

MOTIVÁCIA ŠTUDENTOV PRE ŠTÚDIUM NA STU

Správa z kvalitatívneho prieskumu



Február 2017. Pripravené exkluzívne pre Slovenskú technickú univerzitu.

- I. O projekte
- II. Executive Summary
- III. Predchádzajúce vzdelanie
- IV. Ideálna univerzita
- V. Faktory rozhodujúce o výbere VŠ
- VI. Imidž a vnímanie technických univerzít
- VII. Odporúčania



Ciele prieskumu

- Voľba vysokoškolského štúdia, rozhodovací proces
- Imidž technických univerzít na Slovensku a v ČR

Metodológia

- Skupinové rozhovory v dĺžke do 120 min.
- Veľkosť vzorky: 6 skupinových rozhovorov

Cieľová skupina

- Študenti 3./4. ročníka SŠ plánujúci vysokoškolské štúdium technického smeru

Realizácia

- Banská Bystrica, Bratislava, Košice, Trnava, Žilina
- 9. – 14.2. 2017



Executive summary

Executive Summary/ 1

- Základné školy navštevujú v mieste bydliska, obvykle štátne. Pre časť je témou v piatom ročníku voľba, či ostať alebo ísť na osemročné gymnázium.
- SŠ: je voľba medzi istotou/uplatnením sa po škole alebo nadstavbou ZŠ. Vplyv na výber konkrétnej školy majú do veľkej miery rovesníci a reputácia SŠ.
- **Pri výbere VŠ zohrávajú najvýznamnejšiu rolu kritériá:** potenciálne uplatnenie sa pri voľbe odboru a osobná skúsenosť alebo referencie pri výbere konkrétnej univerzity. Podporené to sú prepojenie štúdia s praxou, potenciálne uplatnenie sa s primeraným príjmom.
- Silný vplyv na vnímanie a výber vysokej školy má osobná skúsenosť/ návšteva školy, referencie. *(„UMB, lebo som tam bola na DOD a vyzdvihovali, aká je to dobrá škola, páčilo sa mi tam“)*
- Smer informatika sa dostal do pozície akejsi nadstavby nad gymnáziom = všeobecné, univerzálne využiteľné a vyššia pravdepodobnosť uplatnenia sa.
- Od štúdia v zahraničí si sľubujú lepšie uplatnenie (vyššia kvalita škôl, zohľadnenie zo strany potenciálnych zamestnávateľov na Slovensku). Niektorí uvažujú o dočasnom odchode, iní to vidia ako cestu/ prostriedok ako odísť do zahraničia natrvalo.

Executive Summary/ 1

- ČR je riešením hlavne pre tých, ktorí chcú ísť do zahraničia, ale nevedia jazyk.
- Mínusom STU v porovnaní s českými univerzitami je okrem predpokladanej úrovne univerzity aj exteriér/ dizajn (pôsobí nedomodne) a Bratislava ako mesto.
- Moderný exteriér českých univerzít automaticky predpokladá aj moderný prístup v iných smeroch.
- *„Celkovo je to tak, že v Čechách sú hotely a u nás sú motely.“* (emocionálny postoj vyplývajúci nielen z informácií o školách, ale aj z postoja ku krajine, vnímaní jej fungovania a pod.)
- Negatívne je vnímané na STU tzv. „sito“ v priebehu štúdia, ktoré je dôsledkom nielen náročnosti štúdia, ale aj jeho dostupnosti pre študentov, ktorí o daný odbor nemajú reálny záujem, resp. majú skreslené očakávania.
- Komunikácia benefitov štúdia na Slovensku/ na STU má potenciál už pred maturitným ročníkom, ešte v štádiu váhania, hľadania potenciálnych možností.
- Minimálna pravdepodobnosť oslovenia: ambicióznejší študenti rozhodnutí ísť do zahraničia, študenti hľadajúci školu iba kvôli diplomu (náročné štúdium).

Typy študentov z hľadiska výberu na VŠ/ aktuálnej fázy výberu

Rozhodnutí študenti (7)


- Aktívni študenti (maturanti), ktorí majú vyhranenejšie záujmy, vedia, aký smer chcú študovať a väčšinou aj kde.
- Aktívny prístup k výberu školy: veľtrhy, DOD, aktívnejší prístup aj v skorších ročníkoch.
- Majú prehľad o jednotlivých VŠ, vedia definovať ich silné/ slabé stránky.

