



UMCS

UNIwersYTET MARIi CURIE-SKŁODOWSKIEJ
W LUBLINIE

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Wewnętrzny System Zapewnienia Jakości Kształcenia

Ankieta dla przyjętych na pierwszy rok studiów w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Raport z badania

Opracowanie:

Biurow ds. Analiz Jakości Kształcenia

Centrum Kształcenia i Obsługi Studiów



Spis treści

Wprowadzenie	3
Struktura grupy respondentów	4
Źródła informacji o ofercie dydaktycznej UMCS	9
Czynniki wpływające na wybór studiów w UMCS	10
Działania promocyjne	11
Czynniki wpływające na wybór kierunku studiów	14
Podsumowanie	16
Wnioski	17
Aneks	18

Wprowadzenie

Na podstawie Zarządzenia Nr 33/2014 Rektora UMCS z dnia 29 maja 2014 r. w sprawie *prowadzenia badań jakości kształcenia w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*, w okresie od 3 do 23 października 2016 roku przeprowadzone zostało badanie ankietowe dla osób przyjętych na I rok studiów. Celem procesu badawczego było pozyskanie opinii osób rozpoczynających studia na danym kierunku na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Badanie miało charakter ilościowy i zrealizowane zostało z zastosowaniem techniki CAWI (Computer Aided Web Interview) - opierającej się na elektronicznym kwestionariuszu ankiety, umieszczonym w powiązanej z systemem USOS, aplikacji Ankieter. Zaproszenia do udziału w badaniu zostały rozesłane za pomocą poczty elektronicznej wszystkim studentom UMCS, będącym na pierwszym roku studiów I stopnia oraz studiów jednolitych magisterskich. Adresy e-mail do uczestników pobrane zostały z systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów.

Kwestionariusz składał się z pięciu pytań zamkniętych wielokrotnego wyboru, jednego pytania matrycowego oraz pytań metryczkowych, umożliwiających późniejszy opis grupy respondentów.

Poruszana w ankiecie tematyka dotyczyła źródeł informacji na temat oferty dydaktycznej, powodów wyboru Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, danego kierunku studiów, znajomości poszczególnych form promocji oraz ich wpływu na wybór Uczelni.

Zebrany materiał został poddany szczegółowej analizie i przedstawiony w niniejszym raporcie. Ze względu na ilościowy charakter, dane zostały zaprezentowane w formie diagramów oraz tabel. W przypadku znacznie rozbudowanych tabel, dla zwiększenia czytelności, zostały zastosowane następujące oznaczenia: N – liczba respondentów, którzy wybrali daną odpowiedź oraz % - procentowy stosunek liczby respondentów, którzy wybrali daną odpowiedź do liczby wszystkich badanych, którzy udzielili odpowiedzi na to pytanie. Ze względu na fakt, że większość pytań kwestionariusza była wielokrotnego wyboru, wartości procentowe w tych pytaniach nie sumują się do 100%.

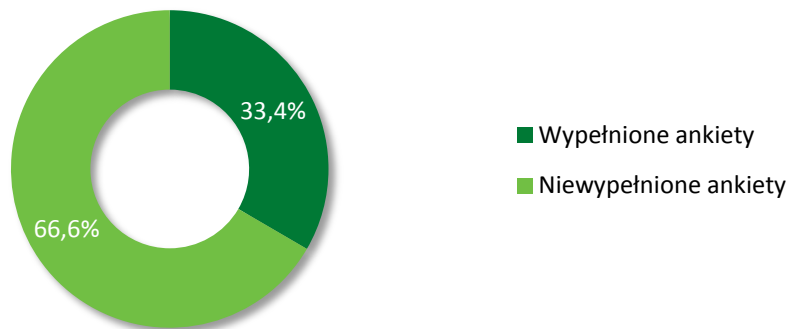
Dla zapewnienia czytelności oraz przejrzystości raportu w kolejnych rozdziałach przedstawione zostały dane ogólne, odnoszące się do całego Uniwersytetu. Natomiast, wyniki szczegółowe dotyczące struktury respondentów (kierunki studiów, powiaty) oraz rozkładu odpowiedzi w podziale na Wydziały przedstawione zostały w końcowej części raportu – *Aneksie*.

W badaniu udział wzięło 1961 osób, będących na I roku studiów. Ze względu na fakt, że aplikacja Ankieter nie wymuszała konieczności udzielenia odpowiedzi na każde pytanie –liczba odpowiedzi na pytania metryczkowe może być niekiedy mniejsza od ogólnej liczby respondentów

biorących udział w badaniu. Przypadki mniejszej liczby odpowiedzi są jednak sporadyczne i nie wpływają na uzyskane wyniki.

