



UNI WERSYTET
O P O L S K I

WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH

45-052 Opole, ul. Oleska 48

sekretariat tel. +48 77 452 74 01, tel./fax +48 77 452 74 00

dziekanat tel. +48 77 452 74 05 do 12

dziekanwns@uni.opole.pl

www.wns.uni.opole.pl

12/18/2020

Raport z badania studentów przyjętych na pierwszy rok studiów na Wydziale Nauk Społecznych UO Rok akademicki 2020/2021

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

Anna Weissbrot-Koziarska
Dąbrowska-Jabłońska
Koordynatorzy kierunków WNS

Iwona

Spis treści

Projekt i przebieg badania.....	2
Wielkość próby	3
Struktura grupy respondentów według miejsca stałego zamieszkania	5
Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego oraz stopień ich oddziaływania na wybór kierunku studiów na WNS UO	5
Czynniki wpływające na wybór Uniwersytetu Opolskiego	5
Czynniki wpływające na wybór Wydziału Nauk Społecznych UO.....	7
Udział w rekrutacji 2020/2021 na inne uczelnie wyższe i inne kierunki (poza UO)	8
Udział w rekrutacji 2020/2021 na inne kierunki na UO	9
Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK).....	10
Oczekiwania od studiów na wybranym kierunku	11
Ustosunkowanie respondentów do podejmowanych działań promocyjnych oraz propozycje ich udoskonalenia	12
Wnioski i rekomendacje.....	14
<i>Post Scriptum</i>	15
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 2020/2021

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 18 do 30 listopada 2020 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 2020/2021. 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.

Tegoroczny kwestionariusz ankiety różnił się nieco od tego zastosowanego w roku akademickim 2019/2020. Po przeanalizowaniu i konsultacjach z koordynatorami kierunków i pracownikiem WSN (uwagi pisemne zgłosił dr Michał Wanke) dokonano kilku korekt i uproszczeń, które nie zmieniły jednakowoż celu ankiety, a jej wyniki nadal są porównywalne. Poprawiona wersja kwestionariusza ankiety znajduje się w aneksie 1. do niniejszego Raportu. Ankieta została przygotowana również w języku angielskim, dla studentów-obcokrajowców, ale nie wypełnił jej ani 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/badania-ankietowe-studentow-pierwszych-lat/>. 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 szczegółowej 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 2021 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 2020/2021, ankietę wypełniło 134 respondentów, co stanowiło około 13% 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=134)

Forma, poziom i kierunek studiów	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Jednolite magisterskie (5-letnie)	61	6	67
Psychologia N	4	2	6
Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna S	48	0	48
Pedagogika specjalna S	-	-	-
Psychologia S	9	4	13
Licencjackie (3-letnie)	24	8	32
Coaching filozoficzny S	2	0	2
Design i komunikacja społeczna S	-	-	-
Filozofia S	-	-	-
Historia S	-	-	-
Muzykologia S	2	0	2
Pedagogika S	-	-	-
Praca socjalna S	5	0	5
Socjologia S	15	8	23
Magisterskie (2-letnie)	30	5	35
Praca socjalna N	26	2	28
Historia S	3	2	5
Muzykologia S	1	1	2
Pedagogika S	-	-	-
Pedagogika N	-	-	-
Socjologia (intercultural communication) S	-	-	-
Suma końcowa	115	19	134

