

12/15/2022

Raport z badania studentów przyjętych na pierwszy rok studiów na Wydziale Nauk Społecznych UO Rok akademicki 2022/2023

*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	2
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	5
Czynniki wpływające na wybór Wydziału Nauk Społecznych UO	6
Udział w rekrutacji 2022/2023 na inne uczelnie wyższe i inne kierunki (poza UO)	8
Udział w rekrutacji 2022/2023 na inne kierunki na UO	8
Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)	9
Oczekiwania wobec studiów na wybranym kierunku	10
Ustosunkowanie respondentów do podejmowanych działań promocyjnych oraz propozycje ich udoskonalenia	11
Wnioski i rekomendacje	12
Aneks 1. Ankieta dla studentów przyjętych na pierwszy rok studiów na Wydziale Nauk Społecznych (WNS) UO	14
Aneks 2. Survey for students admitted to the first year of studies at the Faculty of Social Sciences of the UO	19

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

Rok akademicki 2022/2023

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 7 do 11 grudnia 2022 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 2022/2023. 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 przeprowadzono w sposób anonimowy i obejmowało 8 pytań, które dotyczyły informacji podstawowych oraz oceny oferty dydaktycznej i działań promocyjnych WNS UO. Było to badanie ilościowe, zawierające zarówno pytania metrykalne, jak i zamknięte pytania wielokrotnego wyboru z możliwością zaznaczenia opcji „inna odpowiedź”. Studenci byli zobowiązani odpowiedzieć na wszystkie pytania. Kwestionariusz ankiety zamieszczono w Aneksie 1. do tego raportu. Ankieta została również przetłumaczona na język angielski z myślą o studentach zagranicznych, jednak ostatecznie wypełnił ją tylko jeden student. Wersja anglojęzyczna kwestionariusza znajduje się w Aneksie 2.

Do przeprowadzenia ankiety wykorzystano moduł ankietowy platformy google, z opcją eksportowania danych w formie arkusza kalkulacyjnego. Ankieta została opublikowana na stronie Wydziału Nauk Społecznych. Kwestionariusz ankiety był chroniony hasłem, które studenci pierwszych lat otrzymywali od koordynatorów kierunków. Dzięki temu mogli wypełniać ankietę zarówno na komputerach stacjonarnych, jak i na urządzeniach mobilnych, takich jak smartfony czy tablety, z dowolnej lokalizacji – na uczelni lub poza nią. Odpowiedzialność za realizację badań spoczywała na koordynatorach kierunków WNS.

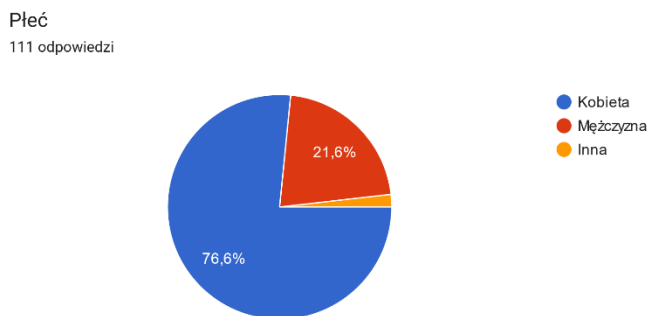
Zebrane dane zostały przeanalizowane i uwzględnione w niniejszym raporcie. Celem przeprowadzonych działań jest opracowanie oferty promocyjnej dla kandydatów na studia na rok akademicki 2022/2023. W styczniu 2023 roku koordynatorzy, bazując m.in. na wynikach tych badań, będą projektować strategię i działania promocyjne dla swoich kierunków studiów.

Wielkość próby

Spośród 539 studentów przyjętych na pierwszy rok studiów w roku akademickim 2022/2023, ankietę wypełniło 111 respondentów, co stanowiło łącznie około 20,6%

grupy docelowej. W rozbięciu na poszczególne formy, poziomy i kierunki studiów, struktura respondentów przedstawiona została na wykresach poniżej.

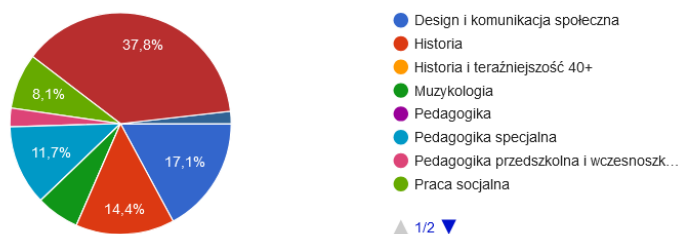
Wykres 1. Płeć osób, które wzięły udział w badaniach ankietowych (N=111)



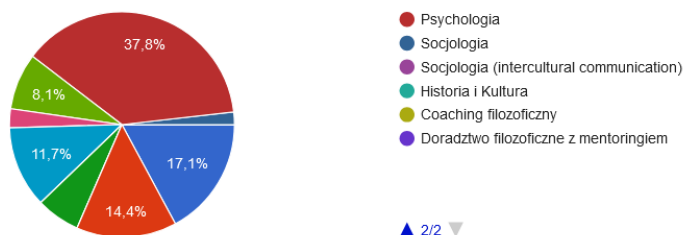
W badaniach wzięło udział 111 osób: 85 (76,6%) kobiet, 25 (21,6%) mężczyzn oraz 2 osoby (1,8%), które zaznaczyły opcję „inna płeć”. Wykres obejmuje zarówno studentów studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych.