Váhajúci študenti (19)

- Majú predstavu, ktoré oblasti by chceli študovať, ale nevedia sa rozhodnúť, často dilemy medzi „zaujímavý“ a „perspektívny“.
- Ohľadne konkrétnej VŠ: skôr zvažujú, či zostať doma alebo ísť preč, ak preč, Slovensko verzus zahraničie.
- Nejasne formované záujmy.

Nerozhodnutí študenti (13)

- Väčšinou ide o tretiakov, ktorí zatiaľ nie sú pod časovým tlakom. Ale aj štvrtáci, ktorí stále nevedia, čo by chceli.
- Zatiaľ vedia viac zadefinovať, čo študovať nechcú alebo na čo nemajú vloh ako to, čo chcú.
- Postupné mapovanie možností, získavanie informácií prevažne WoM.

 **Ešte stále je potenciál osloviť váhajúcich a nerozhodnutých študentov v maturitných ročníkoch, ktorí sa dostávajú pod časový tlak. Rizikom je „získanie“ študentov, ktorí nemajú o odbor reálny záujem.**

Predchádzajúce vzdelanie

Predchádzajúce vzdelanie

Základné školy

- Väčšina respondentov navštevovala **štátne základné školy** v mieste bydliska. Väčšiu pozornosť voľbe ZŠ venovali niektorí až pri možnosti navštevovať osemročné gymnáziá (mimo KE, ZA).
- **Motivácia pre osemročné gymnáziá:** iniciatíva rodičov, vplyv spolužiakov. Časť študentov nakoniec prestúpila na klasické štvorročné gymnáziá.
- **Mimoškolské aktivity:** športy, ZUŠ (kresba, spev...), tanec, zriedka iné aktivity. Inšpiráciou sú rodičia, rovesníci, vlastné vloh, ale aj ponuka na školách.
- Väčšina študentov má dojem, že aj v priebehu základnej školy sa rozhodovali sami a rodičia ich podporovali v tom, čo si vybrali. Väčší vplyv na nich mali rovesníci.



Stredné školy

Gymnázia: motivácia

*„jedna z mála výhod je,
že nás naučia učiť sa“*

- Nerozhodnosť, nevedia, čo by chceli študovať.
- *„nevedel som, kam mám ísť, tak gymnázium“*
- *„mama chcela, aby som mala odbor, ale ja som nevedela, čo chcem robiť“*
- „Predĺženie“ ZŠ a potenciálna príprava na VŠ.
- *„išlo nás tam z triedy osem, brali sme to tak, že to bude len ťažšia základná“*
- Výber na základe referencií, voľby kamarátov/ spolužiakov, súrodencov, jazyky (bilingválne).
- Niektorí išli na bilingválne 5 ročné gymnázia, aby odišli zo ZŠ skôr.
- Benefitom je aj prijatie na základe monitoru.

Odborné školy

- **Motivácia:** istota, „remeslo v rukách“, slabšie výsledky na ZŠ, spolužiaci/ kamaráti, iné predmety ako na ZŠ.
- Výber ovplyvnený rodinnou tradíciou, kamarátmi, záujmom, prijatím na základe prijímacích skúšok (ak mali viac prihlášok).
- Celkovo sú študenti spokojnejší, majú väčšiu istotu, nie sú pod tlakom ohľadne štúdia na VŠ.

 Niektorí študenti voľbu gymnázia spätne ľutujú, teraz „musia“ ísť na VŠ. Paradoxne sú aj takí, ktorí navštevujú gymnázium po neúspešných pohovoroch na odborné školy (Trnava).

Predchádzajúce vzdelanie

Príprava na vysoké školy

- Takmer nikto z respondentov **neabsolvuje žiadnu špeciálnu prípravu na VŠ**. Nepriamo je ňou voľba seminárov na gymnáziách.
- Časť uviedla, že voľba štúdia sa formovala už v prvých ročníkoch, naopak u niektorých maturantov len pred pár týždňami.
- Rola študijných poradcov pri výbere školy je minimálna, často sú to bežní učitelia, ktorí nie sú kompetentní reálne poradiť, nasmerovať študentov.
- Informácie a testy, ktoré na niektorých gymnáziách robia, im dajú iba informáciu o predpokladoch na širokú oblasť vzdelávania. (Test študijných predpokladov, Profesionálne testy realizované externými psychológmi)
 - *„psychologička mi povedala 3 oblasti, úplne rozdielne, na ktoré by som mohla ísť a mám si vybrať“*
 - *„verdikt mi veľmi nepomohol, povedala, že mám na to, ísť na VŠ“*
- Na niektoré školy sa chodia VŠ predstavovať: okrem Trnavy to spomínali v každom meste, nie len škola samotná, ale aj agentúry sprostredkujúce štúdium v zahraničí. (príklady: FCHPT STU, UPOL, TU, TU KE, TU v Žiline...)

