







ІНФОРМАЦІЯ ПРО РЕЗУЛЬТАТИ РОБОТИ ПО ФОРМУВАННЮ ЯКІСНОГО КОНТИНГЕНТУ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ



ВІДДІЛ МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ ОСВІТИ,
ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТА АКРЕДИТАЦІЇ

2017 рік

ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ РОБОТИ:

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

ФОРМУВАННЯ КІЛЬКІСНОГО І ЯКІСНОГО КОНТИНГЕНТУ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ



РЕЗУЛЬТАТИ НАБОРУ У 2013 ТА 2017 РОКАХ

Освітні рівні та форма навчання	2013 рік	2017 рік	Різниця
Бакалавр (денна)	339	655	+93%
Бакалавр (заочна)	73	87	+19%
Бакалавр на базі ОКР Молодшого спеціаліста (денна)	28	186	+564%
Бакалавр на базі ОКР Молодшого спеціаліста (заочна)	95	318	+234%
Магістр (денна)	147	301	+104%
Магістр (заочна)	85	260	+205%
ВСЬОГО	767 (406-КОНТРАКТ)	1807 (1492-КОНТРАКТ)	+135% (+267% КОНТРАКТ)



Середній бал атестату першокурсників

2016

6,3 бали



2017

8,8 бали

ОЦІНКА ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ



УЧАСНИКИ АНКЕТУВАННЯ

-  В опитуванні взяли участь 96% (631 студент) першокурсників денної форми навчання, з них 47,2% кияни та 52,8% з інших міст та сіл України.
-  39% першокурсників – випускники спеціалізованих шкіл, ліцеїв та гімназій.

ПИТАННЯ АНКЕТИ

**З ЯКИХ ДЖЕРЕЛ ВИ ДІЗНАЛИСЬ ПРО ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**

**ЩО СТАЛО ОСНОВНОЮ ПРИЧИНОЮ ВАШОГО ВИБОРУ НА КОРИСТЬ
ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**

ВИ ОБРАЛИ СВОЮ СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ЧЕРЕЗ ТЕ, ЩО...

З ЯКИХ ДЖЕРЕЛ ВИ ДІЗНАЛИСЬ ПРО ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

Варіант відповіді	Результат загальний по Університету	у %	Результат кияни	у %	Результат ін. міста, села України	у %
ІНТЕРНЕТ	330	52,3	129	43,3	201	<u>60,4</u>
РОЗПОВІДЬ ДРУЗІВ, ЗНАЙОМИХ, ЯКІ ВЖЕ НАВЧАЮТЬСЯ В ЦЬОМУ УНІВЕРСИТЕТІ	135	21,4	57	19,1	78	23,4
СПІВРОБІТНИКИ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ПРИХОДИЛИ ДО ШКОЛИ ТА РОЗПОВІДАЛИ ПРО ПЕРСПЕКТИВИ НАВЧАННЯ В УНІВЕРСИТЕТІ	71	11,3	52	<u>17,5</u>	19	5,7
БАТЬКИ/ ЇХ ЗНАЙОМІ ЗАКІНЧУВАЛИ ЦЕЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД АБО БАТЬКИ/ ЇХ ЗНАЙОМІ ПРАЦЮЮТЬ В ЦЬОМУ УНІВЕРСИТЕТІ	50	8,0	29	9,7	21	6,3
РЕКЛАМИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	1	0,1	0	0	1	0,3
ВІД ВЧИТЕЛІВ	15	2,4	8	2,7	7	2,1
ПРОЖИВАЮ НЕДАЛЕКО ВІД ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ	18	2,8	18	6,0	0	0
ІНШЕ _____	11	1,7	5	1,7	6	1,8

ЩО СТАЛО ОСНОВНОЮ ПРИЧИНОЮ ВАШОГО ВИБОРУ НА КОРИСТЬ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

ВАРІАНТ ВІДПОВІДІ	Результат загальний по університету	У %	Результат кияни	У %	Результат ін. Міста, села України	У %
ПРЕСТИЖНІСТЬ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ	95	15,0	37	12,4	58	17,4
ВИЧЕРПНА ІНФОРМАЦІЯ НА САЙТІ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ	90	14,2	31	10,4	59	17,7
ПОРАДА БАТЬКІВ/ЇХ ЗНАЙОМИХ	79	12,5	45	15,2	34	10,2
ІНФОРМАЦІЯ, ЩО БУЛА НАДАНА В ДНІ ВІДКРИТИХ ДВЕРЕЙ	63	10,0	35	11,7	28	8,4
РОЗПОВІДЬ СПІВРОБІТНИКІВ УНІВЕРСИТЕТУ ПІД ЧАС ВІДВІДУВАННЯ ШКОЛИ	29	4,6	21	7,0	8	2,4
ЦЕ МОЯ ДАВНЯ МРІЯ	41	6,5	18	6,0	23	6,9
ЗАКІНЧУВАВ ПІДГОТОВЧІ КУРСИ В УНІВЕРСИТЕТІ	26	4,1	20	6,7	6	1,8
УНІВЕРСИТЕТ ЗНАХОДИТЬСЯ БЛИЗЬКО ВІД МІСЦЯ МОГО ПРОЖИВАННЯ	15	2,3	15	5,1	0	0
РОЗПОВІДЬ СПІВРОБІТНИКІВ УНІВЕРСИТЕТУ ПІД ЧАС ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ В СТІНАХ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ	37	5,9	20	6,7	17	5,1
РОЗПОВІДЬ СПІВРОБІТНИКІВ УНІВЕРСИТЕТУ ПІД ЧАС ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ В ТЕЛЕФОННІЙ РОЗМОВІ	10	1,6	5	1,7	5	1,5
ТУТ НАВЧАЮТЬСЯ МОЇ НАЙКРАЩІ ДРУЗИ	25	4,0	12	4,0	13	3,9
БАЖАННЯ «ВИРВАТИСЬ» ДО КИЄВА	28	4,4	0	0	28	8,4
СПРИЯТЛИВА ВАРТІСТЬ НАВЧАННЯ	38	6,0	18	6,1	20	6,0
НЕ ВИСТАЧИЛО БАЛІВ ЗНО, ЩОБ ВСТУПИТИ ДО ОМРІЯНОГО ВНЗ	31	5,0	12	4,0	19	5,7
РЕКЛАМА У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ)	1	0,1	0	0	1	0,3
НАЯВНІСТЬ ВІЙСЬКОВОЇ КАФЕДРИ	6	1,0	3	1,0	3	1
ІНШЕ _____	17	2,8	6	2,0	11	3,3