Wykres 2. i 3. Kierunek studiów wybrany przy rekrutacji przez osoby ankietowane (N=111)

Kierunek studiów
111 odpowiedzi



Kierunek studiów
111 odpowiedzi



Wykresy obejmują zarówno studentów studiów stacjonarnych (81 osób, co stanowi 73%), jak i niestacjonarnych (30 osób, czyli 27%) studiów licencjackich (36 osób, tj. 32,4%), magisterskich (18 osób, czyli 16,2%) oraz jednolitych magisterskich (57 respondentów, tj. 51,4%). Najwięcej respondentów wypełniających ankietę studiuje na kierunku Psychologia (42 osoby, tj. 37,8%), Design i komunikacja społeczna (19 osób, tj. 17,1%), Historia (16 osób, czyli 14,4%). Najmniejszą reprezentację mieli w badaniach

studenci studiów jednolitych magisterskich (5-letnich) Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna – 3 osoby (2,7%) oraz Sosjologia – 2 respondentów (1,8%).

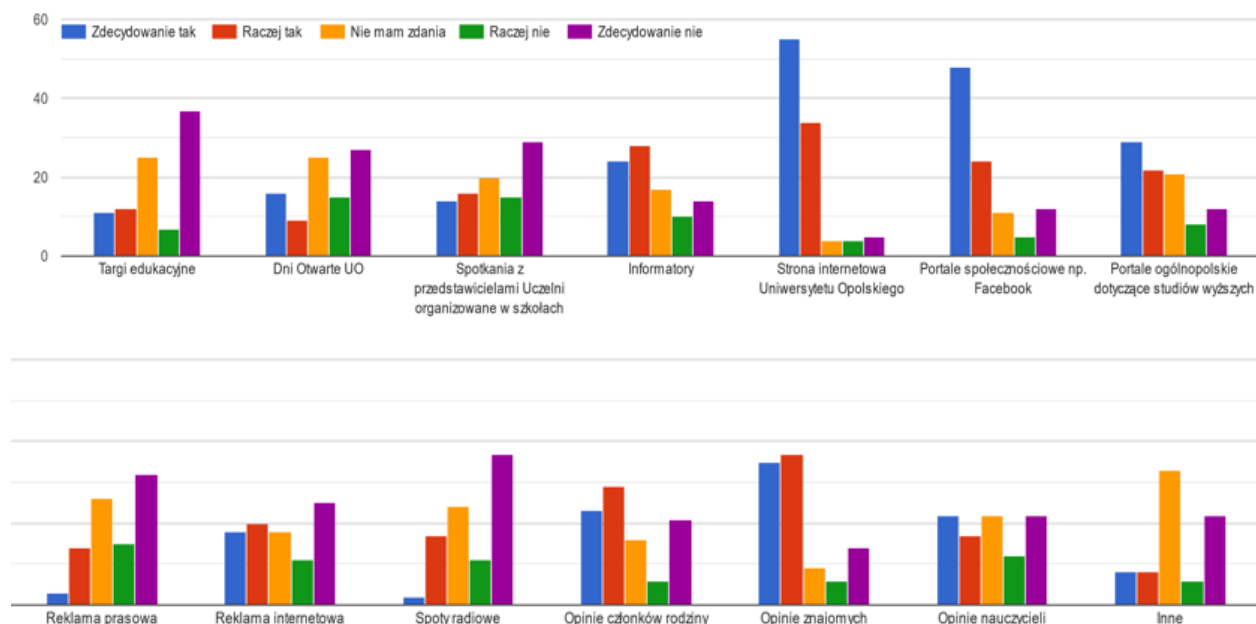
Struktura grupy respondentów według miejsca stałego zamieszkania

Większość przebadanych studentów pierwszych lat, którzy podjęli w roku akademickim 2022/2023 studia na Wydziale Nauk Społecznych UO, mieszka na stałe poza Opolem. Tylko 37 (33,3%) 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 (Kyiv) i Białorusi (Grodno).

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 – 55 (49,5%), portale społecznościowe, np. FB – 48 (43,2%), portale ogólnopolskie – 29 (26,1%) oraz opinie znajomych – 35 (31,5%) i członków rodziny – 23 (20,7%). Najniżej oceniono skuteczność targów edukacyjnych, spotów radiowych, dni otwartych, reklamy prasowej.