Ideálna univerzita

Ideálna univerzita

PT koláže

Atmosféra:

Celkový dojem z univerzity na základe jej prezentácie a referencií

Do istej miery k nej prispieva aj postoj a prístup pedagógov

Dobry kolektív, spokojní študenti

Škola ako hardvér:

Atraktívne prostredie (hlavne dievčatá)

Moderné vybavenie a technológie

Knižnice priamo na školách

Komfortné posluchárne



Voľnočasové aktivity:

Priestory ako klubovne/ priestory na relax,
športoviská...

Jedálne, bufety, káva zadarmo

Dostupné a moderné internáty

Škola/ vzdelanie ako softvér:

Rozumný/ flexibilný rozvrh s priestorom
na brigády a iné aktivity

Prepojenie teórie s praxou

Cudzie jazyky a výučba v cudzích jazykoch

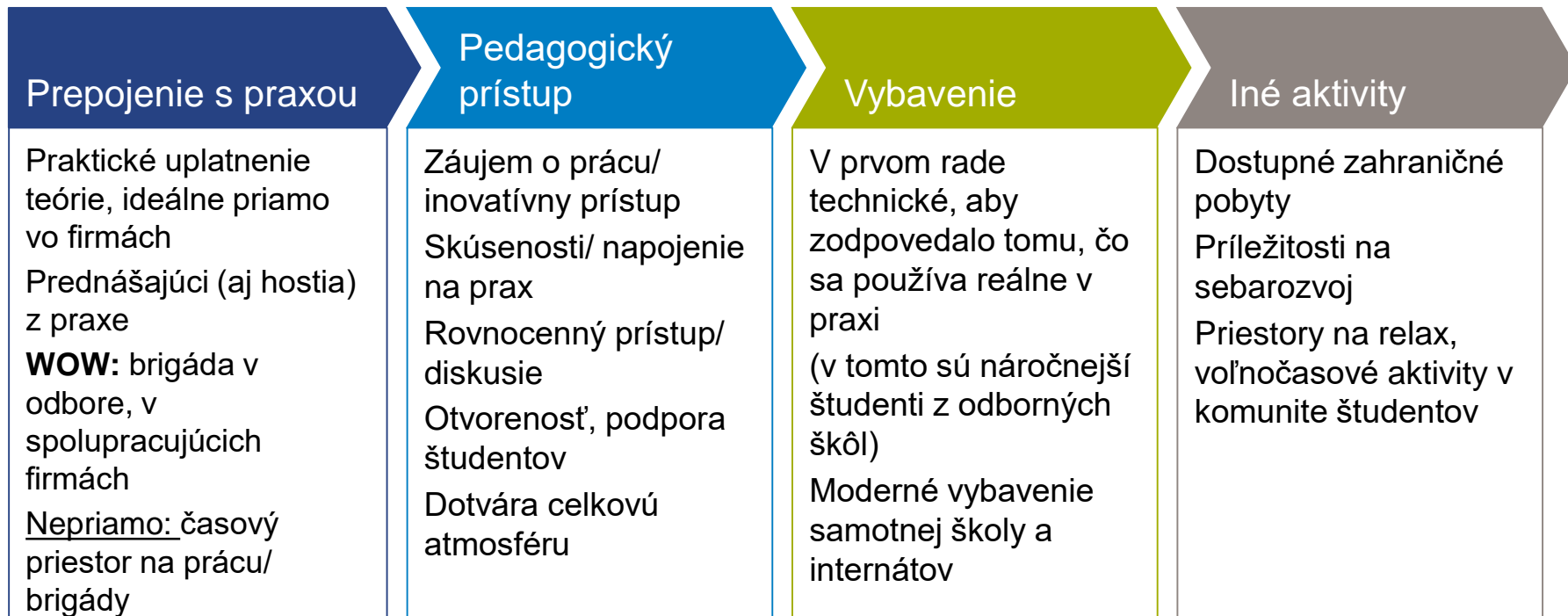
Pedagógovia a ich prístup k študentom

Interaktívne štúdium, diskusie, rovnocenný prístup

Uplatnenie v praxi

Zahraničné stáže a hosťujúci profesori

Kľúčové faktory v detailoch



Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Proces výberu VŠ pred samotným podaním prihlášky