Struktura grupy respondentów

Diagram 1. Poziom zwrotności kwestionariuszy w objętej badaniem próbie

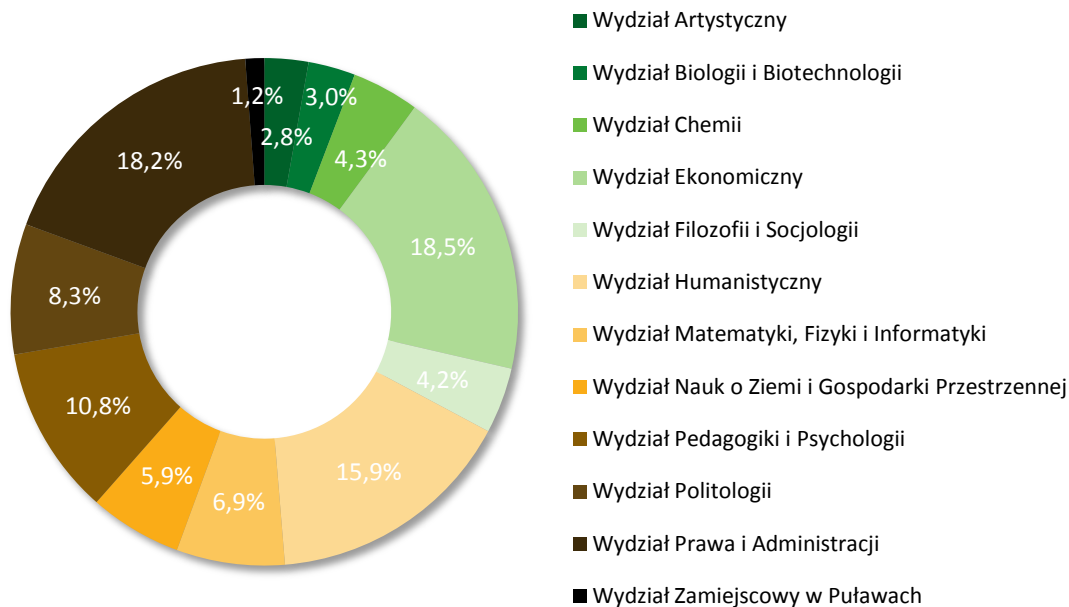


Do udziału w badaniu zaproszonych zostało 5867 osób, będących na pierwszym roku studiów I stopnia bądź jednolitych magisterskich (stan liczby studentów na dzień 03.10.2016), z czego kwestionariusz ankiety wypełniło 1961. Tym samym uzyskano zwrotność na poziomie 33,4%.

Tabela 1. Liczebność studentów z pierwszego roku studiów I stopnia lub jednolitych magisterskich

	Liczba wypełnionych ankiet	Liczba zaproszonych respondentów	Zwrotność
Ogółem	1961	5867	33,4%

Diagram 2. Udział procentowy respondentów według Wydziału

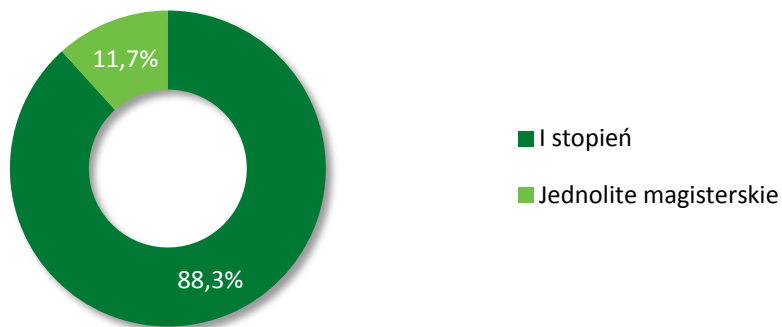


Najliczniej reprezentowaną wśród respondentów grupą byli studenci z Wydziału Ekonomicznego (18,5%) oraz Wydziału Prawa i Administracji (18,2%). Najmniejszy odsetek kwestionariuszy pochodził natomiast z Wydziału Zamiejscowego w Puławach (1,2%), Wydziału Artystycznego (2,8%) oraz Wydziału Biologii i Biotechnologii (3,0%), co do zasady wiąże się też z ilością osób przyjętych na studia.