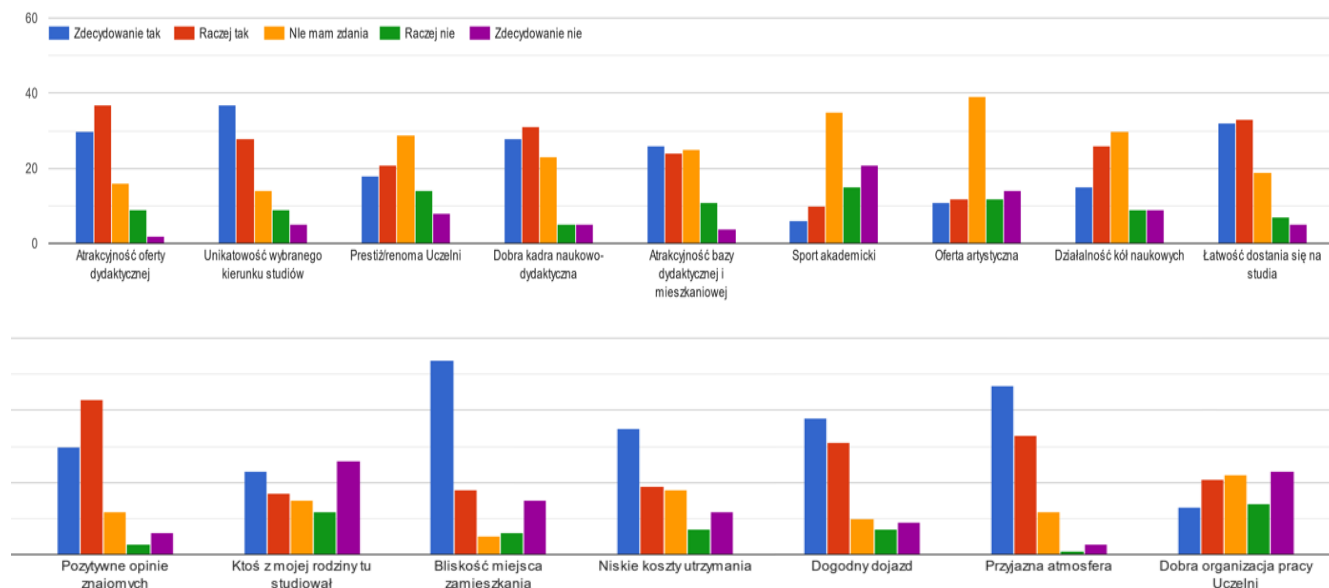
Wykres 4. i 5. Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego (N=111)



Czynniki wpływające na wybór Uniwersytetu Opolskiego

W ankiecie uczestnicy zostali poproszeni o wskazanie czynników, które miały wpływ na ich decyzję o wyborze Uniwersytetu Opolskiego jako miejsca dalszej edukacji. Pytanie odnosiło się do całej Uczelni, a respondenci mogli zaznaczyć kilka odpowiedzi.

Wykres 6. i 7. Czynniki wpływające na wybór studiów na Uniwersytecie Opolskim (N=111)



Spośród czynników mających największe znaczenie przy wyborze Uniwersytetu Opolskiego, jako miejsca dalszego kształcenia, wymieniano najczęściej: bliskość miejsca zamieszkania – 54 (48,6%) odpowiedzi, przyjazna atmosfera – 47 (42,3%), dogodny dojazd – 38 (34,2%), unikatowość wybranego kierunku – 37 (33,3%), łatwość dostania się na studia – 32 (28,8%), pozytywne opinie znajomych – 30 (27%), atrakcyjność oferty dydaktycznej – 30 (27%), dobra kadra naukowo-dydaktyczna – 28 (25,2%). Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wybierać kilka odpowiedzi.

Analiza wyników wskazuje, że kluczowym czynnikiem wyboru Uniwersytetu Opolskiego przez studentów jest bliskość miejsca zamieszkania 54 odpowiedzi (48,6%), co sugeruje, że dla wielu kandydatów lokalizacja jest jednym z najważniejszych aspektów decydujących o wyborze uczelni. Inne często wskazywane czynniki to przyjazna atmosfera - 47 pozytywnych odpowiedzi (42,3%) oraz dogodny dojazd – 38 (34,2%), co może świadczyć o istotnej roli komfortu studiowania i łatwości dostępu do kampusu.

Na decyzję o wyborze Uniwersytetu Opolskiego wpływają także cechy związane z ofertą dydaktyczną, jak unikatowość wybranego kierunku – 37 (33,3%) oraz atrakcyjność oferty dydaktycznej – 30 (27%). Wybór Uczelni jest również wzmacniany przez opinie otoczenia – 30 (27%) oraz dobrą kadre naukowo-dydaktyczną – 28 (25,2%).

