



НОУ УНПК «Международный университет Кыргызстана»
Система менеджмента качества

Отчет по результатам социологического исследования среди студентов НОУ УНПК «МУК»
«Профориентация студентов 1 го курса»

Некоммерческое образовательное учреждение
Учебно-научно-производственный комплекс «Международный Университет
Кыргызстана»
Кафедра «Социальная работа и социально-гуманитарные науки»
Лаборатория социальных практик

ОТЧЕТ

По результатам социологического исследования среди студентов НОУ УНПК «МУК» «Профориентация студентов 1 го курса»

Исследование проведено в период с 11-ноября по 3-декабря 2021-года
Лабораторией социальных практик при кафедре «Социальная работа и
социально гуманитарные науки», при активном содействии специалистов
Департамента мониторинга и качества, специалистов кафедр и сотрудников
деканатов.

Отчет составлен Мамытовой Ш.Б., Кабылбековой А.К.

Согласовано с директором
Департамента мониторинга и качества

Халилова М.В.

Заведующая кафедрой СРиСГН

Молдокеева Ж.Ф.

Заведующая лабораторией
социальных практик

Мамытова Ш.Б.

15.12.2021-г.

Бишкек 2021 г.



Профориентация является важным инструментом при выборе профессии. От того насколько осознано студент выбрал вуз и профессию будет зависеть его мотивированность в учебе. Однако стремление заполучить студентов любой ценой не способно обеспечить учебному заведению безусловный успех. Студенты, попавшие в ВУЗ случайно, в результате импульсивного решения, показывают отсутствие интереса, мотивации, низкие результаты в учебе. Поэтому наш университет заинтересован в привлечении таких студентов, которые осознанно и целенаправленно выберут специальность и образовательное учреждение. Это требует дополнительных усилий по созданию системы профориентационной работы, которая бы учитывала особенности мотивации принятия решения, источников получения информации, категорий людей, влияющих на принятие решения о профессиональном выборе

Целью нашего исследования является выявление путей принятия решения о выборе ВУЗа и разработка профориентационной стратегии МУК

Метод исследования: онлайн опрос, выборка сплошная

Всего студентов 1го курса по списку 191 человек, в опросе участвовали 170 что составляет 90% от общего числа.

	Всего студенто в	Отв е и	%
Восточный кампус			
Международные отношения	33	27	82%
Юриспруденция	5	5	100%
Лингвистика	38	33	86%
Регионоведение	8	8	100%
Филология	7	7	100%
Центральный кампус			
Экономика и менеджмент	20	23	87%
СР	24	24	100%
Философия	16	13	81%
ИВТ ИСИТ	24	17	71%
Международная школа медицины			
Лечебное дело	16	13	81%
	191	170	



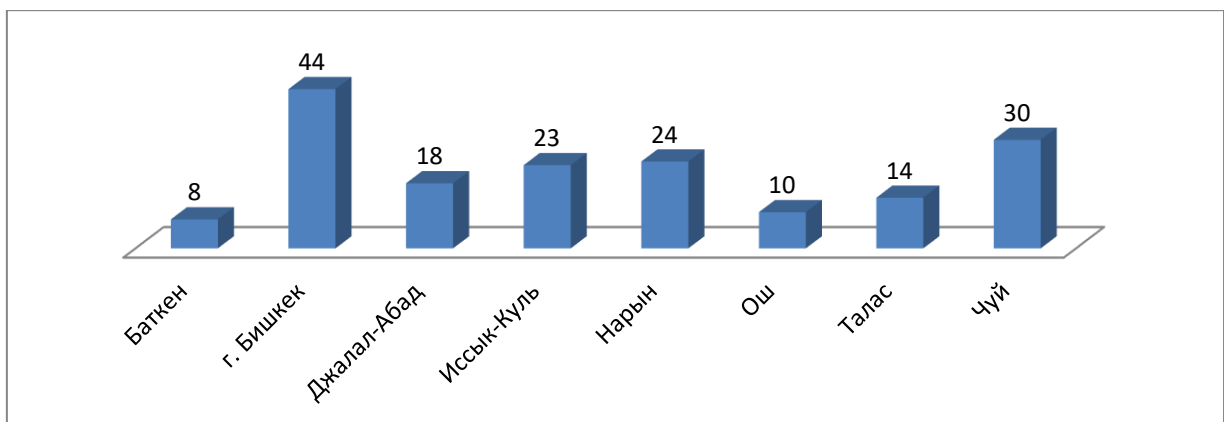
Диаграмма 1. Пол респондентов



Среди студентов 1 го курса большую часть составляют представители женского пола, если брать в числовом значении, то из 170 ответивших 125 являются представителями женского пола.