Tabela 2. Liczebność studentów biorących udział w badaniu w podziale na Wydziały

	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy wypełnionych ankiet
Wydział Artystyczny	55	2,8%
Wydział Biologii i Biotechnologii	59	3,0%
Wydział Chemii	85	4,3%
Wydział Ekonomiczny	362	18,5%
Wydział Filozofii i Socjologii	82	4,2%
Wydział Humanistyczny	310	15,9%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	134	6,9%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	115	5,9%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	211	10,8%
Wydział Politologii	162	8,3%
Wydział Prawa i Administracji	356	18,2%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	24	1,2%
Ogółem	1955	100%

Diagram 3. Udział procentowy respondentów według poziomu kształcenia

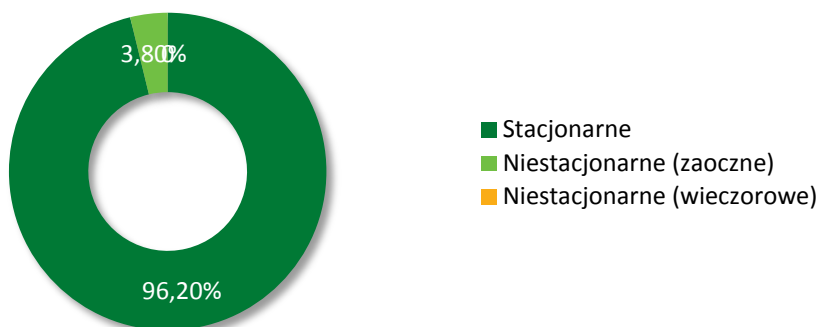


Zdecydowana większość respondentów, którzy wzięli udział w badaniu to osoby będące na pierwszym roku studiów I stopnia (88,3%).

Tabela 3. Liczebność respondentów w podziale na poziom kształcenia

Poziom kształcenia	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
I stopień	1729	88,3%
Jednolite magisterskie	228	11,7%
Ogółem	1957	100%

Diagram 4. Udział procentowy respondentów według trybu studiów

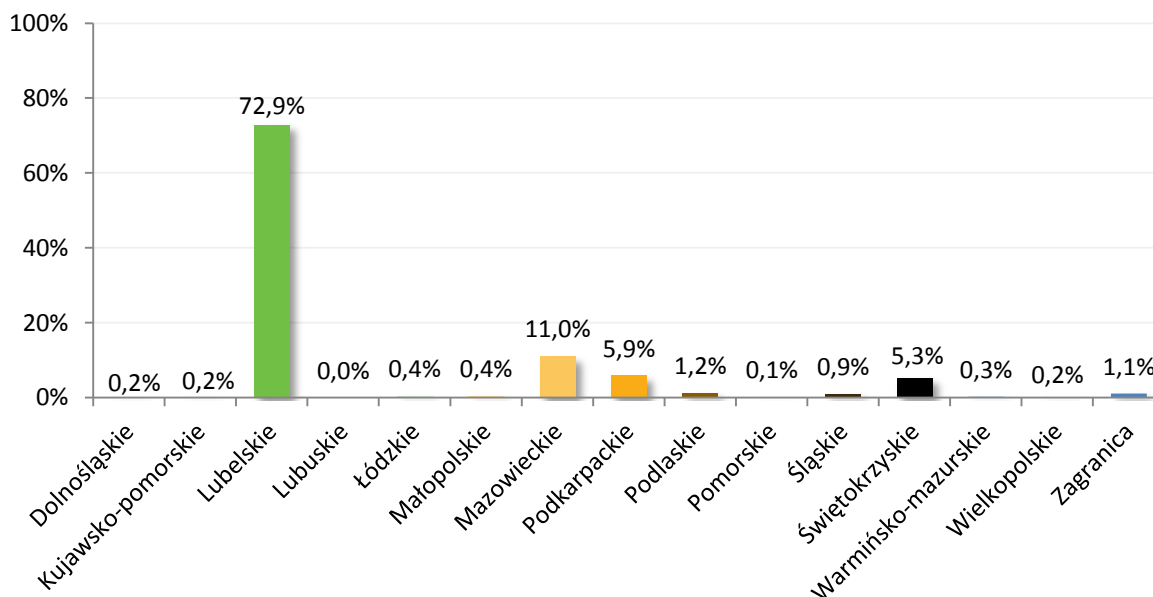


Wśród respondentów, którzy wypełnili kwestionariusz, najliczniejszą grupę stanowiły osoby studiuje stacjonarnie (96,2%). W trybie niestacjonarnym - zaocznie studiuje jedynie 3,8% badanych. Natomiast w trybie niestacjonarnym - wieczorowo nie studiuje żaden z respondentów.