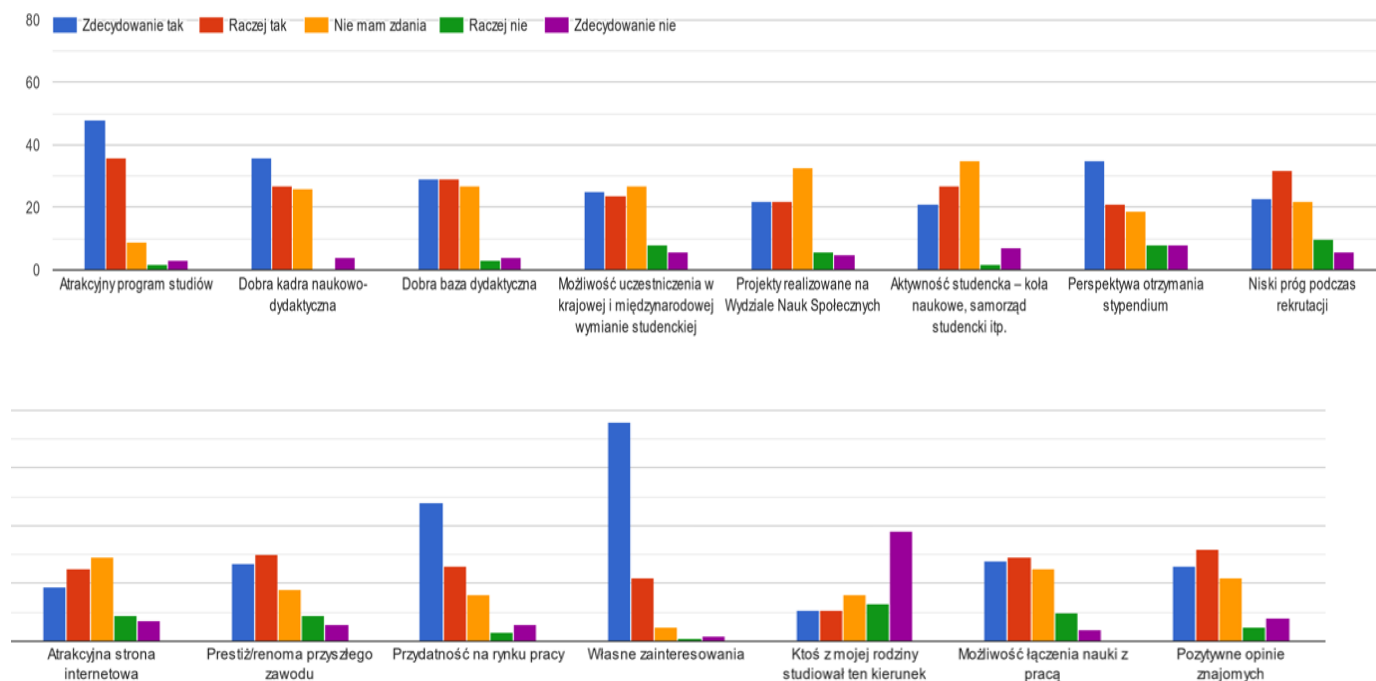
Rekomenduje się zatem:

1. Wzmocnienie lokalnych kampanii promocyjnych - skoro bliskość miejsca zamieszkania ma największy wpływ na wybór uczelni, Uniwersytet Opolski może rozważyć zwiększenie działań promocyjnych w regionie i sąsiednich miejscowościach, np. poprzez współpracę z lokalnymi szkołami średnimi. Może to pomóc w przyciąganiu większej liczby studentów z najbliższej okolicy.
2. Zwiększenie widoczności unikalnych kierunków i oferty dydaktycznej - unikatowość kierunków jest jednym z kluczowych czynników, warto więc podkreślić ją w materiałach promocyjnych i działaniach marketingowych. Można również zorganizować spotkania informacyjne, które bardziej szczegółowo przedstawią mniej popularne, ale wyjątkowe kierunki i ich perspektywy zawodowe.
3. Podkreślanie przyjaznej atmosfery Uczelni – jak widać przyjazna atmosfera Uczelni jest istotna dla studentów, więc działania promujące Uniwersytet Opolski mogłyby skupiać się na przedstawieniu wspólnotowego, pozytywnego klimatu studiów. Dobrym pomysłem mogą być wywiady ze studentami i absolwentami, którzy podzielą się swoimi doświadczeniami.
4. Ułatwienie dostępu i rozwój infrastruktury dojazdowej - dogodny dojazd jest istotnym czynnikiem, dlatego warto kontynuować i rozszerzać współpracę z władzami miejskimi i regionalnymi, aby poprawić dostępność komunikacyjną kampusu. Dodatkowe parkingi, czy organizacja busów studenckich z pobliskich miejscowości mogą uczynić uczelnię jeszcze bardziej atrakcyjną.
5. Dalsze wzmacnianie kadry naukowo-dydaktycznej - wysoko oceniana kadra to kolejny czynnik, który wpływa na decyzję kandydatów, dlatego warto kontynuować inwestycje w rozwój kadry, m.in. poprzez szkolenia, dostęp do najnowszych narzędzi dydaktycznych i badawczych oraz wspieranie ich w zdobywaniu dodatkowych kompetencji.

Czynniki wpływające na wybór Wydziału Nauk Społecznych UO

Pytanie 3. ankiety dotyczyło czynników wpływających na wybór studiów na Wydziale Nauk Społecznych UO. Autorki kwestionariusza podzieliły czynniki na dwie główne grupy: czynniki wewnętrzne Uczelni oraz czynniki „środowiskowe”. Do pierwszej grupy zaliczają się aspekty związane bezpośrednio z organizacją i funkcjonowaniem Wydziału Nauk Społecznych UO, natomiast druga obejmuje elementy o szerszym kontekście, które nie odnoszą się bezpośrednio do działań Uczelni, ale są istotne z perspektywy wybranego kierunku i przyszłej pracy zawodowej. Respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Wykres 8. i 9. Czynniki wpływające na wybór studiów na WNS UO (N=111)