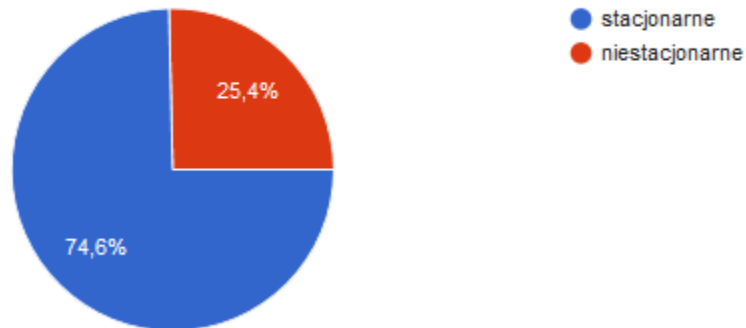
W badaniach wzięły udział 134 osoby: 115 (85,8%) kobiet i 19 (14,2%) mężczyzn. Najwięcej respondentów wypełniających ankietę studiuje na jednolitych studiach magisterskich (5-letnich) – 67 (50%) osób. Są to kierunki: Psychologia, Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna. Mniejszą reprezentację mieli w badaniach studenci studiów licencjackich (3-letnich) – 32 (23,9%) respondentów i magisterskich (2-letnich) – 35 (26,1%) badanych. Respondenci studiów licencjackich reprezentowali następujące

kierunki: Coaching filozoficzny, Muzykologia, Praca socjalna i Socjologia. Wśród respondentów studiów 2-letnich magisterskich byli przedstawiciele kierunków: Praca socjalna, Historia i Muzykologia. Studenci Pedagogiki specjalnej, Pedagogiki, Design i komunikacji społecznej i Filozofii nie wzięli udziału w badaniach.

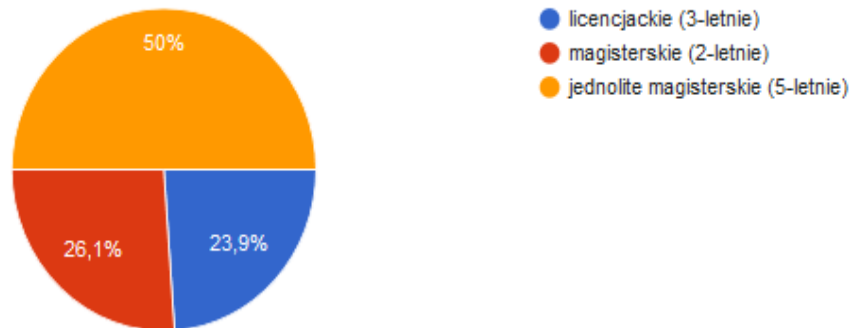
W badaniach wzięli udział zarówno studenci studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych, pierwszego i drugiego stopnia oraz jednolitych magisterskich.

Wykresy 1. i 2. Poziom i forma studiów

134 odpowiedzi



134 odpowiedzi



Struktura grupy respondentów według miejsca stałego zamieszkania

Większość przebadanych studentów pierwszych lat, którzy podjęli w roku akademickim 2019/2020 studia na Wydziale Nauk Społecznych UO, mieszka na stałe poza Opolem. Tylko 45 (33,6%) 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. Dwie osoby zadeklarowały, że na stałe mieszkają na Ukrainie.

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 – 81 (60,4%) odpowiedzi, na opinie znajomych - 42 (31,3%), portale społecznościowe – 38 (28,4%), informatory oraz opinie rodziny – po 27 (20,1%), portale ogólnopolskie dotyczące studiów wyższych – 26 (19,4%) odpowiedzi „zdecydowanie tak”¹. Gorzej oceniano: Dni Otwarte UO, reklamę internetową, opinie nauczycieli jako źródło informacji o ofercie dydaktycznej UO. Jako najmniej skuteczne źródła informacji o ofercie dydaktycznej UO studenci pierwszych lat wymienili: spoty radiowe i reklamę prasową – akie same opinie były rok wcześniej. Te ostatnie wyniki mogą mieć związek z ogólnie bardzo małym udziałem reklamy UO w mediach lokalnych (prasa, radio, telewizja). Jest ich ogólnie mało lub wcale.