При опросе так же было выявлено что 98, 2% респондентов являются гражданами КР. И по одному гражданину из Индии, Республики Казахстан и Российской федерации так же приняли участие в опросе.

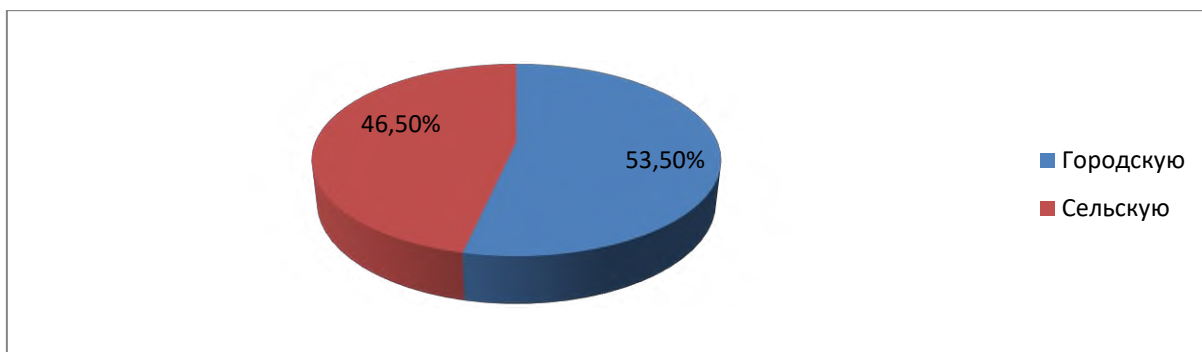
Диаграмма 2. Из какого вы региона Кыргызстана?



Согласно ответам респондентов чуть больше половины проживают в городе Бишкек и в Чуйской области, и больше половины закончили городскую школу 53,5%, процент закончивших сельскую школу составляет 46,5%



Диаграмма 3. Какую школу вы закончили?



97,6% студентов 1 го курса отметили что принимали участие в Общереспубликанском тестировании, остальной процент респондентов ответили что в ОРТ не участвовали.

Таблица 1. Баллы по ОРТ

Тесты	Баллы 0-70	Баллы 71-105	Баллы 106-150	Баллы 151-185	Баллы 186 выше
Основной тест	-	13	112	34	8
История	22	41	2		
Биология	17	22	2		
Химия	24	13	1		
Физика	8	3			
Иностранные языки	28	45	12		
Другие	14	21	3		

По основным тестам на ОРТ больше всего студентов получили средние пороговые баллы, и 42 человека отметили что у них по основному тесту ОРТ были высокие баллы. Дополнительные тесты были сданы у большинства по

