pomysłu, nie patrzyłem na reklamy tylko wszedłem od razu na stronę UO, kierunek był opisany chyba trochę inaczej niż jest w praktyce.

- Jestem trochę rozczarowana wybranym kierunkiem ponieważ na stronie internetowej wypisane jest bodajże 5 modułów jakie możemy wybrać, ale wykładowcy teraz się nie kryją z tym że to fikcja, tak na prawdę z góry jest zakładane że zostaną otwarte tylko dwa moduły. Nie rozumiem czemu więc kandydaci są wprowadzani w błąd w czasie rekrutacji. Można od razu napisać jaki jest prawdziwy wybór.
- Wykładowcy widząc, że 90% grupy to studenci z licencjatu z UO zignorowali nowych studentów spoza Uniwersytetu mówiąc, że "zasady i kryteria zaliczeń jak w zeszłych latach", gdy ktoś zwrócił uwagę, że nie studiował tutaj wcześniej został poinformowany że wykładowcy nie mają obowiązku mówienie o kryteriach gdyż są na stronie Uczelni. Wyrobię legitymacji? Kpina czekałam 3 tygodnie od wpłaty na konto. Pedagogika? Wiele możliwości? Chyba nie na tej uczelni, oferują duży wybór po czym okazuje się że są tylko 2 moduły.
- Informacje na temat oferty kierunków mogłyby być bardziej rozbudowane, reszta działań promocyjnych nie budzi zastrzeżeń.
- Pozytywna, nie mam propozycji.

## Wnioski i rekomendacje

---

Opisane badania zostały przeprowadzone na Wydziale Nauk Społecznych po raz trzeci, jako element działań projakościowych. Celem badania było pozyskanie opinii na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Wydziału Nauk Społecznych na Uniwersytecie Opolskim oraz efektywności podejmowanych działań promocyjnych. Badania zrealizowano w dniach od 25 października do 19 listopada 2021 r.

Zasadniczo można uznać, że liczba 142 osoby, które wzięły udział w badaniach nie jest duża, jest to nieco więcej niż w poprzednim roku (2020 – 134 osoby, ale w 2019 było to 292 osoby). Próba ta została jednak zaakceptowana. Kwestionariusz ankiety nie uległ zmianie od drugiej edycji badań w 2020/2021, także wersja anglojęzyczna pozostała niezmienną. Niestety w badaniach nie zechciał wziąć udziału żaden student-obcokrajowiec. Szkoda, że są kierunki których studenci w ogóle nie wzięli udziału w badaniach, pomimo ponawianych próśb i przedłużania terminu zamknięcia ankiety.

Z pewnością wnioski z wyników badań powinny być uwzględnione w tworzeniu strategii promujących poszczególne kierunki studiów na WNS UO na rok akademicki 2022/2023. Jak już napisano wcześniej, w październiku 2021 roku na WNS powstał zespół ds. promocji i jednym z pierwszych jego działań była właśnie analiza wyników badań studentów lat pierwszych.

Analiza uzyskanych w badaniu ankietowym danych oraz zidentyfikowanie słabych i mocnych stron działań promocyjnych WNS UO, umożliwia zaprojektowanie i wdrożenie szczegółowego planu działań, służącego zwiększeniu skuteczności procesu promocji. Warto także pochylić się nad opiniami studentów pierwszych lat (pozytywnymi i negatywnymi) na temat podejmowanych na WNS UO działań promocyjnych oraz wskazanych propozycji ich udoskonalenia.

Bardzo istotne dla utrzymania zainteresowania potencjalnych studentów WNS UO, jest co najmniej podtrzymanie obecnego poziomu oraz kompleksowości informacji na

stronach internetowych Wydziału i poszczególnych kierunków. Widać, że jest to jedno z pierwszych i najbardziej cenionych źródeł informacji o Uczelni i kierunkach studiów. Ponadto warto stale poszerzać i uatrakcyjnić treści, dotyczące WNS UO i poszczególnych kierunków studiów oraz jego oferty, zamieszczane w informatorach, ulotkach, podczas Dni Otwartych WNS UO oraz Targów edukacyjnych.