Tabela 2. Źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Opolskiego (N=134)

Źródła informacji	Odpowiedzi respondentów - zdecydowanie tak	
	L	%
Strona internetowa UO	81	60,4
Opinie znajomych	42	31,3
Portale społecznościowe, np.	38	28,4
Informatory	27	20,1
Opinie członków rodziny	27	20,1
Portale ogólnopolskie dotyczące	26	19,4
Dni Otwarte UO	25	18,7
Reklama internetowa	21	15,7
Opinie nauczycieli	20	14,9
Targi edukacyjne	16	11,9
Spotkania z przedstawicielami	19	14,2
Spoty radiowe	12	9
Reklama prasowa	8	6
Inne	8	6

Czynniki wpływające na wybór Uniwersytetu Opolskiego

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

W kwestionariuszu ankiety badani zostali poproszeni o wskazanie czynników, które wpłynęły na dokonanie przez nich wyboru Uniwersytetu Opolskiego, jako miejsca swojego dalszego kształcenia². To pytanie dotyczy zasadniczo całej Uczelni. Respondenci mogli wybrać kilka odpowiedzi.

Tabela 3. Czynniki wpływające na wybór studiów na Uniwersytecie Opolskim (N=134)

Czynniki wpływające na wybór UO	Odpowiedzi respondentów - zdecydowanie tak	
	L	%
Bliskość miejsca zamieszkania	55	41
Pozytywne opinie znajomych	52	38,8
Przyjazna atmosfera	51	38,1
Dobra kadra naukowo-dydaktyczna	40	29,9
Łatwość dostania się na studia	39	29,1
Dogodny dojazd	37	27,6
Atrakcyjność oferty dydaktycznej	34	25,4
Ktoś z mojej rodziny tu studiował	29	21,6
Dobra organizacja pracy Uczelni	29	21,6
Niskie koszty utrzymania	26	19,4
Prestiż/renoma Uczelni	22	16,4
Atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej	22	16,4
Unikatowość wybranego kierunku studiów	16	11,9
Działalność kół naukowych	12	9
Oferta artystyczna	8	6
Sport akademicki	1	0,7

Spośród czynników mających największe znaczenie przy wyborze Uniwersytetu Opolskiego wymieniano najczęściej: bliskość miejsca zamieszkania – 55 (41%) odpowiedzi, pozytywne opinie znajomych – 52 (38,8%), przyjazna atmosfera – 51 (38,1%). Najmniejsze znaczenie miała oferta artystyczna UO – 8 (6%) odpowiedzi oraz sport akademicki 1 (0,7%)³. Wydaje się zatem, że należy większy nacisk w działaniach promocyjnych położyć na współpracę z absolwentami Uczelni, podtrzymywać z nimi kontakt, współpracować, bo ich opinie mają duże znaczenie 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, nasza działalność artystyczna jest mało rozbudowana i nie nagłaśniana. Kandydaci na studia prawdopodobnie w ogóle nie wiedzą o jej

² 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.

³ 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.

istnieniu. Należało by 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=134)

Kategorie czynników	Czynniki wpływające na wybór WNS UO	Odpowiedzi respondentów - zdecydowanie tak	
		L	%
Czynniki tkwiące wewnątrz WNS	Dobra kadra naukowo-dydaktyczna	36	26,9
	Atrakcyjny program studiów	31	23,1
	Niski próg podczas rekrutacji	27	20,1
	Atrakcyjna strona internetowa	25	18,7
	Perspektywa otrzymania stypendium	24	17,9
	Dobra baza dydaktyczna Społecznych	19	14,2
	Możliwość uczestniczenia w krajowej i międzynarodowej wymianie studenckiej	16	11,9
	Aktywność studencka – koła naukowe, samorząd studencki itp.	14	10,4
	Własne zainteresowania	14	10,4
Czynniki "środowiskowe"	Własne zainteresowania	80	59,7
	Przydatność na rynku pracy	37	27,6
	Pozytywne opinie znajomych	36	26,9
	Możliwość łączenia nauki z pracą	32	23,9
	Prestiż/renoma przyszłego zawodu	25	18,7
	Ktoś z mojej rodziny studiował ten kierunek	23	17,2

Spośród czynników tkwiących wewnątrz WNS, wpływających na wybór konkretnego kierunku studiów studenci pierwszych lat najczęściej wskazywali na: dobrą kadre naukowo-dydaktyczną – 36 (26,9%) odpowiedzi, atrakcyjność programów studiów – 31 (23,1%), niski próg rekrutacji – 27 (20,1%), atrakcyjną stronę internetową – 25 (18,7%) oraz perspektywy otrzymania stypendium – 24 (17,9%). Wśród czynników „środowiskowych” największe znaczenie miały dla respondentów zainteresowania własne – aż 80 (57,7%) odpowiedzi. Ważna była także przydatność na rynku pracy oraz ponownie opinie znajomych.