Wśród czynników tkwiących w WNS, które miały wpływ na wybór kierunku studiów przez studentów pierwszych lat, najczęściej wymieniane były: interesujący program kształcenia – 48 odpowiedzi (43,2%), wykwalifikowana kadra naukowa i dydaktyczna – 36 odpowiedzi (32,4%), perspektywa uzyskania stypendium – 35 odpowiedzi (31,5%) oraz dobra baza dydaktyczna – 29 odpowiedzi (26,1%). W kategorii czynników „środowiskowych” dominowały natomiast osobiste zainteresowania – aż 76 odpowiedzi (68,4%), przydatność kierunku na rynku pracy – 48 odpowiedzi (43,2%) oraz możliwość połączenia nauki z pracą – 28 odpowiedzi (25,2%). Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wybierać kilka odpowiedzi.

Jakie zatem rekomendacje można napisać na podstawie powyższych wyników:

1. Rozwijanie programów kształcenia - skoro program studiów jest kluczowym czynnikiem decydującym o wyborze kierunku, warto regularnie aktualizować go pod kątem zmieniających się trendów i wymagań rynkowych.
2. Inwestowanie w kadre naukowo-dydaktyczną - wykwalifikowana kadra to istotny atut WNS, dlatego warto rozważyć dalsze organizowanie szkoleń oraz wspieranie rozwoju naukowego pracowników. Podnosi to atrakcyjność kierunku i daje studentom dostęp do najnowszych osiągnięć nauki.
3. Wzmocnienie systemu stypendialnego - ponieważ perspektywa uzyskania stypendium jest ważnym motywatorem, dobrze byłoby zapewnić większą liczbę stypendiów oraz jasno określić warunki ich przyznawania. Może to skutecznie zwiększyć zainteresowanie kierunkiem. Niestety ten pomysł może być trudny do wcielenia w życie.

4. Podtrzymywanie i rozwijanie bazy dydaktycznej - nowoczesna infrastruktura i dobrze wyposażone sale dydaktyczne są istotne dla studentów, dlatego warto inwestować w ich rozwój oraz udostępnianie studentom nowoczesnych narzędzi i technologii.
5. Zwiększenie możliwości łączenia nauki z pracą - dla wielu studentów, i to nie tylko studiów niestacjonarnych, ważne jest umożliwienie łączenia studiów z pracą zawodową. Rozważenie elastyczności planu zajęć może dodatkowo podnieść atrakcyjność kierunku.
6. Promowanie przydatności kierunku na rynku pracy - ponieważ przydatność wykształcenia na rynku pracy jest istotna dla studentów, warto organizować warsztaty i spotkania z praktykami oraz informować o możliwościach zatrudnienia po ukończeniu kierunku.

Udział w rekrutacji 2022/2023 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. Analiza kierunków wskazuje, że znacząca liczba studentów pierwszego roku Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Opolskiego rozważała alternatywne opcje edukacyjne, aplikując także na inne uczelnie w Polsce – 41,4% (46 osób) badanych potwierdziło dodatkowe aplikacje. Natomiast 58,6% (65 osoby) zadeklarowało, że skupiło się wyłącznie na Uniwersytecie Opolskim.

Być może warto w takiej sytuacji zwiększyć wsparcie doradcze i promocyjne wśród kandydatów, aby UO było ich świadomym, pierwszym wyborem. Można też stworzyć ułatwienia dla aplikujących, takie jak dni otwarte online, mogą dodatkowo zwiększyć ich zaangażowanie.

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, uczelnie wyższe w Warszawie, Wrocławiu, Poznaniu, Olsztynie, Kielcach, Częstochowie, Krakowie, Wyższa Szkoła Bankowa w Opolu, Politechnika Opolska. Wśród kierunków, na które próbowali się dostać, poza UO, studenci pierwszych lat WNS wymieniali m. in.: psychologię, zdrowie publiczne, kierunek lekarski, fotografia, militarystyka, komunikacja wizerunkowa, dziennikarstwo i komunikacja społeczna, neurobiologia.

Udział w rekrutacji 2022/2023 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 72 osoby (64,9%) przyznało, że nie czyniło takich starań. Natomiast 39 osób, tj. 35,1% zadeklarowało, że brało pod uwagę jeszcze inny kierunek studiów na UO. Studenci aplikowali m. in. na psychologię, fizykę, matematykę, edytorstwo, biologię człowieka,

kierunek lekarski, public relations, orientalistykę chrześcijańską, socjologię, *media culture*, zarządzanie, dziennikarstwo i komunikację społeczną, muzykologię, filologię romańską od podstaw, fizjoterapię. W sumie cały wachlarz pojedynczych kierunków, będących w ofercie kształcenia na UO.