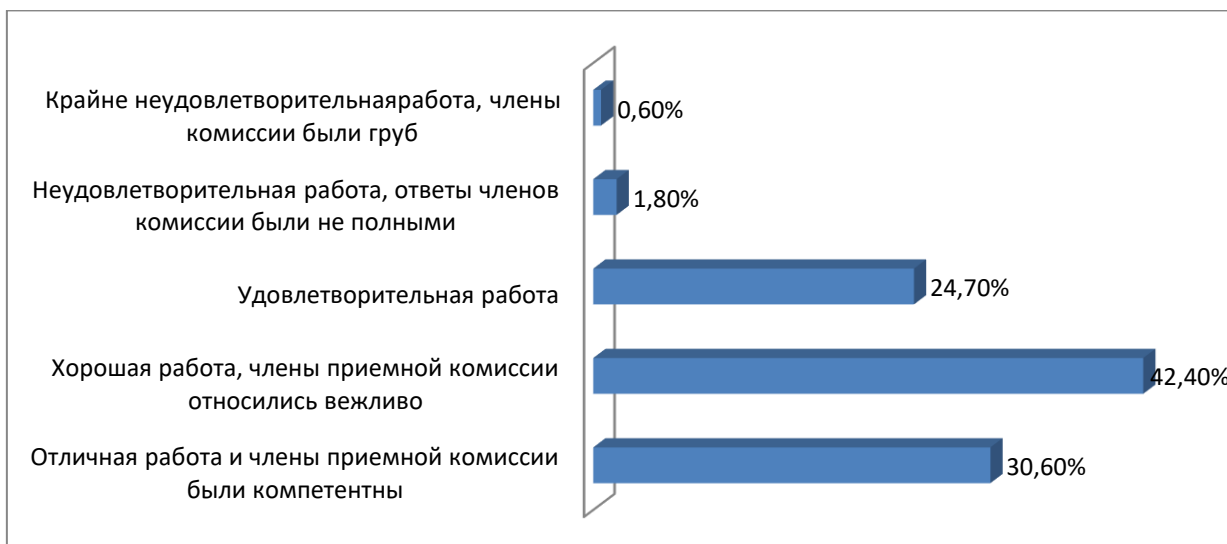


предметам: история, иностранные языки. По дополнительным предметам так же наблюдается положительная картина отбора абитуриентов.

Привлечение и удержание потенциального студента становится важнейшим фактором, обеспечивающим успех деятельности образовательного учреждения. При выборе университета для абитуриента немаловажную роль играет качество предоставляемой информации в приемной комиссии. В данном случае важен не только объем и качество информации но и отношение к абитуриенту так как от него зачастую зависит выбор ВУЗа.

Особенностью работы приемной комиссии в высшем учебном заведении является то, что она направлена не только на ознакомление с содержанием и требованиями к профессиям. Необходимо предоставлять информацию абитуриентам о специальностях, по которым ведется подготовка, о проходных баллах ,перспективах трудоустройства, преподавательском составе, а также дополнительные сведения о вузе (наличие общежития, организация культурных, развлекательных, спортивных мероприятий и др.).

Диаграмма 4. Как Вы оцениваете работу приемной комиссии УНПК МУК при поступлении?

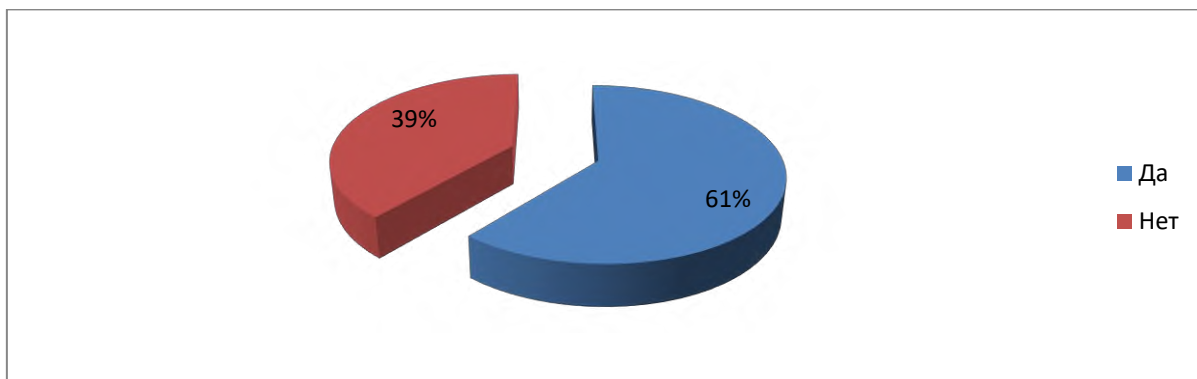


Большая часть респондентов отметили работу приемной комиссии положительно, но возможно стоит прилагать больше усилий для того, чтобы впечатление абитуриента о ВУЗе, а так же информация о МУК и специальностях предоставлялась им более развернуто, глубже.