Najmä gymnazisti, ktorí sú otvorení viacerým smerom a nemajú vyhranené záujmy. Uplatňujú aj vylučovaciu metódu a očakávajú nejaký impulz zvonku. Prevažne tretiaci, ale aj niektorí maturanti.

Návšteva konkrétnej školy (DOD), web stránok, sociálnych sietí. Cielené získavanie referencií a informácií o škole.

Zvažovanie vlastných možností a predpokladov

Orientácia na trhu škôl

Overovanie podmienok na konkrétnych školách



Potenciál zaujať, dostať sa do zvažovaných alternatív/ relevant setu.

Mapovanie možností, diskusie, referencie prevažne náhodné, veľtrhy VŠ...
Skúsenosti a kontakt s odborom získavajú aj prostredníctvom brigád, pracovných skúseností. → kombinácia prax a štúdium

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Spontánne menované faktory a dilemy, ktoré riešia

Miesto univerzity

- Ostať v rodnom meste (komfort, cena, sociálne prostredie) verzus odísť (osamostatnenie sa, zmena).
- Slovensko verzus zahraničie (bez jazykových znalostí ČR, hlavne z bilingválnych gymnázií aj iné krajiny).

Voľba smeru/ odboru

- Vlastné záujmy/ danosti verzus potenciálne uplatnenie a finančné ohodnotenie.
- „*psychológia by ma bavila, ale informatika je kvôli peniazom*“, „*ja by som chcel ísť na nejakú technickú s počítačmi*“
- Voľba medzi fakultami, ktoré ponúkajú rovnaký odbor (UK verzus STU, fakulty STU...).

Prijímacie pohovory

„ak tam nie sú prijímacie pohovory, potom tá škola vyzerá, že zoberie každého, asi nie je taká kvalitná“

- Viacerí ešte nemajú prehľad o tom, či na konkrétne školy sú alebo nie sú PP.
- Nie sú bariérou, ale jedna z potenciálnych možností by mala byť bez PP (istota).
- Z pohľadu niektorých majú školy bez prijímačiek nižšiu hodnotu, resp. sa spájajú so sitom a menšou pravdepodobnosťou ukončenia štúdia.

Prepojenie s praxou

- Očakávania: štúdium prepojené na reálnu prax, pedagógovia s praktickými skúsenosťami, hosťujúci prednášajúci ...
- Štúdium zodpovedajúce moderným trendom a reálnym požiadavkám na trhu práce.

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Spontánne menované faktory a dilemy, ktoré riešia

Meno univerzity/ imidž

- Prvý dojem, atraktivita školy (očakávaná nastavená aj z filmov o študentoch).
- Prepojené s referenciami (na atmosféru, na prístup pedagógov...), kamaráti na škole.
- Do istej miery spojené aj s náročnosťou štúdia.
- Možnosti mimo štúdia, ktoré ponúka.

Financie

- Štúdium v zahraničí je vnímané ako finančne náročnejšie.
- Financie = ubytovanie, strava, cestovanie, skriptá, príp. poplatky za školu, roaming.
- Financie sú témou pre tých, ktorí plánujú dochádzať, či už v rámci Slovenska alebo inam.

Vybavenie školy

- V technických oblastiach automaticky očakávajú moderné vybavenie zodpovedajúce súčasným trendom (hlavne študenti odborných škôl).
- Možnosti mimoškolských aktivít (športové areály).

Osobné skúsenosti

- Prezentácia na SŠ, veľtrhy (!!! Pozor môže mať aj negatívny dopad).
- Osobná návšteva školy (DOD, prednášky) – silný vplyv na vnímanie školy.
- *„napr. tá v BB je jediná, ktorá sa môže porovnávať so zahraničnými univerzitami, aspoň tak nám to tam rozprávali... Viete si spraviť aj titul zo zahraničnej univerzity“*
- Letná univerzita.