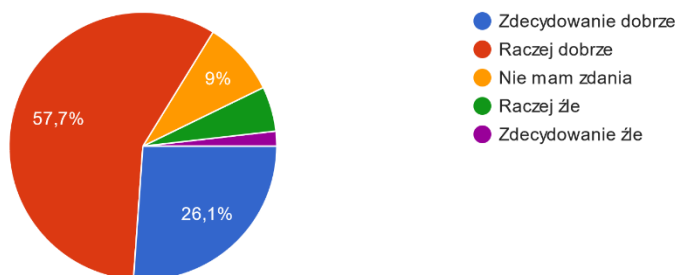
Podsumowując, należy zachęcać kandydatów do poznania pełnej oferty UO na wcześniejszych etapach wyboru kierunku. Można by stworzyć warsztaty informacyjne, które wyjaśnią różnice między programami i możliwości podwójnego kierunku, a także umożliwić konsultacje z doradcami akademickimi, aby ułatwić przemyślany wybór programów studiów.

Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)

Kolejne pytanie w opisywanych badaniach dotyczyło funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK). Zdecydowanie dobrze oceniło system 29 osób (26,1%), raczej dobrze – 64 (57,7%), raczej źle – 6 osób (5,4%), zdecydowanie źle – 2 osoby (1,8%). Dziesięć osób (9%) nie miało zdania w tej kwestii. W ubiegłych latach także przeważnie zdecydowanie dobrze i raczej dobrze oceniano działanie systemu IRK. Wykres 10. Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK) (N=111)

6. Jak ocenia Pan/Pani funkcjonowanie systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)?

111 odpowiedzi

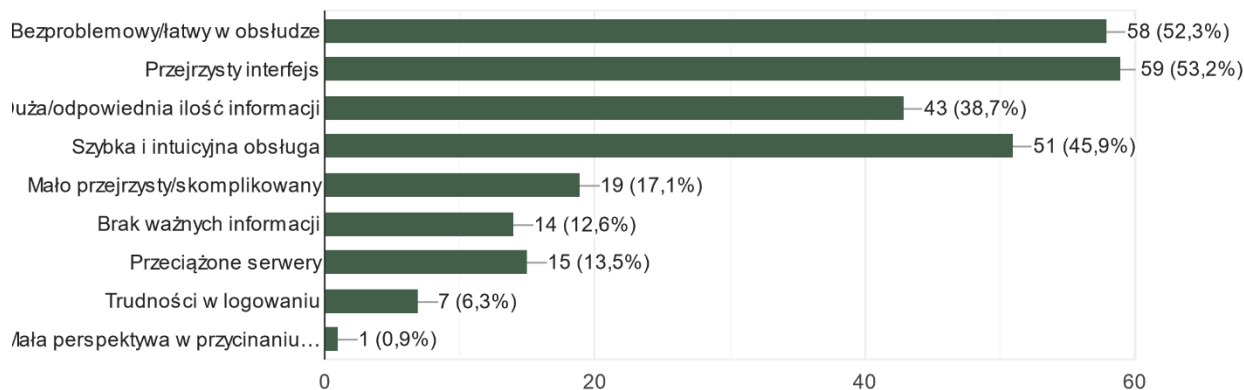


W uzasadnieniu najczęściej pojawiały się następujące odpowiedzi: bezproblemowy/łatwy w obsłudze – 58 (52,3%) odpowiedzi, przejrzysty interfejs – 59 (53,2%), szybka i intuicyjna obsługa – 51 (45,9%), duża/odpowiednia ilość informacji – 43 (38,7%). Jako mało przejrzysty i skomplikowany system odebrało IRK 19 osób (17,1%), kilka osób wspominało także o przeciążeniu serwerów i kłopotach z logowaniem. Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ studenci mogli zaznaczyć kilka odpowiedzi.

Wykres 11. Uzasadnienie oceny systemu IRK (N=111)

7. Prosimy o uzasadnienie oceny systemu IRK (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)

111 odpowiedzi



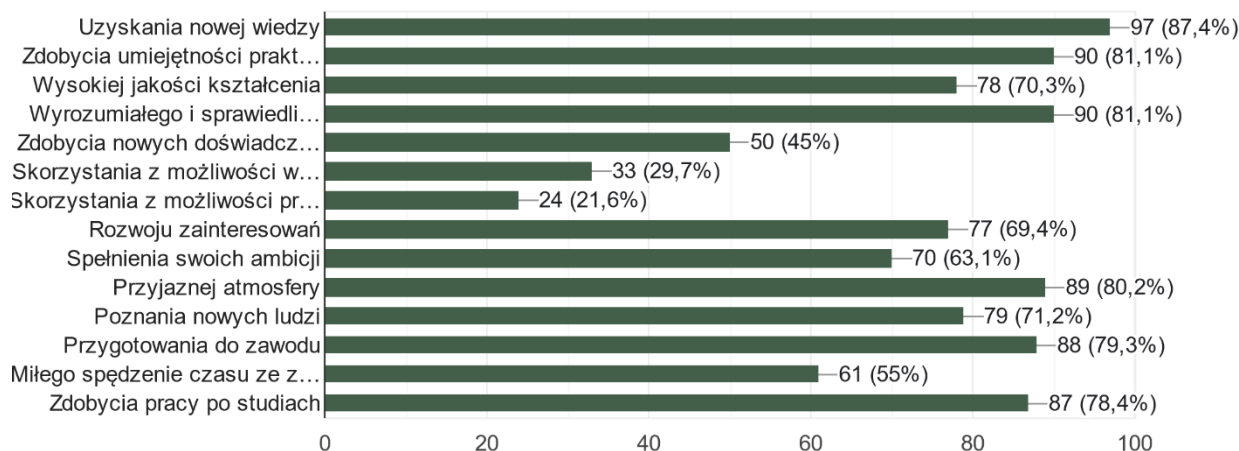
Oczekiwania wobec studiów na wybranym kierunku