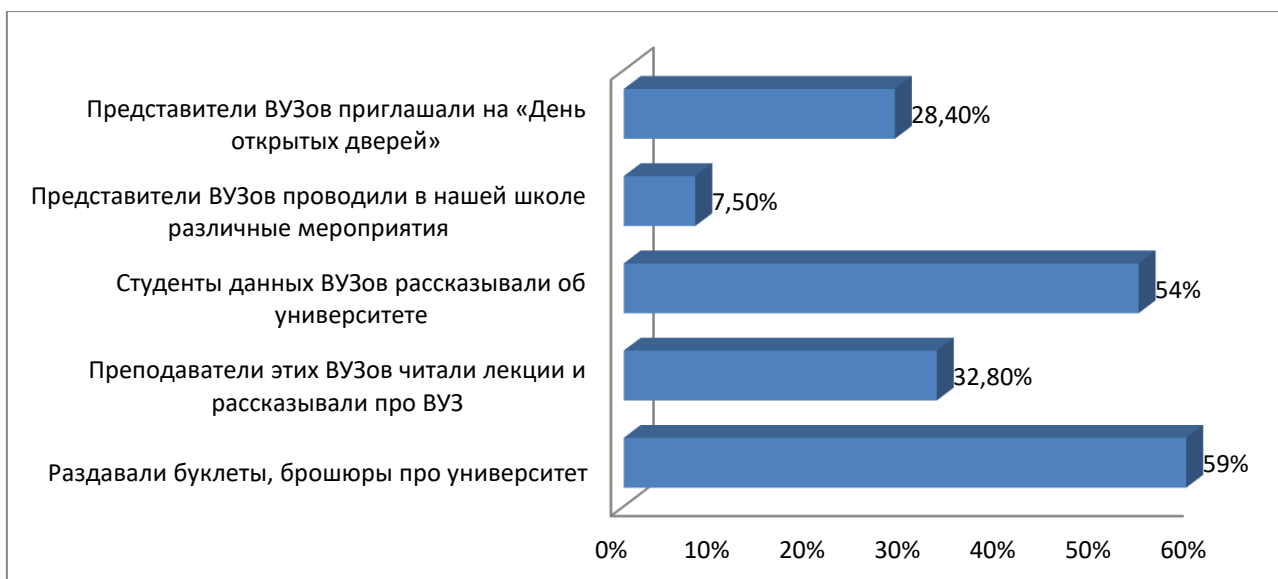
Агитационная работа в школах дает возможность старшеклассникам узнать о различных профессиях, направлениях и ВУЗах. Нередки случаи, когда именно агитация давала возможность определиться с выбором ВУЗа

Диаграмма 5. Проводилась ли агитационная работа различных ВУЗов в Вашей школе?



На вопрос какие именно ВУЗы проводили агитационную работу, 9 человек отметили КГТУ «Манас», НОУ УНПК «МУК» и КГЮА и КНУ отметили по 7 человек, остальные респонденты по 2-3 отмечали такие ВУЗы как КРСУ, БГУ, АУЦА и другие университеты.

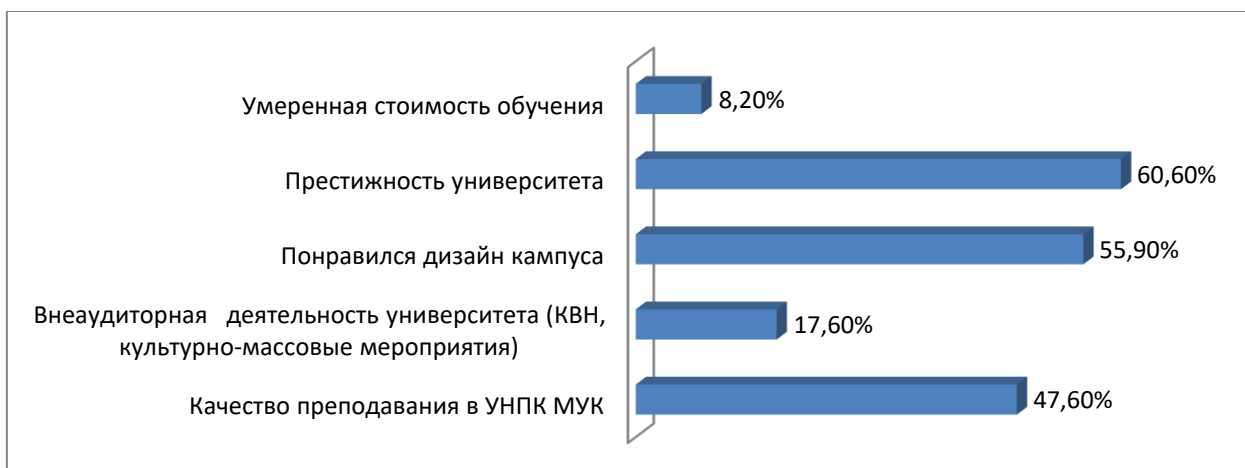
Диаграмма 6. В какой форме проводилась агитационная работа?