Najrzadziej wskazywanymi przez studentów czynnikami, które wpłynęły na wybranie przez nich kierunku studiów, były: możliwość uczestniczenia w krajowej i

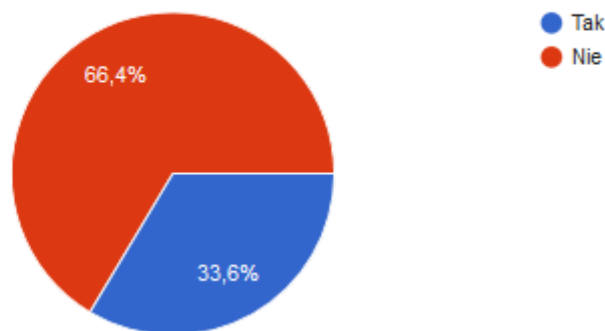
międzynarodowej wymianie studenckiej oraz aktywność studencka – koła naukowe, samorząd studencki.

Udział w rekrutacji 2020/2021 na inne uczelnie wyższe i inne kierunki (poza UO)

Z punktu widzenia poszczególnych kierunków studiów interesująca wydaje się odpowiedź na pytanie, czy studenci WNS UO jednocześnie brali udział w rekrutacji na inne uczelnie i kierunki poza Uczelnią. Spośród osób badanych 89 osób, tj. 66,4% nie potwierdziło, że starali się dostać także na inne uczelnie w Polsce. Z kolei 45 osób (33,6%) badanych napisało, że podejmowali takie starania⁴.

Wykres 5. Udział w tegorocznej rekrutacji na inne uczelnie wyższe i inne kierunki (poza UO) (N=134)

134 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 2020/2021. Najwięcej osób brało udział w rekrutacji na inne kierunki i uczelnie na kierunku Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna – 12 osób (26,7%), oraz Socjologia – 11 (24,4%) i Psychologia - 10 (22,2%).

⁴ 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=45)

Kierunek studiów	Odpowiedzi respondentów - tak brałem udział w rekrutacji na inne uczelnie	
	L	%
Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna	12	26,7
Socjologia	11	24,4
Psychologia	10	22,2
Praca socjalna	8	17,8
Historia	3	6,7
Muzykologia	1	2,2

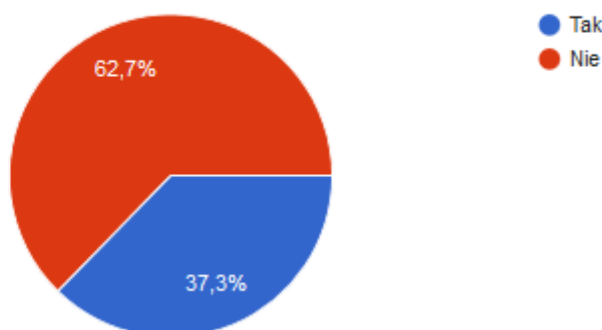
Studenci brali udział w rekrutacji na takie uczelnie m. in. jak: Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Uniwersytet Śląski, Uniwersytet Łódzki, Uniwersytet Wrocławski, UKSW - Warszawa, APS - Warszawa, UW - Warszawa, UMK – Toruń. Szczegółowe zestawienia innych uczelni i kierunków znajdują się w raportach kierunkowych, opracowanych przez koordynatorów poszczególnych kierunków WNS UO.