Warto zadbać m. in. o:

- regularne pokazywanie kierunków w social mediach,
- prezentowanie sylwetek studentów i absolwentów poszczególnych kierunków,
- jasny i klarowny przekaz językowy, który jest kierowany do kandydatów na studia (rzeczowo, na temat, prawdziwie, uczciwie, wiarygodnie).

Niestety ze względu na czas pandemii bezpośrednie spotkania z kandydatami są niemożliwe do realizacji. Dobrą praktyką okazał się natomiast projekt spotkań online nauczycieli akademickich z uczniami szkół podstawowych i średnich. Szerzej na ten temat w *Sprawozdaniu z realizacji systemu doskonalenia i oceny jakości kształcenia za rok akademicki 2020/2021* na Wydziale Nauk Społecznych.

Kluczowym elementem dla sukcesu rekrutacji, wydaje się być jednoczesne stałe podnoszenie poziomu zadowolenia ze studiowania na kierunkach realizowanych na WNS UO. Opinia obecnych studentów i absolwentów jest często ważnym czynnikiem wpływającym na wybór uczelni i kierunku studiów. Bardzo istotne jest zatem utrzymywanie i rozwijanie relacji z absolwentami WNS, co nie jest łatwe, aczkolwiek możliwe. Jak pokazują nasze badania wielu z nich jest świetnymi ambasadorami naszych kierunków studiów. Ważna jest także dbałość o wizerunek Uczelni, w tym WNS UO, przekładająca się na jej prestiż i zapewnienie atrakcyjnej oferty dydaktycznej. Wreszcie istotną wydają się współpraca Uczelni z władzami miasta Opola. Sama Uczelnia, choćby z najbardziej atrakcyjną ofertą studiów, to jeszcze może być za mało, by przyciągnąć potencjalnych kandydatów. Ważny jest również potencjał samego miasta Opola, możliwości zatrudnienia i mieszkań dla studentów i absolwentów. Wyniki badań wyraźnie pokazują, że kandydaci przy swoich wyborach kierują się również taką logiką myślenia. Przydatność na rynku pracy ma bowiem znaczący wpływ na wybór kierunku studiów. Prowadząc działania promocyjne należy podkreślać zawodową wartość poszczególnych kierunków, współpracę z pracodawcami, ofertę praktyk (krajowych i zagranicznych) i doradztwa zawodowego (należy rozwinąć współpracę z Akademickim Centrum Karier UO i z Akademickim Inkubatorem Przedsiębiorczości UO). Bardzo ważne jest i to, by podkreślać liczne możliwości rozwoju osobistego i własnych zainteresowań dzięki podejmowaniu studiów na danym kierunku, m. in. poprzez udział w organizacjach studenckich i kołach naukowych. Obecnie wydaje się, że kandydaci na studia niewiele wiedzą o tym, tzw. ruchu studenckiego, nie są zainteresowani wyjazdami za granicę, czy odbywaniem praktyk za granicami kraju.

## Aneks 1. Ankieta dla studentów przyjętych na pierwszy rok studiów na Wydziale Nauk Społecznych (WNS) UO

Szanowni Państwo,

Uprzejmie prosimy o wypełnienie ankiety, mającej na celu pozyskanie Państwa opinii na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Wydziału Nauk Społecznych na Uniwersytecie Opolskim oraz efektywności podejmowanych działań promocyjnych.

Badanie jest anonimowe i obejmuje dwie grupy pytań: informacje podstawowe oraz ocenę oferty dydaktycznej

i działań promocyjnych WNS UO.

Ankieta przeprowadzana jest przez Dziekanat dydaktyczny WNS, w celu poprawy i rozwoju działań promocyjnych i projakościowych.

Ankieta będzie aktywna w dniach od 25 października do 19 listopada 2021 r.