Самым распространенным видом агитации студенты назвали раздачу буклетов, брошюр, а так же метод когда студенты учащиеся в данном вузе рассказывают про свое обучение, про специальность.

Диаграмма 7. Факторы, повлиявшие на выбор именно УНПК МУК?

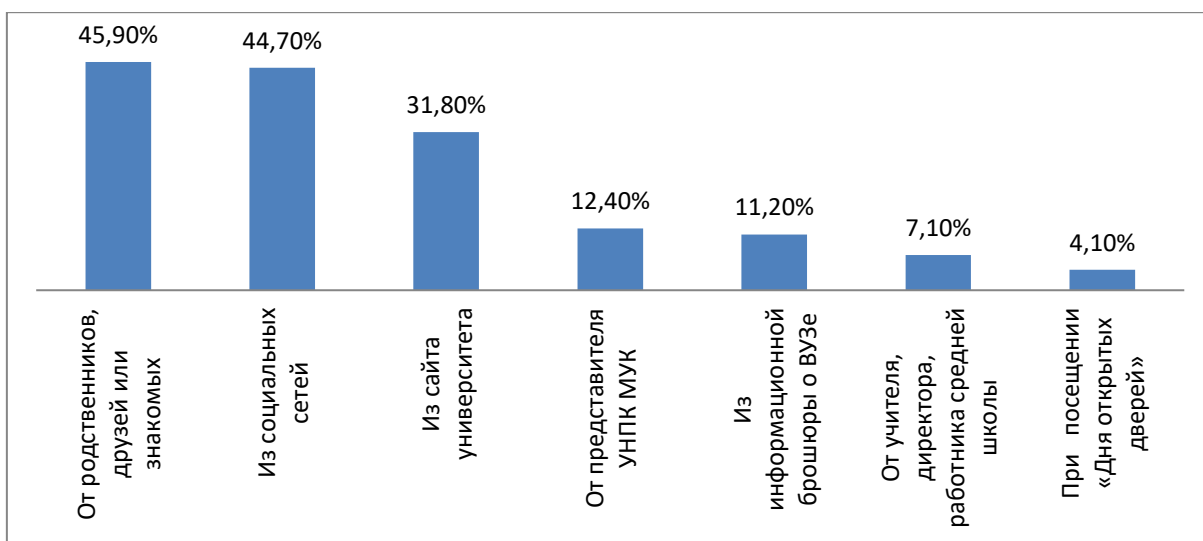


Для большего числа студентов основным фактором повлиявшим на выбор университета был его престиж, что говорит о положительной картине МУК среди вузов КР. Так же важно, что больше половины респондентов отметили дизайн кампуса привлекательным и послужившим причиной того, что они решили учиться в нашем университете. Из этого можно сделать выводы для разработки дальнейшей стратегии профориентации для МУК. Радует тот факт что качество преподавания в вузе тоже послужило причиной выбора именно МУК.

Источники из которых абитуриенты получают необходимую информацию так же играют немаловажную роль. с помощью различной информации можно как привлечь так и потерять абитуриента, поэтому стоит уделять особое внимание этим данным.



Диаграмма 8. Из каких источников Вы узнали об УНПК МУК?