Udział w rekrutacji 2020/2021 na inne kierunki na UO

W badaniach ankietowych zapytano również o udział w rekrutacji na inne kierunki na UO. Wśród badanych 84 osoby, tj. 62,7% nie zadeklarowało, że brało pod uwagę jeszcze inny kierunek studiów na UO. Natomiast 50 osób (37,3%) przyznało, że czyniło takie starania.

Wykres 6. Udział w tegorocznej rekrutacji na inne kierunki na UO (N=134)

134 odpowiedzi



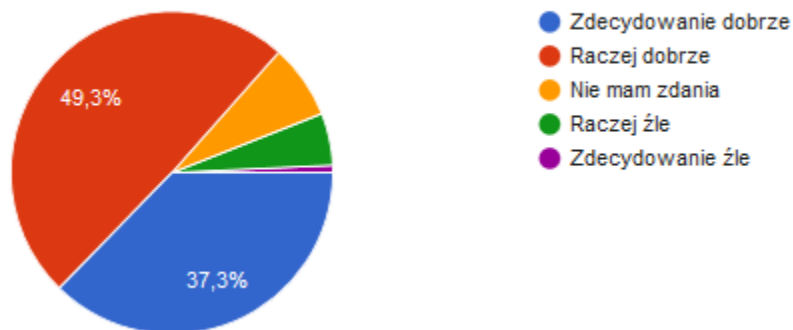
Wśród innych kierunków na UO branych pod uwagę podczas rekrutacji na studia wymieniano: Psychologię, Design i komunikację społeczną, Farmację, Dietetykę, Pedagogikę, Pedagogikę specjalną, Pielęgniarstwo, Bezpieczeństwo wewnętrzne, Zarządzanie publiczne, Logopedię, Filozofię, Kulturoznawstwo, Języki obce w służbie publicznej i inne. W sumie cały wachlarz pojedynczych kierunków, będących w ofercie edukacyjnej UO.

Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)

Kolejne pytanie w opisywanych badaniach dotyczyło funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK). Bardzo dobrze oceniło system 50 (37,3%) respondentów, raczej dobrze – 66 (49,3%), raczej źle – 7 osób (5,2%), zdecydowanie źle – 1 osoba (0,7%). Dziesięć osób (7,5%) nie miało zdania na ten temat⁵.

Wykres 7. Ocena funkcjonowania systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK) (N=134)