ВИ ОБРАЛИ СВОЮ СПЕЦІАЛЬНІСТЬ В ДУТІ ЧЕРЕЗ ТЕ, ЩО...

ВАРІАНТ ВІДПОВІДІ	Результат загальний по університету	У %	Результат кияни	У %	Результат ін. міста, села України	У %
ДУТ ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ ОВОЛОДІТИ ЗНАННЯМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УСПІХУ У МАЙБУТНЬОМУ	355	56,3	171	57,4	184	55,3
ГАРАНТУЄ НЕПОГАНІ ДОХОДИ У МАЙБУТНЬОМУ	141	22,3	63	21,1	78	23,4
ВВАЖАЮ ЇЇ ПРЕСТИЖНОЮ	86	13,6	37	12,4	49	14,7
ГАРНО ЗВУЧИТЬ	12	1,9	9	3,0	3	0,9
ВИБРАВ ВИПАДКОВО	20	3,2	8	2,7	12	3,6
ІНШЕ _____	17	2,7	10	3,4	7	2,1

ВИСНОВКИ

- **ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ, ЩО ВІДБУВАЛИСЬ ПРОТЯГОМ НАВЧАЛЬНОГО РОКУ**, а саме: вивчення дисциплін, зміст яких відповідає вимогам сьогодення, посилення практичної підготовки, поглиблене вивчення іноземної мови, викладання фахових дисциплін іноземною мовою, можливість отримати сертифікати відомих міжнародних фірм, що засвідчують певний рівень знань і умінь студента, а також надають пріоритет в працевлаштуванні на високооплачувану роботу як в Україні, так і за кордоном та розміщення відповідної інформації на сайті Університету **ПОЗИТИВНО ВПЛИНУЛО НА ЯКІСНЕ ФОРМУВАННЯ КОНТИНГЕНТУ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.**
- ✓ Так, у цьому році було здійснено набір у кількості **1807 СТУДЕНТІВ, ЩО НА 135% БІЛЬШЕ, НІЖ У 2013 РОЦІ.**
- ✓ Середній бал вступників цього року становить **8,8 БАЛИ, ЩО НА 2,5 БАЛИ БІЛЬШЕ НІЖ У МИНУЛОМУ РОЦІ (2016- 6,3 БАЛИ).**
- **НАЙБІЛЬШ ДІЄВИМИ МЕТОДАМИ ПРОФОРІЕНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ ВИЯВИЛИСЬ:**
 - ✓ Якісне наповнення сайту;
 - ✓ Організація цікавих, насичених переконливою інформацією ДНІВ ВІДКРИТИХ ДВЕРЕЙ;
 - ✓ Безпосереднє спілкування з батьками та майбутніми абітурієнтами
- 56,3% абітурієнтів обрали Державний університет та свою спеціальність тому що в Державному університеті телекомунікацій готують висококваліфікованих професіоналів, використовувачи сучасне обладнання, інноваційні методи навчання, а отриманні **знання, вміння і навички**, відповідають вимогам роботодавців та **забезпечать успіх у майбутньому.**
- **ТАКИМ ЧИНОМ, ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН В НАВЧАЛНІ ПРОГРАМИ, ЯКІСНО ПРОВЕДЕНА ПРОФОРІЕНТАЦІЙНА РОБОТА ЗАБЕЗПЕЧИЛИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ТА ФОРМУВАННЯ ЯКІСНОГО КОНТИНГЕНТУ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.**

ПРОПОЗИЦІЇ

Продовжувати:

- 🌐 наповнювати сайт корисною інформацією для майбутніх абітурієнтів;
- 🌐 залучати майбутніх абітурієнтів до заходів, що проводяться в університеті, результати висвітлювати на сайті та в соцмережах;
- 🌐 оновлювати агітаційні матеріали для батьків абітурієнтів та поширювати їх в школах, на підприємствах партнерах, потенційних роботодавців (операторів зв'язку, банках тощо), а також на їх сайтах.
- 🌐 організувати для учнів старшої школи гуртки, канікулярні школи, тренінги, що дозволяли б абітурієнту зацікавитись майбутньою спеціальністю.

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