Rok akademicki 2021/2022

INFORMACJE PODSTAWOWE	
Płeć:	<input type="checkbox"/> kobieta <input type="checkbox"/> mężczyzna <input type="checkbox"/> inna
Kierunek studiów :	<input type="checkbox"/> Coaching filozoficzny <input type="checkbox"/> Design i komunikacja społeczna <input type="checkbox"/> Filozofia <input type="checkbox"/> Historia <input type="checkbox"/> Historia i terażniejszość 40+ <input type="checkbox"/> Muzykologia <input type="checkbox"/> Pedagogika <input type="checkbox"/> Pedagogika specjalna <input type="checkbox"/> Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna <input type="checkbox"/> Praca socjalna <input type="checkbox"/> Psychologia <input type="checkbox"/> Socjologia <input type="checkbox"/> Uniwersyteckie Studia Humanistyczne: Historia- Filozofia-Muzyka <input type="checkbox"/> Historia i Kultura <input type="checkbox"/> Socjologia (w zakresie intercultural communication)
Forma studiów:	<input type="checkbox"/> stacjonarne <input type="checkbox"/> niestacjonarne
Poziom studiów:	<input type="checkbox"/> licencjackie (3-letnie) <input type="checkbox"/> magisterskie (2-letnie) <input type="checkbox"/> jednolite magisterskie (5-letnie)

Miejsce stałego pobytu (dotychczasowego zamieszkania - kraj, miasto): .....					
<b>Ocena oferty dydaktycznej i działań promocyjnych</b>					
Na pytania proszę odpowiadać poprzez zaznaczenie znaku X w odpowiednim miejscu.					
<b>1. Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego oraz stopień ich oddziaływania na wybór kierunku studiów na WNS UO (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</b>					
Źródła informacji	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Targi edukacyjne					
Dni Otwarte UO					
Spotkania z przedstawicielami Uczelni organizowane w szkołach					
Informatory					
Strona internetowa Uniwersytetu Opolskiego					
Portale społecznościowe np. Facebook					
Portale ogólnopolskie dotyczące studiów wyższych					
Reklama prasowa					
Reklama internetowa					
Spoty radiowe					
Opinie członków rodziny					
Opinie znajomych					
Opinie nauczycieli					
Inne					
<b>2. Czynniki wpływające na wybór Uniwersytetu Opolskiego (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</b>					
Czynniki – Uniwersytet Opolski	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Atrakcyjność oferty dydaktycznej					
Unikatowość wybranego kierunku studiów					
Prestiż/renoma Uczelni					
Dobra kadra naukowo-dydaktyczna					
Atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej					
Sport akademicki					
Oferta artystyczna					



Działalność kół naukowych					
Łatwość dostania się na studia					
Pozytywne opinie znajomych					
Ktoś z mojej rodziny tu studiował					
Bliskość miejsca zamieszkania					
Niskie koszty utrzymania					
Dogodny dojazd					
Przyjazna atmosfera					
Dobra organizacja pracy Uczelni					
<b>3. Czynniki wpływające na wybór kierunku studiów na WNS UO (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</b>					
Czynniki – kierunek studiów	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Atrakcyjny program studiów					
Dobra kadra naukowo-dydaktyczna					
Dobra baza dydaktyczna					
Możliwość uczestniczenia w krajowej i międzynarodowej wymianie studenckiej					
Projekty realizowane na Wydziale Nauk Społecznych					
Aktywność studencka – koła naukowe, samorząd studencki itp.					
Perspektywa otrzymania stypendium					
Niski próg podczas rekrutacji					
Atrakcyjna strona internetowa					
Prestiż/renoma przyszłego zawodu					
Przydatność na rynku pracy					
Własne zainteresowania					
Ktoś z mojej rodziny studiował ten kierunek					
Możliwość łączenia nauki z pracą					
Pozytywne opinie znajomych					