134 odpowiedzi

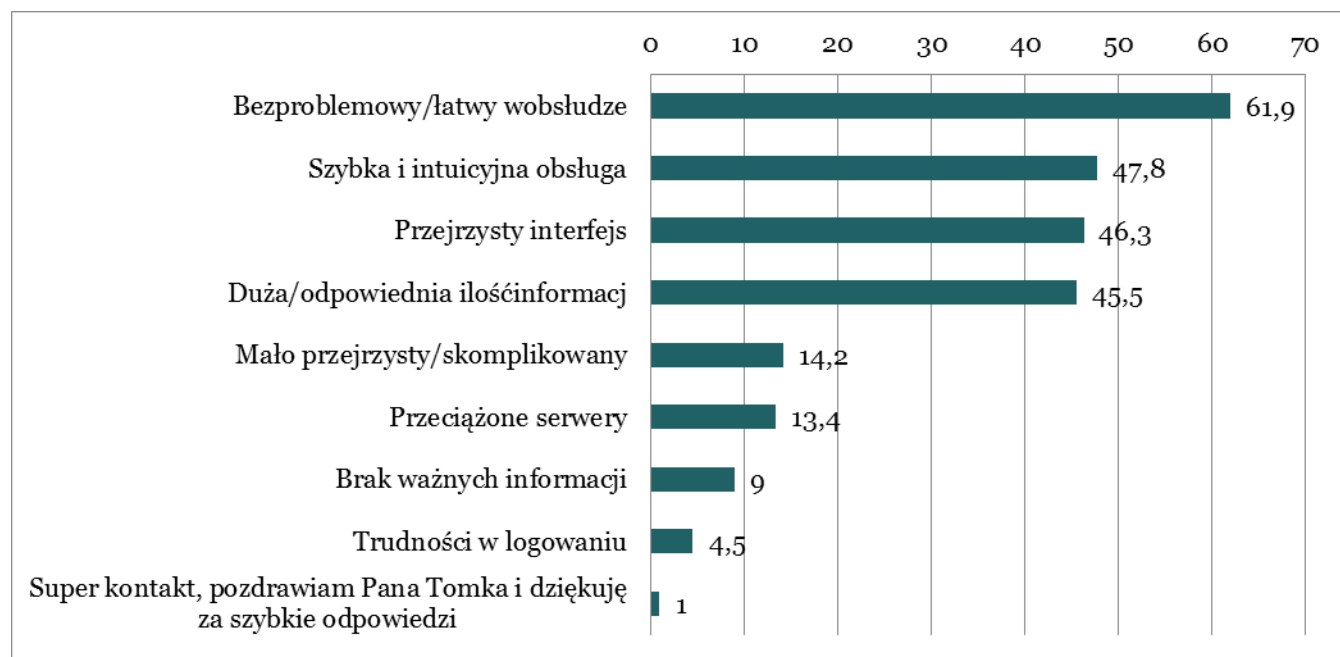


W uzasadnieniu najczęściej pojawiały się następujące odpowiedzi: bezproblemowy/łatwy w obsłudze – 83 (61,9%) odpowiedzi, szybka i intuicyjna obsługa – 64 (47,8%), przejrzysty interfejs – 62 (46,3%), duża/odpowiednia ilość informacji – 61 (45,5%). Jako mało przejrzysty i skomplikowany system odebrało IRK 19 osób (14,2%), o przeciążeniu serwerów wspomniało 18 osób, tj. 13,4% respondentów⁶.

⁵ W edycji pierwszej tych badań, w roku akademickim 2019/2020, skala oceny miała trzy opcje: bardzo dobrze oceniło system 57,9% respondentów, dobrze – 38,6%, bardzo źle – 3,4.

⁶ W edycji pierwszej tych badań, w roku akademickim 2019/2020, uzasadnieniu najczęściej pojawiały się następujące odpowiedzi: bezproblemowy/łatwy w obsłudze – 157 (54,1%) odpowiedzi, przejrzysty interfejs – 109 (37,6%), duża/odpowiednia ilość informacji – 99 (34,1%) oraz szybka i intuicyjna obsługa – 93 (32,1%). Krytykowano natomiast przeciążenie serwerów UO – 35 (12,1%) i możliwości logowania do systemu – 19 (6,6%).

Wykres 8. Uzasadnienie oceny systemu IRK (N=134)



Oczekiwania od studiów na wybranym kierunku

Ostatnie pytanie w ankiecie dotyczyło oczekiwań wobec studiów podjętych na pierwszym roku na WNS UO. Najczęściej wymienianą odpowiedzią było uzyskanie nowej wiedzy – 111 (82,8%), zdobycie umiejętności praktycznych – 107 (79,9%) odpowiedzi, przygotowanie do zawodu – 103 (76,9%)⁷. Najmniej interesujące okazało się dla studentów korzystanie z możliwości wyjazdów zagranicznych – 29 (21,6%) i zagranicznych praktyk – 20 (14,9%) respondentów.

⁷ W edycji pierwszej tych badań, w roku akademickim 2019/2020, uzasadnieniu najczęściej pojawiały się takie same odpowiedzi jak w edycji drugiej: uzyskanie nowej wiedzy, zdobycie umiejętności praktycznych, przygotowanie do zawodu. Najmniej interesujące było dla studentów korzystanie z możliwości wyjazdów zagranicznych i zagranicznych praktyk.