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Faktory podporene (zoradené podľa významu): top faktory

Previazanosť s praxou

- **!!! Aby obsah vzdelania zodpovedal potrebám reálnej praxe.**
- Výber fakulty hlavne na základe referencií a osobnej skúsenosti.
- Možnosť aplikovať teóriu v reálnej praxi, stáže u potenciálnych zamestnávateľov.
- Prednášajúci z praxe.
- Z násobuje možnosti uplatnenia sa.
- Spolupráca na projektoch.

Uplatnenie

- Voľba odboru, sekundárne fakulty.
- **Cieľ:** istota, že nájdu zamestnanie.
- **Odbory:** informatika, technika, automobilový priemysel, medicína...
- *„je po tom dopyt a je to dobre platené“*
- Príležitostne zaregistrujú štatistiky, viac ide o WoM, povedomie o trhu.
- **Potenciál:** zverejnené štatistiky z portálov o ponuke zamestnania, spolupráca s HR agentúrami.

Potenciálny príjem

- Taktiež voľba odboru, sekundárne štúdium doma alebo v zahraničí.
- Spája sa s odbormi, po ktorých je dopyt (predošlý faktor).
- **2 postoje:**
 - a) irelevantné/ primárny je záujem o štúdium
 - b) veľmi dôležité (*„keď už idete študovať a zabijete tým niekoľko rokov, nech to za to stojí“*).

➔ Celý prieskum vrátane spontánnych vyjadrení potvrdzuje význam týchto faktorov. Cieľom by malo byť nájsť vhodnú formu komunikácie a odlišenia sa, keďže ide o faktory, ktoré naplňajú viaceré univerzity.

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Faktory podporene (zoradené podľa významu)

Technická vybavenosť

- Voľba fakulty, špeciálne informatika, technológie.
- Vypovedá to aj o prepojení s praxou, používanie aktuálnych technológií.
- Sprostredkovať počas DOD, cez videá.
- Priamy odraz na vnímaní kvality a imidžu univerzity.

Stáže v zahraničí

- Očakávanie od VŠ.
- Pridaná hodnotu, ale nie v momente výberu školy, skôr v priebehu štúdia.
- Atraktívne: dvojité diplomy zo spolupracujúcich univerzít, stáže v zahraničí.
- Skôr pre ambiciózných študentov.

Celkový imidž/ úspešní absolventi

- Meno univerzity, tradícia.
- *„keď niekomu poviem, čo som študoval, aby vedel o čom to je“*
- Referencie súčasných študentov a ich uplatnenie v praxi. Úspešných absolventov registrujú na DOD.
- *„referencie ľudí, či to nebudú zabité roky“*
- Negatívne vnímané na Slovensku: **PEVŠ**, UMB (BB), private VŠ.
- *„škola, ktorá pracuje na imidži, na tom ako vyzerá, chce ísť dopredu, nezaspali dobu“*

 **Celkový imidž ako kvalita vzdelania, atraktivita pre potenciálnych zamestnávateľov a pod. dotvárajú aj faktory ako vybavenosť (nie len technická) a spolupráca so zahraničím.**

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Faktory podporene (zoradené podľa významu)

Vybavenosť

- Nediferencuje, dotvára to imidž univerzity a podporuje emotívny postoj.
- Pre študentov na internátoch, umožňuje využiť voľný čas v rámci školy.
- Dopyt po „relaxačných“ priestoroch/ klubovniach.
- *„ak má škola niečo navyše, je to plus“*

Ranking univerzity

- Len časť študentov si reálne pozrelo zverejnené rankiny.
- Primárne je to téma WoM/ referencie súčasných a bývalých študentov.

Multimediálne štúdium

- Ťažšie predstaviť faktor (nepoznajú videá VUT Brno).
- Nemá motivačný potenciál, ale môže dotvoriť imidž.
- Online prednášky, testy.
- *„kontakt so štúdiom, aj keď som chorý“*

Mesto

- Dilemou je Slovensko a zahraničie. Na Slovensku vyberajú podľa „mena“ univerzity.
- V zahraničí aj cenová dostupnosť.
- Rodičia: sekundárna rola pri postoji pre a proti.
- Motivácia k odchodu z domu je okrem vzdelania aj dostupnosť pracovných príležitostí aj zmena prostredia, samostatnosť.