<b>4. Czy brał Pan/Pani udział w tegorocznej rekrutacji na inne uczelnie wyższe (poza UO) i inne kierunki?</b>
Odpowiedzi: <input type="checkbox"/> tak <input type="checkbox"/> nie
<b>4a. Jeżeli tak, to jakie to były: kraj, miasto, uczelnia, kierunek?</b>
<b>5. Czy brał Pan/Pani udział w tegorocznej rekrutacji na inne kierunki na UO?</b>
Odpowiedzi: <input type="checkbox"/> tak <input type="checkbox"/> nie
<b>5a. Jeżeli tak, to jakie to były kierunki?</b>
<b>6. Jak ocenia Pan/Pani funkcjonowanie systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)?</b>
<input type="checkbox"/> Zdecydowanie dobrze <input type="checkbox"/> Raczej dobrze <input type="checkbox"/> Nie mam zdania <input type="checkbox"/> Raczej źle <input type="checkbox"/> Zdecydowanie źle
<b>7. Prosimy o uzasadnienie oceny systemu IRK (można zaznaczyć kilka odpowiedzi).</b>
<input type="checkbox"/> Bezproblemowy/łatwy w obsłudze <input type="checkbox"/> Przejrzysty interfejs <input type="checkbox"/> Duża/odpowiednia ilość informacji <input type="checkbox"/> Szybka i intuicyjna obsługa <input type="checkbox"/> Mało przejrzysty/skomplikowany <input type="checkbox"/> Brak ważnych informacji <input type="checkbox"/> Przeciążone serwery <input type="checkbox"/> Trudności w logowaniu <input type="checkbox"/> Inne:
<b>8. Czego oczekują Państwo od studiów na wybranym kierunku? (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</b>
<input type="checkbox"/> Uzyskania nowej wiedzy <input type="checkbox"/> Zdobywania umiejętności praktycznych <input type="checkbox"/> Wysokiej jakości kształcenia <input type="checkbox"/> Wyrozumiałego i sprawiedliwego podejścia wykładowców <input type="checkbox"/> Zdobywania nowych doświadczeń, np. wolontariat, działalność naukowa, sportowa, artystyczna itp.

- Skorzystania z możliwości wyjazdów zagranicznych
- Skorzystania z możliwości praktyk zagranicznych
- Rozwoju zainteresowań
- Spełnienia swoich ambicji
- Przyjaznej atmosfery
- Poznania nowych ludzi
- Przygotowania do zawodu
- Miłego spędzenie czasu ze znajomymi
- Zdobywania pracy po studiach
- Inne:

#### UWAGI

Proszę wpisać swoje ustosunkowanie pozytywne i negatywne do podejmowanych działań promocyjnych oraz propozycje ich udoskonalenia.

Dziękujemy za wypełnienie ankiety.

## Aneks 2. Survey for students admitted to the first year of studies at the Faculty of Social Sciences of the UO

Dear Students,

Please fill in the survey aimed at obtaining your opinion on the attractiveness of the educational offer of the Faculty of Social Sciences at the University of Opole and on the effectiveness of actions taken to promote it.

The survey is anonymous and includes two groups of questions: basic information and evaluation of the educational offer and promotional activities of the faculty.

The survey is conducted by the Dean's Office of the FSS in order to improve and develop promotional and pro-quality activities.

The survey will be active from 25 October to 19 November 2021.

Academic year 2021/2022

<b>BACKGROUND INFORMATION</b>
Gender: <input type="checkbox"/> female <input type="checkbox"/> male <input type="checkbox"/> other
Study programme: <input type="checkbox"/> Philosophical Coaching <input type="checkbox"/> Design and Social Communication <input type="checkbox"/> Philosophy <input type="checkbox"/> History <input type="checkbox"/> History and Present 40+ <input type="checkbox"/> Musicology <input type="checkbox"/> Pedagogy <input type="checkbox"/> Special Pedagogy <input type="checkbox"/> Preschool and Early-school Pedagogy <input type="checkbox"/> Social Work <input type="checkbox"/> Psychology <input type="checkbox"/> Sociology <input type="checkbox"/> Humanities studies: History- Philosophy-Music <input type="checkbox"/> History and Culture <input type="checkbox"/> Sociology (concentration in Intercultural Communication)
Form of studies: <input type="checkbox"/> full-time <input type="checkbox"/> part-time
Level of studies: <input type="checkbox"/> first-cycle (3 years) <input type="checkbox"/> second-cycle (2 years) <input type="checkbox"/> long-cycle (5 years)