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 – 97 (87,4%), zdobycie umiejętności praktycznych – 90 (81,1%) odpowiedzi, wyrozumiałego i sprawiedliwego podejścia wykładowców – 90 (81,1%), przyjaznej atmosfery – 89 (80,2%), przygotowania do zawodu – 88 (79,3%). Najmniej interesujące okazało się dla studentów korzystanie z możliwości zagranicznych praktyk – 24 (21,6%) i wyjazdów zagranicznych – 33 (29,7%) respondentów.

Wykres 12. Oczekiwania wobec studiów na wybranym kierunku (N=111)

8. Czego oczekują Państwo od studiów na wybranym kierunku? (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)

111 odpowiedzi



Na podstawie wyników ankiety warto podkreślić, że największe oczekiwania studentów pierwszego roku WNS UO dotyczą zdobywania wiedzy, rozwijania praktycznych umiejętności oraz wsparcia w przygotowaniu do przyszłego zawodu. Rekomenduje się w związku z tym np. zwiększenie liczby zajęć praktycznych – aby lepiej odpowiadać na oczekiwania związane z praktycznym przygotowaniem zawodowym, promowanie wyrozumiałego podejścia dydaktycznego – by wspierać przyjazną atmosferę i relacje wykładowca-student, budowanie programów opartych na praktyce zawodowej – co może skuteczniej odpowiadać na potrzeby przygotowania do rynku pracy.

Wyniki wskazują także na niższe zainteresowanie wyjazdami zagranicznymi i praktykami, co sugeruje potrzebę bardziej efektywnej promocji programów międzynarodowych, by zwiększyć ich atrakcyjność dla studentów.

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 niektóre z nich (cytuję dosłowne wpisy):

- Negatywnych nie dostrzegam. Pozytywne przede wszystkim wydłużony okres rekrutacji dzięki któremu mogę studiować swój wymarzony kierunek.
- Zła organizacja związana z wszelkimi logowaniami/grupami.
- Proponuję ulepszyć stronę internetową, aby była bardziej przejrzysta i czytelna dla przyszłych kandydatów oraz organizację dni otwartych.
- Jestem pozytywnie nastawiony do takich ankiet.
- Negatywne: szkolenia nie odbywają się w terminach nam podanych - dwukrotnie odwołano szkolenie BHP. Pozytywne: wyrozumiali wykładowcy, rzetelnie przekazywana wiedza, miła atmosfera podczas wykładów.
- Więcej informacji szczegółowych na portalach społecznościowych.
- Popieram zajęcia z integracji grupowej, które powinny być na każdym kierunku, bo bardzo pomagają w zaklimatyzowaniu się w nowym miejscu.
- Opinie studentów są najbardziej efektywną reklamą, a jednocześnie najbardziej rzetelną, więc wszystko działa w porządku.
- Uważam że działania promocyjne są przemyślane i trafne, zachęcają oraz namawiają na samorozwój. Możliwie jeszcze większa integracja byłaby pozytywnym udoskonaleniem.
- Prowadzenie instagramów konkretnych kierunków jest zdecydowanie na plus
- W czasie wyborów kursów ogólnouczeniowych nastąpiło przeciążenie serwera, skoro ma to miejsce co semestr wypadłoby coś z tym zrobić, nie da się zapisać na to, co się planowało, ponieważ niektóre osoby szybciej mają dostęp. Jeśli chodzi o ustalanie planu, Pani Joanna Dymecka zupełnie nie potrafi porozumieć się ze studentami.

Wystąpiły liczne zmiany planu, mimo prób tego rozwiązania z Panią, dalej następowały, zupełny obraz braku kompetencji

- Zadbanie o lepszą organizację.

Wnioski i rekomendacje

Badania na Wydziale Nauk Społecznych przeprowadzono już czwarty raz jako element inicjatyw projakościowych, mających na celu uzyskanie opinii o ofercie edukacyjnej i skuteczności działań promocyjnych WNS Uniwersytetu Opolskiego. Odbyły się one w dniach 7–11 grudnia 2022 r. Pomimo niewielkiej liczby uczestników (111 osób) i braku studentów zagranicznych, wyniki ankiety uznano za wartościowe. Uzyskane opinie będą kluczowe w kształtowaniu strategii promocyjnych na kolejny rok akademicki, z naciskiem na mocne strony i obszary do usprawnienia.

Na podstawie uzyskanych wyników warto uwzględnić opinie studentów zarówno pozytywne, jak i te krytyczne, co umożliwi lepsze dopasowanie działań promocyjnych do potrzeb i oczekiwań potencjalnych studentów. Fakt, że niektóre kierunki nie były reprezentowane, sugeruje potrzebę wzmocnienia komunikacji oraz motywacji do uczestnictwa w takich badaniach. Analiza mocnych i słabych stron promocji poszczególnych kierunków na WNS UO powinna zaowocować stworzeniem szczegółowego planu działań, aby efektywniej przyciągać nowych studentów w roku akademickim 2023/2024.