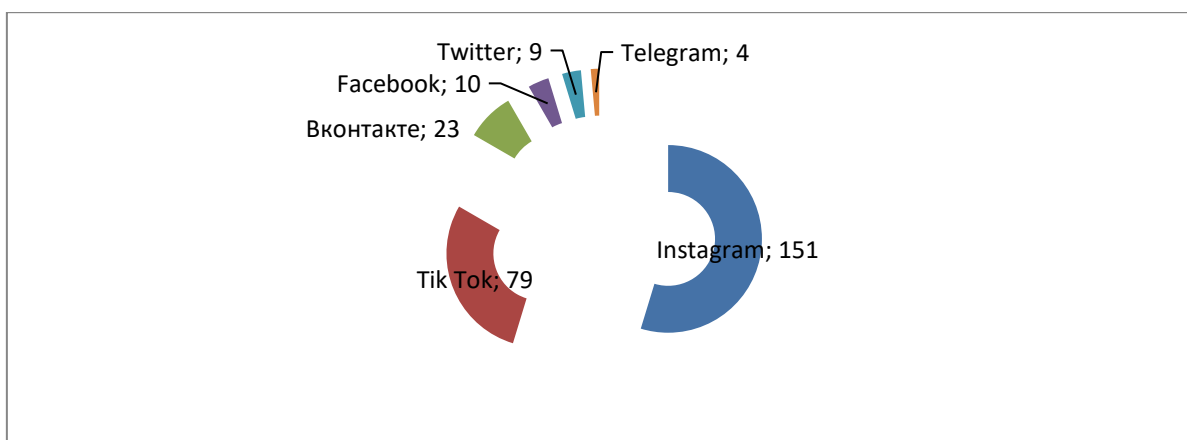


45,9% опрошенных ответили что основным источником информации для них послужили родственники и знакомые. Возможно, эту информацию можно соотнести с информацией по агитации вузов, где 54% ответили что агитацию проводили студенты, обучающиеся в различных вузах. Учитывая тот факт что молодежь больше прислушивается к представителям той же возрастной группы, имеющей тот же интерес, стоит подумать о том, чтобы привлекать студентов для распространения информации о МУК.

Так же немаловажным источником откуда получают информацию потенциальные студенты являются социальные сети и сайт университета. Социальные сети привлекательны тем, что там абитуриент может получить не просто сухую информацию о направлениях но еще и воочию увидеть как проходит студенческая жизнь. Информация в социальных сетях привлекательна тем, что там можно узнать и о внеурочных занятиях и досуге студентов.



Диаграмма 9. Какими социальными сетями Вы наиболее часто пользуетесь?

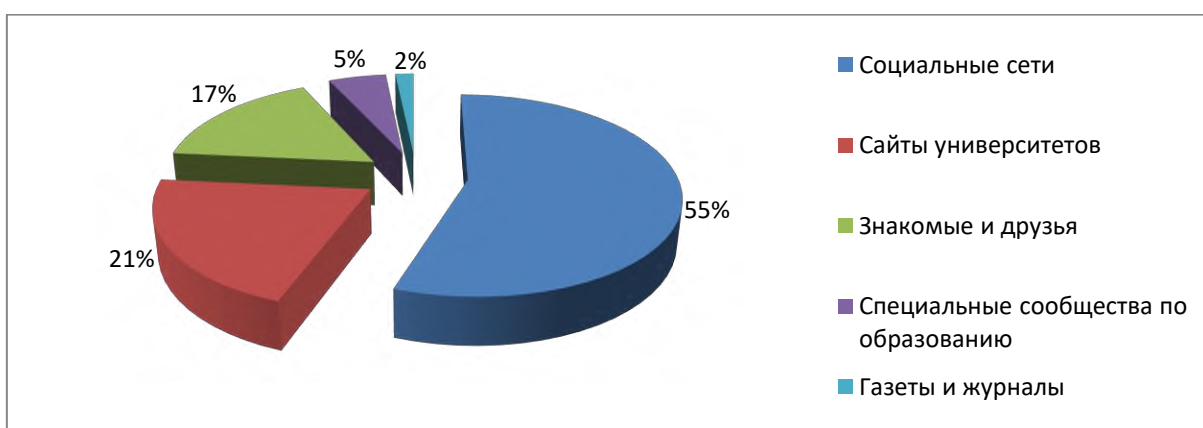


Самыми распространенными социальными сетями которыми пользуются респонденты являются «Instagram» и «TikTok». Преимущества этих социальных сетей в том что там больше визуальной информации и есть возможность на «языке молодежи» донести интересные данные.

Радует тот факт что окончательное решение о выборе университета приняли самостоятельно 71% студентов, на выбор 13,5% респондентов оказали влияние родственники и знакомые.