Place of permanent residence (previous residence - country, city): .....					
<b>EVALUATION OF EDUCATIONAL OFFER AND PROMOTIONAL ACTIVITIES</b>					
Please answer the questions by putting x in the appropriate place.					
<b>1. Sources of information about the educational offer of the University of Opole and the degree of their influence on the choice of a study programme at the Faculty of Social Sciences (several answers can be selected)</b>					
Sources of information	Definitely yes	Rather yes	I can't say	Rather not	Definitely not
Educational fairs					
University Open Days					
Meetings with representatives of the University organized in schools					
Guides					
Website of the University of Opole					
Social networking sites, e.g., Facebook					
Higher education nationwide websites					
Press advertising					
Internet advertising					
Radio spots					
Opinions of family members					
Opinions of friends					
Opinions of teachers					
Other					
<b>2. Factors influencing the choice of the University of Opole (several answers can be selected)</b>					
Factors - University of Opole	Definitely yes	Rather yes	I can't say	Rather not	Definitely not
Attractiveness of the educational offer					
Uniqueness of the chosen study programme					
Prestige/reputation of the University					
Good academic staff					
Attractiveness of the teaching and accommodation facilities					
Academic sport					
Artistic offer					



Activity of student research groups					
Ease of getting admitted					
Positive feedback from friends					
Family member studied here					
Proximity to the place of residence					
Low costs of living					
Convenient access					
Friendly atmosphere					
Good work organisation of the University					
<b>3. Factors influencing the choice of a study programme at the Faculty of Social Sciences (several answers can be selected)</b>					
Factors - study programme	Definitely yes	Rather yes	I can't say	Rather not	Definitely not
Attractive programme of studies					
Good academic staff					
Good teaching facilities					
Opportunity to participate in national and international student exchange					
Projects carried out at the Faculty of Social Sciences					
Student activity – research groups, students' union, etc.					
Prospect of receiving a scholarship					
Low admission threshold					
Attractive website					
Prestige/reputation of the future profession					
Usefulness on the labour market					
Own interests					
Family member studied this programme					
Possibility to combine studying with work					
Positive feedback from friends					
<b>4. Did you participate in this year's admissions to other universities (excluding UO) and other study programmes?</b>					
Answers: <input type="checkbox"/> yes <input type="checkbox"/> no					

<b>4a. If so, what were they? (country, city, university, programme)</b>
<b>5. Did you participate in this year's admissions to other study programmes at the UO?</b>
Answers: <input type="checkbox"/> yes <input type="checkbox"/> no
<b>5a. If so, what were they?</b>
<b>6. How do you rate the functioning of the HELLO uni.opole. pl website?</b>
<input type="checkbox"/> definitely good <input type="checkbox"/> quite good <input type="checkbox"/> I have no opinion <input type="checkbox"/> quite poor <input type="checkbox"/> definitely poor
<b>7. Please explain your rating of the HELLO website (several answers can be selected).</b>
<input type="checkbox"/> User-friendly <input type="checkbox"/> Clear UI <input type="checkbox"/> Large/sufficient amount of information <input type="checkbox"/> Fast and intuitive operation <input type="checkbox"/> Not clear/complicated <input type="checkbox"/> Missing important information <input type="checkbox"/> Overloaded servers <input type="checkbox"/> Other:
<b>8. What do you expect from the chosen programme? (several answers can be selected)</b>
<input type="checkbox"/> Gaining new knowledge <input type="checkbox"/> Gaining practical skills <input type="checkbox"/> High-quality education <input type="checkbox"/> Teachers' fairness and forbearance <input type="checkbox"/> Gaining new experience, e.g. volunteering, scientific, sporting, and artistic activities, etc. <input type="checkbox"/> Benefiting from opportunities to travel abroad <input type="checkbox"/> Benefiting from opportunities to undertake internships abroad <input type="checkbox"/> Development of interests <input type="checkbox"/> Fulfilling ambitions <input type="checkbox"/> Friendly atmosphere <input type="checkbox"/> Getting to know new people <input type="checkbox"/> Professional training

- Having fun with friends
- Getting a job after graduation
- Other:

**COMMENTS**

Please, share both positive and negative comments and the suggestions for improvement.

Thank you for completing the survey.