 **Faktory, ktoré sú pridanou hodnotou, ktorá môže podporiť emotívny postoj a vnímanie atmosféry na univerzite.**

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Faktory podporene (zoradené podľa významu)

Podieľanie sa na výskume

- Nie je témou pred nástupom na VŠ.
- V rovine v akej si to vedia predstaviť ide viac-menej o previazanosť s praxou a rovnocenným prístupom.

Internáty

- Významný faktor, ale automaticky počítajú s alternatívou zdieľaných privátov. (vychádzajú zo sprostredkovaných skúseností)
- Niekedy sú priváty aj cenovo výhodnejšie.
 - „rozdiel je 20 EUR“
- Bonus navyše, ale nie rozhodujúce kritérium.

Voľnočasové aktivity

- Súčasť imidžu a atmosféry.
- „je to taká čerešnička“
- Pre niektorých sú potenciálne atraktívne aj športové tímy.
- Na Slovensku to vnímajú ako nereálne, v BB poznajú hokejové tímy, americký futbal.
- Nie sú lákadlom.



 Faktory, ktoré zohrávajú rolu až po voľbe univerzity, môžu ovplyvniť výber pri prijatí na viaceré školy, keď začnú porovnávať details.

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Štúdium v Českej republike/ Brne

„pre niektorých je to vec princípu, neviem síce jazyk, ale chcem študovať v zahraničí“

Benefity

- **Štúdium v zahraničí**, očakávajú lepšie uplatnenie na Slovensku alebo priamo v ČR, vyššie ohodnotenie. → zvyšovanie vlastnej hodnoty na trhu práce
 - „*keď budem hľadať zamestnanie, možno zaváži, že som študoval v zahraničí, v Brne*“
 - Pre niektorých ako „prestupná stanica“, potenciál dostať sa z krajiny.
 - Cesta osamostatnenia sa, získania skúseností, potreba zmeny.
 - Nie je jazyková bariéra ako v iných krajinách. Silná komunita Slovákov.
 - Vyšší ranking univerzít = **vyššia kvalita vzdelania**.
 - „*podľa mňa by vám každý na Slovensku povedal, že je lepšie študovať v zahraničí, že viacej získam*“

Nedostatky

- Nákladnejšie štúdium.
- Vyššia kvalita = náročnejšie štúdium, ktoré zaberie viac času.
- Strata kontaktov, pretrhnutie sociálnych väzieb.
- Adaptácia v novom prostredí.

 **Hlavný argument = kvalitnejšie vzdelanie znamená lepší potenciál uplatniť sa a byť adekvátne ohodnotený. Vzdelanie pre náročnejších študentov, ktorí sú ochotní aj viac obetovať.**

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Štúdium na Slovensku

Benefity

- Sociálne zázemie (rodina, priatelia), ak ostávajú doma, emocionálna podpora. Blízke prostredie.
- Závazky: koníčky, práca.
- Finančná úspora.
- Pokiaľ ide o „rodné mesto“, tak aj časová úspora a viac času na iné aktivity.
- Potenciál zmeniť niečo v našej krajine (viac názory rodičov).
- Ostatné aspekty: zdravotná starostlivosť... (jazyková bariéra).

Nedostatky

- Nižšia úroveň VŠ ako v zahraničí.
- *„ak má na to človek inteligenciu, nech ide do zahraničia“*
- Predpokladaná menšia hodnota na trhu práce v porovnaní s diplomom zo zahraničia.
- Zotrvávanie v závislosti od rodičov, ak ostanú doma.

 **Potenciálne by mohla byť argumentom porovnateľná kvalita vzdelania a budovanie kariéry, perspektívnych kontaktov už počas štúdia.**

Faktory rozhodujúce o výbere VŠ

Deklarované motívy pre zotrvanie na Slovensku

Istota uplatnenia sa	Zabezpečiť študentom prácu po ukončení VŠ/ garancie → komunikovanie spolupráce so silnými a perspektívnymi zamestnávateľmi.
Kontakty	Postupné budovanie kontaktov a teda aj kariéry v odbore už počas štúdia cez prax, brigády, podieľanie sa na reálnych projektoch.
Sociálne aspekty	Sociálny kontext: mimoškolské kontakty so súčasnými priateľmi, podpora rodiny.
Čas na voľnočasové aktivity	Menej vynaloženého času na cestovanie, možnosť venovať sa zaužívaným činnostiam, záujmom.
Financie	Kvalitné a perspektívne štúdium pri nižších nákladoch. Napr. cestovanie, v rámci Slovenska zadarmo. Jediné v Žiline spomínali aj tému štipendií.