Современные технологии позволяют получать необъятное количество информации на различные темы, из различных источников и только самому пользователю можно фильтровать и брать ту, которая ему необходима. Так как для студентов наиболее интересной и важной является информация о различных направлениях и возможностях в образовании, мы узнали какими источниками они чаще всего пользуются.

Диаграмма 10. Из каких источников вы чаще всего получаете информацию об образовании (ВУЗах, программах, возможностях)?

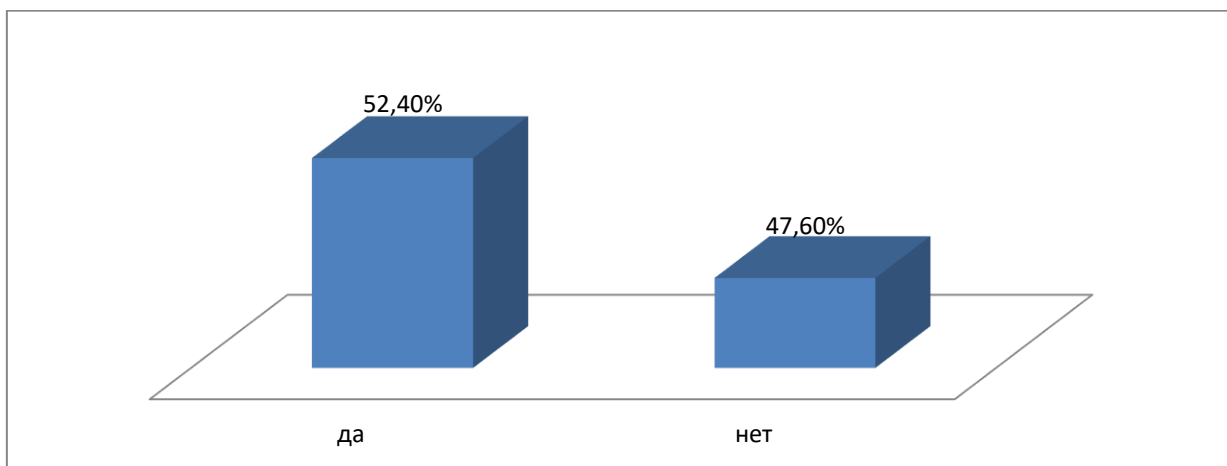




Среди респондентов большая часть информацию получает из социальных сетей и из сайта университета, то есть упор стоит делать на подачу информации онлайн.

Посещение университета так же может стать немаловажным фактором, влияющим на принятие решения об обучении. Дизайн здания университета, условия для обучения студентов, наличие библиотеки, спортивного зала и тд. могут послужить причиной выбора или отказа от университета.