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.

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.

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).

Ponadto zadbać o:

- zwiększenie udziału studentów w badaniu – wzmocnić zachęty i komunikację na temat wartości ankiety, by uzyskać większą i bardziej reprezentatywną próbę, w tym z udziałem studentów zagranicznych,
- dostosowanie strategii promocyjnej – przeanalizować mocne i słabe strony aktualnych działań promocyjnych oraz opinie studentów w celu bardziej trafnego docierania do kandydatów, s

- kierowanie działań do grup docelowych – dostosować materiały promocyjne do specyfiki poszczególnych kierunków, co pomoże lepiej odpowiadać na różnorodne potrzeby edukacyjne,
- rozważenie dodatkowych działań integracyjnych – odpowiedzieć na potrzeby integracji społecznej studentów, organizując tematyczne wydarzenia i inicjatywy wspierające relacje.

Aby skutecznie przyciągać kandydatów, kluczowe jest ciągle zwiększanie satysfakcji z kierunków oferowanych na WNS UO. Opinie obecnych studentów i absolwentów mają duży wpływ na wizerunek uczelni, dlatego warto rozwijać współpracę z nimi jako ambasadorami kierunków. Istotne jest również budowanie silnego wizerunku UO i partnerstwa z władzami Opola, by zapewnić przyszłym studentom atrakcyjne warunki studiowania, zakwaterowania i zatrudnienia.

Rekomendacje:

- Rozwijać relacje z absolwentami poprzez organizowanie wydarzeń networkingowych i wspieranie ich jako ambasadorów uczelni.
- Wzmacniać współpracę z pracodawcami w celu lepszego dostosowania programów studiów do potrzeb rynku pracy.
- Promować zawodową wartość kierunków przez podkreślanie znaczenia praktyk, możliwości zawodowych i doradztwa kariery.
- Zwiększać widoczność aktywności studenckiej poprzez promocję kół naukowych i organizacji studenckich, aby inspirować kandydatów do zaangażowania pozanaukowego.
- Podkreślać możliwości współpracy międzynarodowej, szczególnie w zakresie wymian i praktyk zagranicznych, aby zwiększyć zainteresowanie studiami z globalnym wymiarem.

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 7 do 11 grudnia 2022 r.

Rok akademicki 2022/2023

INFORMACJE PODSTAWOWE	
Płeć:	☐ kobieta ☐ mężczyzna ☐ inna
Kierunek studiów :	☐ Coaching filozoficzny ☐ Design i komunikacja społeczna ☐ Filozofia ☐ Historia ☐ Historia i teraźniejszość 40+ ☐ Muzykologia ☐ Pedagogika ☐ Pedagogika specjalna ☐ Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna ☐ Praca socjalna ☐ Psychologia ☐ Socjologia ☐ Uniwersyteckie Studia Humanistyczne: Historia- Filozofia-Muzyka ☐ Historia i Kultura ☐ Socjologia (w zakresie intercultural communication)
Forma studiów:	☐ stacjonarne ☐ niestacjonarne
Poziom studiów:	☐ licencjackie (3-letnie) ☐ magisterskie (2-letnie) ☐ jednolite magisterskie (5-letnie)
Miejsce stałego pobytu (dotychczasowego zamieszkania - kraj, miasto):	

Ocena oferty dydaktycznej i działań promocyjnych					
Na pytania proszę odpowiadać poprzez zaznaczenie znaku X w odpowiednim miejscu.					
1. Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego oraz stopień ich oddziaływania na wybór kierunku studiów na WNS UO (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)					
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					
2. Czynniki wpływające na wybór Uniwersytetu Opolskiego (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)					
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					
3. Czynniki wpływające na wybór kierunku studiów na WNS UO (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)					
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					
4. Czy brał Pan/Pani udział w tegorocznej rekrutacji na inne uczelnie wyższe (poza UO) i inne kierunki?					
Odpowiedzi: ☐ tak ☐ nie					

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

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">☐ Przygotowania do zawodu☐ Miłego spędzenie czasu ze znajomymi☐ Zdobywania pracy po studiach☐ Inne: |
| <p>UWAGI</p> <p>Proszę wpisać swoje ustosunkowanie pozytywne i negatywne do podejmowanych działań promocyjnych oraz propozycje ich udoskonalenia.</p> |

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 7 to 11 December 2022.

Academic year 2022/2022

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

Place of permanent residence (previous residence - country, city):					
EVALUATION OF EDUCATIONAL OFFER AND PROMOTIONAL ACTIVITIES					
Please answer the questions by putting x in the appropriate place.					
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)					
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					
2. Factors influencing the choice of the University of Opole (several answers can be selected)					
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					
3. Factors influencing the choice of a study programme at the Faculty of Social Sciences (several answers can be selected)					
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					
4. Did you participate in this year's admissions to other universities (excluding UO) and other study programmes?					
Answers: ☐ yes ☐ no					
4a. If so, what were they? (country, city, university, programme)					

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