Imidž a vnímanie technických univerzít



Univerzity

- Prezentácie na SŠ, exkurzie
- Veľtrhy vysokých škôl
- Návšteva školy/ Dni otvorených dverí
- Web stránka, sociálne siete (obvykle, ak už majú nejaké vyhladené)
- Letná univerzita pre SŠ študentov/ pobyt na VŠ
- Prednáška pre SŠ (TU KE)

Referencie

- Referencie a upozornenia rodičov na konkrétne školy
- Referencie rovesníkov priame alebo na sociálnych sieťach
- *„tam človek získa najviac informácií“*
- Referencie aktuálnych študentov na veľtrhoch

ATL komunikácia

- Minimálny záchyt kampaní (skôr internet, FB), častejšie súkromné VŠ/ PEVŠ, ale aj UNIZA, Masarykova univerzita, TU KE...
- Promo videá (hodnotenie: atraktívne aj nepýtavé)

Internet

- Portál: www.portalvs.sk
- Sociálne siete (mimo VŠ)
- Rankingové rebríčky (zriedka)

Slovenská technická univerzita (projektívna technika)



- Staršia/ tradičná budova až retro, ale vnútri moderná
- Priemer/ štandard, „zlatá stredná cesta“ pre študentov, ktorí chcú aj pracovať, odmietajú cestovať
- Dobrý prístup zo strany pedagógov/ osobná skúsenosť
- Na základe množstva študentov neočakávajú kvalitný prístup/ logický predpoklad
- „má to celkom úroveň, ale na tie české sa to neťahá“*
- Povrchnosť, nedotiahnuté služby

Silné a slabé stránky STU z pohľadu potenciálnych študentov

Silné stránky

- Meno univerzity/ tradícia, na Slovensku v pozícii lídra
- Potenciálne uplatnenie v praxi (hlavné mesto, viac pracovných možností)
- Moderné vybavenie
- Dostupnosť (vlaký pre študentov zadarmo), hlavne zo stredného Slovenska
- Bratislava ako mesto (viac možností, dostupnosť – Viedeň, letisko, kultúra...)
- Absencia prijímacích pohovorov = istota

Slabé stránky

- Tzv. „sito“ (ToM asociácie) = náročnosť štúdia, prísni profesori (referencie)
- *„veľa sa hlási a polovica ostane sklamaná“*
- Nižšia úroveň v porovnaní so zahraničnými školami (predpokladaná)
- *„pozerala som ratingy a STU je nižšie ako univerzity v Čechách“*
- Pre niektorých študentov mimo BA je to aj samotné mesto Bratislava
- *„Blava ma celkovo odpudzuje ako mesto“ (BB)*
- Absencia prijímacích pohovorov = škola pre všetkých/ masový prístup
- Internáty (Mlyny), drahé prenájmy bytov

Imidž a vnímanie technických univerzít

Ostatné relevantné univerzity



Univerzita Komenského/ FMFI UK

- Náročná škola
- Stará, tradičná univerzita, síce zlé prostredie, ale kvalitný prístup

VUT Brno

- Atraktívne prostredie a moderné vybavenie, imidž zahraničných univerzít, spolupráca so zahraničím
- Ambicióznejší študenti, ktorým záleží na tom, čo vyštudujú

Masarykova univerzita

- Moderná univerzita s tradíciou (dobré meno)
- Zahraničná univerzita = predpoklad vyššej kvality

TU ZA

- Tradícia, moderné technické vybavenie, ale menšie uplatnenie v praxi (mimo ZA, tí naopak vnímajú spojenie s praxou, ale fokus na dopravu)
- Lokálna univerzita s nižším renomé pre študentov odmietajúcich mainstream, uprednostňujúcich menšie mesto, dostupnosť

Imidž a vnímanie technických univerzít

Ostatné relevantné univerzity



UMB

- V BB vnímaná negatívne, devalvovaná
- V KE, ZA pozitívny prístup na základe dojmu z DOD, dostupnosť