Диаграмма 11. *Посещали ли Вы УНПК МУК перед принятием решения о поступлении?*

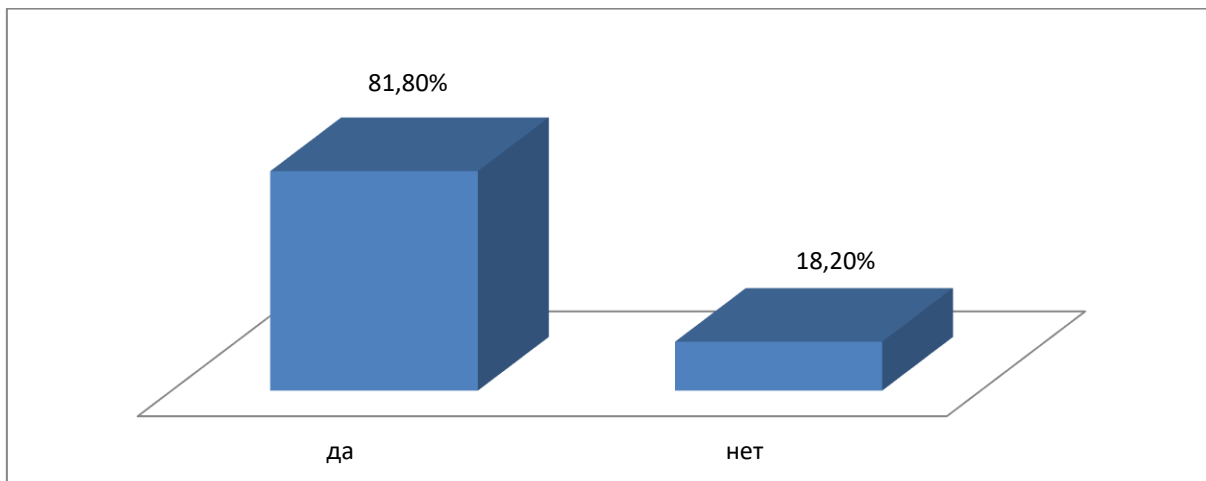


52,4⁰% респондентов посещали университет перед тем, как принять решение о поступлении однако 47,6⁰% приняли решение не посещая ранее МУК.

Работа сайта, его дизайн, актуальность имеющейся там информации важна как для обучающихся студентов и для преподавателей

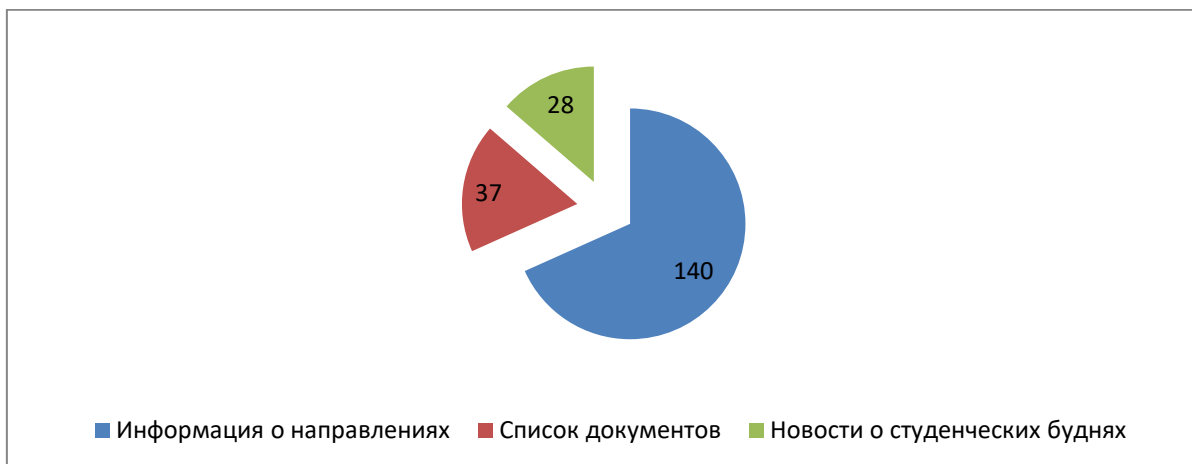


Диаграмма 12. *Посещали ли Вы сайт УНПК МУК перед принятием решения о поступлении?*



Большинство респондентов посещали сайт и искали информацию о направлениях, просматривали необходимый список документов и новости о студенческих буднях.

Диаграмма 13. *Какая информация была наиболее полезна для вас?*



65,3% опрошенных ответили что МУК был их приоритетным выбором при поступлении и выборе вуза.

Выводы:

1. Исходя из анализа данных социологического исследования следует что большая часть студентов обращает внимание на работу приемной комиссии, на то каким образом и как развернуто дают ответы на их



- вопросы, соответственно стоит уделить внимание тому каким образом давать информацию.
2. Большая часть студентов отметили что кроме буклетов и брошюр с информацией о вузах, агитацию проводили сами студенты, обучающиеся в различных вузах. Метод привлечения студентов к агитации может быть действенным, если взять во внимание что они просматривая сайты вузов интересуются студенческими буднями. Непосредственная передача информации о вузе, о специальности и особенностях обучения от студента выпускнику может стать эффективной агитационной методикой.
 3. По итогам исследования выяснилось, что для 55,9% абитуриентов одним из факторов выбора МУК послужил дизайн кампуса. Что наталкивает на идею проводить какие либо мероприятия для старшеклассников в здании вуза.
 4. Для 80% студентов 1го курса основным источником получения информации об образовании, курсах, вузах и тд послужили социальные сети, сайты университетов. Возможно хорошей степенью послужит награждения за развитие страниц социальных сетей студентов и преподавателей.