Tabela 6. Oczekiwania od studiów na wybranym kierunku (N=134)

Oczekiwania	Odpowiedzi respondentów - zdecydowanie tak	
	L	%
Uzyskania nowej wiedzy	111	82,8
Zdobycia umiejętności praktycznych	107	79,9
Przygotowania do zawodu	103	76,9
Przyjaznej atmosfery	100	74,6
Wyrozumiałego i sprawiedliwego	96	71,6
Poznania nowych ludzi	93	69,4
Zdobycia pracy po studiach	93	69,4
Rozwoju zainteresowań	80	59,7
Wysokiej jakości kształcenia	69	51,5
Spełnienia swoich ambicji	67	50,0
wolontariat, działalność naukowa,	52	38,8
Miłego spędzenie czasu ze znajomymi	49	36,6
Skorzystania z możliwości wyjazdów zagranicznych	29	21,6
Skorzystania z możliwości praktyk zagranicznych	20	14,9

Ustosunkowanie respondentów do podejmowanych działań promocyjnych oraz propozycje ich udoskonalenia

W kwestionariuszu ankiety poproszono respondentów na zakończenie 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 bardzo wiele uwag. Oto one (cytuję dosłowne wpisy):

- Myślę, że należy więcej informacji wrzucać na social media, np. facebook.
- Strona internetowa UO nie jest intuicyjna, powinna być zakładka kamdydat na studia w której krok po kroku opisane by były postępowania przy rekrutacji, nawet te banalnie proste. Zaoszczędziło by to zmartwień i problemów.
- Tak naprawdę bardzo trudno oceniać działania promocyjne. W związku z pandemią wiele wydarzeń było odwoływanych. Dobrym pomysłem jest nagrywanie krótkich klipów promocyjnych, bo artykułów nikomu nie chce się czytać, wiele uczelni proponuje też webinary z wykładowcami, które mają zainteresować przyszłych studentów uczelnią.
- Zbyt słaba promocja "w sieci".
- Ogólnie rzecz biorąc, nie jest źle, kontynuujcie w ten sposób.
- Strona internetowa pomogła mi podjąć decyzje wybrania UO, Negatywne jest to, że jest za mało miejsc na kierunkach.

- Nie podobał mi się system przeliczania wyników z matury na punkty, bo jedne przedmioty na maturze są trudniejsze o czym świadczy wynik centylowy każdego roku, a drugie łatwiejsze, więc uczciwym by było nie wrzucanie do jednego koszyka języka polskiego (rozszerzonego), który średnio jest dwa razy łatwiejszy i WOS-u (rozszerzonego) na niektórych kierunkach.
- Wszystko mi się podoba.
- Moim zdaniem należy skupić się na lepszej organizacji planu zajęć i innych ważnych spraw.
- Wysyłanie wszystkim wiadomości w jednakowym czasie.
- Działania promocyjne prowadzone są sprawnie, ciekawie, tylko powinno być ich więcej, np. w internecie, czy ulotek w szkołach średnich.
- Moim zdaniem działania promocyjne podejmowane przez UO można ocenić pozytywnie. Można udoskonalić je o spoty radiowe, gdyż z takimi się nie spotkałam.
- Bardzo dobrym działaniem promocyjnym są targi promocyjne, ale także jeżdżenie po szkołach. Myślę, że dobrym pomysłem jest również organizowanie zajęć pokazowych na uniwersytecie, tak, aby przyszli studenci mogli zobaczyć jak naprawdę wyglądają owe zajęcia.

Wnioski i rekomendacje

Opisane badania zostały przeprowadzone na Wydziale Nauk Społecznych po raz drugi, jako element działań projakościowych. Celem badania było pozyskanie opinii studentów lat pierwszych na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Wydziału Nauk Społecznych na Uniwersytecie Opolskim oraz efektywności podejmowanych działań promocyjnych. Badania zrealizowano w dniach od 18 do 30 listopada 2020 roku.