TU KE

- Škola zvonku stará, neatraktívna, ale niektoré fakulty moderné
- Škola z pohľadu Košičanov rovnocenná s STU, zlatá stredná cesta
- Kybernetika, robotika, spolupráca so zahraničím

Odporúčania na základe kvalitatívnej fázy

SWOT analýza pre STU

Imidž/ meno na Slovensku
Bratislava: potenciálni zamestnávateľia,
uplatnenie, pre niektorých aj hlavné mesto
Technické vybavenie

Silné stránky

Celkovo nižšia atraktivita slovenských univerzít
Náročnosť štúdia v porovnaní s netechnickými
smermi
STU nie dostatočne vymedzené voči TU KE, ZA

Slabé stránky

Príležitosti

Nová forma komunikácie z hľadiska spracovania/
zapojenie súčasných študentov
Priamy kontakt s potenciálnymi študentmi
Posilnenie celkového imidžu

Riziká

Pasivita študentov/ nutnosť dostať k nim
informácie
Pri absencii PP oslovenie neperspektívnych
študentov

Testované hypotézy

Je imidž českých univerzít významným faktorom?

- Áno, imidž a vybavenie sa automaticky spájajú s predpokladom vyššej kvality.
- ČR = zahraničie = vyšší ranking = vyššia pravdepodobnosť uplatnenia v praxi. (okrem Košíc)

Je prepojenie na prax významným faktorom?

- Áno, ale je to všeobecne platné pre technické smery, hlavne informatiku.
- Potenciál: prax počas štúdia = budovanie kariéry. Intenzívnejšia komunikácia tohto faktoru.

Je STU vnímaná ako líder na Slovensku?

- Áno, ale nezodpovedá tomu miera komunikácie a osobné skúsenosti s inými univerzitami to môžu ohroziť. (okrem Košíc a Žiliny, nevidia rozdiel medzi „ich“ univerzitami a STU)

Odporúčania na základe kvalitatívneho prieskumu

Odporúčania pre:

Komunikačné kanály

- Internet (odkazy a reklamy na portáloch pre mladých)/ **inovatívne spracovanie**
- Sociálne siete, aktívna komunikácia orientovaná na študentov, študentský život, aktuálne aktivity, snaha o virálnu komunikáciu
- Stredné školy, snaha osloviť aspoň tie otvorené spolupráci, vrátane odborných škôl
- Veľtrhy, klásť dôraz na to, kto školu prezentuje a akým spôsobom
- Dôraz na audiovizuálnu stránku

Odporúčania na základe kvalitatívneho prieskumu

Odporúčania pre:

Komunikovaný obsah

- Najmä potenciálne uplatnenie sa na trhu práce s adekvátnym ohodnotením
- Možnosť budovať si „kariéru“ už počas štúdia
- Komunikovať obsah najmä vizuálne, ukázať o čom je konkrétny odbor, jeho atraktívne stránky (nie popisom)
- Komunikovať už smerom k mladším ročníkom, zaujať ich konkrétnymi aktivitami/ projektmi (možno ich priamo zapojiť)

Odporúčania na základe kvalitatívneho prieskumu

Odporúčania pre:

Komunikáciu aktivít

- Letné univerzity pre potenciálnych študentov (okrem jedného respondenta to nepoznal nikto)
- Deň na STU aj mimo univerzity/ reálna skúsenosť

Iné odporúčania na potenciálne otestovanie v kvantite

Identifikácia predpokladov

Pre nerozhodných študentov napr. v rámci DOD pomôcť identifikovať, ktorý technický odbor by bol pre nich najvhodnejší pomocou testov alebo osobnej konzultácie.

Lokálna konkurencia

Vymedzenie sa voči slovenským školám, intenzívnejšie aktivity v mestách, kde prichádza do úvahy pri voľbe viac možností.

Zahraničná konkurencia

Vymedzenie sa najmä voči českým školám, intenzívnejšia komunikácia aj na západnom Slovensku.

Komunitný marketing

Vytvorenie komunitného ducha a podporenie celkovej atmosféry. Priestor aj cez FB, komunitné hry...

Zapojenie stredoškolákov

Existujúce aktivity + hľadanie ďalších potenciálne atraktívnych projektov, sprístupnenie kontaktu. Vytvoriť osobný kontakt. Online hry.

GfK. Growth from Knowledge



GfK

Račianska 153 / Reding Tower 2

831 54 Bratislava

Slovak Republic

www.gfk.com/sk