Zasadniczo można uznać, że liczba 134 osoby, które wzięły udział w badaniach nie jest duża, jest to mniej niż rok wcześniej - 292 osoby. Próba ta została jednak zaakceptowana. Kwestionariusz ankiety został nieco zmodyfikowany po analizie wyników badań przeprowadzonych w roku akademickim 2019/2020. Przygotowano również wersję anglojęzyczną, jak sugerowali koordynatorzy kierunków studiów, lecz mimo próśb żaden student-obcokrajowiec nie wypełnił ankiety. Niepokojące jest i to, że liczba respondentów jest coraz mniejsza, a są kierunki na których studenci w ogóle nie wzięli udziału w badaniach.

Z pewnością wnioski z wyników badań powinny być uwzględnione w tworzeniu strategii promujących poszczególne kierunki studiów na WNS UO na rok akademicki 2021/2022. Analiza uzyskanych w badaniu ankietowym danych oraz zidentyfikowanie słabych i mocnych stron działań promocyjnych WNS UO, umożliwi 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 podtrzymanie obecnego poziomu oraz kompleksowości informacji na stronach internetowych Wydziału i poszczególnych kierunków. 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. Niestety ze względu na czas pandemii bezpośrednie spotkania z kandydatami są niemożliwe do realizacji. Możliwe to jest jednak poprzez platformy edukacyjne. Należałoby zatem nawiązać współpracę ze szkołami średnimi, by online pokazywać im naszą ofertę edukacyjną.

Kluczowym elementem, dla sukcesu rekrutacji, jest stałe podnoszenie poziomu zadowolenia ze studiowania na kierunkach realizowanych na WNS UO, których opinia jest często ważnym czynnikiem wpływającym na wybór uczelni i kierunku studiów. Bardzo istotne jest także utrzymywanie i rozwijanie relacji z absolwentami WNS. 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 ofert dydaktycznej. Wreszcie istotna wydaje 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 temacie, tzw. ruchu studenckiego.

Post Scriptum

Wśród źródeł informacji o kierunkach studiów kandydaci wymieniają m. n. ogólnopolskie strony internetowe. Poniżej podano kilka linków do przejrzania pod kątem danych, jakie zawierają na temat kierunków realizowanych na WNS UO.

[MegaBaza edukacyjna Perspektywy](#)

[Najpopularniejsze kierunki – strona w domenie gov.pl](#)

[Ogólnopolski system monitorowania Ekonomicznych Losów Absolwentów szkół wyższych](#)

[Portal dla kandydatów na studia: kierunki studiów.pl](#)

[Portal dla kandydatów otouczelnie .](#)

[Portal: studia.pl](#)

[Wyszukiwarka Wybierz Studia - strona w domenie gov.pl](#)

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 jakościowych.

Ankieta będzie aktywna w dniach **od 18 do 30 listopada 2020 r.**

Rok akademicki 2020/2021

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):					
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					
Prestż/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: <input type="checkbox"/> tak <input type="checkbox"/> 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: <input type="checkbox"/> tak <input type="checkbox"/> nie
5a. Jeżeli tak, to jakie to były kierunki?
6. Jak ocenia Pan/Pani funkcjonowanie systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)?
<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
7. Prosimy o uzasadnienie oceny systemu IRK (można zaznaczyć kilka odpowiedzi).
<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:
8. Czego oczekują Państwo od studiów na wybranym kierunku? (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)
<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. <input type="checkbox"/> Skorzystania z możliwości wyjazdów zagranicznych <input type="checkbox"/> Skorzystania z możliwości praktyk zagranicznych

- Rozwoju zainteresowań
- Spełnienia swoich ambicji
- Przyjaznej atmosfery
- Poznania nowych ludzi
- Przygotowania do zawodu
- Miłego spędzenia 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 18 to 30 November 2020**.

Academic year 2020/2021

BACKGROUND INFORMATION
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):					
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:					
<input type="checkbox"/> yes <input type="checkbox"/> 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: <input type="checkbox"/> yes <input type="checkbox"/> no
5a. If so, what were they?
6. How do you rate the functioning of the HELLO uni.opole. pl website?
<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
7. Please explain your rating of the HELLO website (several answers can be selected).
<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:
8. What do you expect from the chosen programme? (several answers can be selected)
<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.