Tabela 4. Liczebność respondentów w podziale na tryb studiów

Tryb studiów	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
Stacjonarne	1854	96,2%
Niestacjonarne (zaoczne)	73	3,8%
Niestacjonarne (wieczorowe)	0	0,0%
Ogółem	1927	100%

Diagram 5. Udział procentowy respondentów według województwa



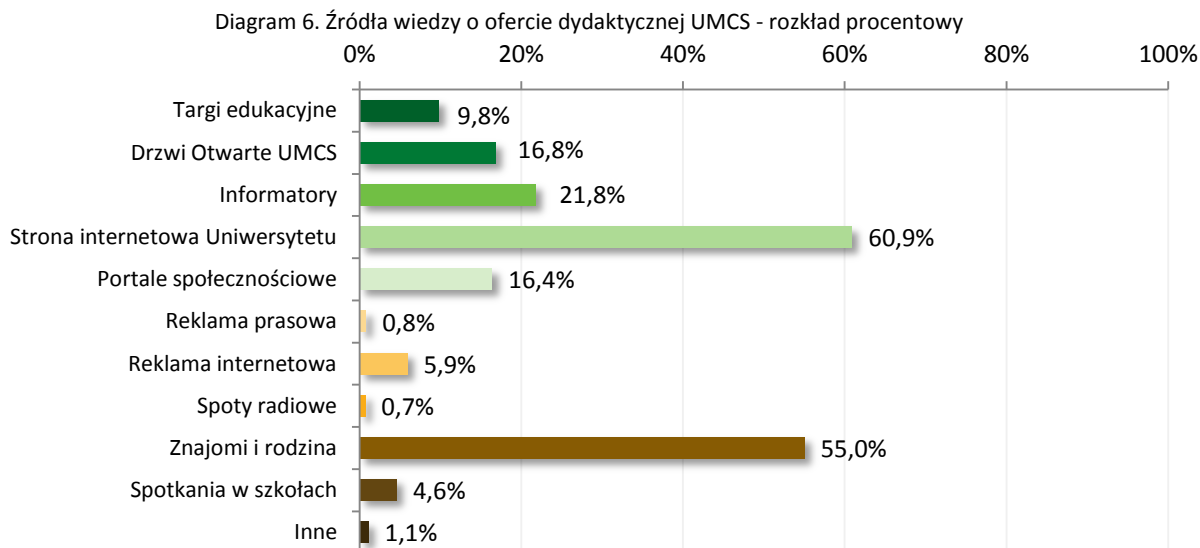
Zdecydowana większość studentów pierwszego roku, to osoby pochodzące z województwa lubelskiego (72,9%). Respondenci spoza Lubelszczyzny to przede wszystkim osoby z województw: mazowieckiego (11,0%), podkarpackiego (5,9%) oraz świętokrzyskiego (5,3%). Żaden ze studentów nie pochodzi natomiast z województwa lubuskiego. Pozostałe województwa reprezentowane są przez znikomą liczbę osób (od 2 do 23).

Tabela 5. Liczebność respondentów w podziale na województwa

Województwo	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
Dolnośląskie	4	0,2%
Kujawsko-pomorskie	4	0,2%
Lubelskie	1411	72,9%

Lubuskie	0	0,0%
Łódzkie	8	0,4%
Małopolskie	7	0,4%
Mazowieckie	212	11,0%
Podkarpackie	115	5,9%
Podlaskie	23	1,2%
Pomorskie	2	0,1%
Śląskie	17	0,9%
Świętokrzyskie	103	5,3%
Warmińsko-mazurskie	5	0,3%
Wielkopolskie	3	0,2%
Zagranica	22	1,1%
Ogółem	1936	100%

Źródła informacji o ofercie dydaktycznej UMCS



Studenci pytani o to, jakie były ich główne źródła informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej najczęściej wskazywali stronę internetową Uczelni (60,9%) oraz znajomych i rodzinę (55,0%). Część osób deklarowała także, że czerpała wiedzę z Informatorów (21,8%), Drzwi Otwartych UMCS (16,8%) oraz z portali społecznościowych (16,4%). Najmniej popularnym źródłem informacji okazały się być spoty radiowe (0,7%) oraz reklama prasowa (0,8%). Studenci, jako „inne” źródła wiedzy o ofercie dydaktycznej UMCS (1,1%) podawali: **znajomych, nauczycieli ze szkoły, konkursy organizowane przez UMCS, koła naukowe, pokazy fizyczne dla klas fizycznych oraz wyszukiwarkę studiów.**

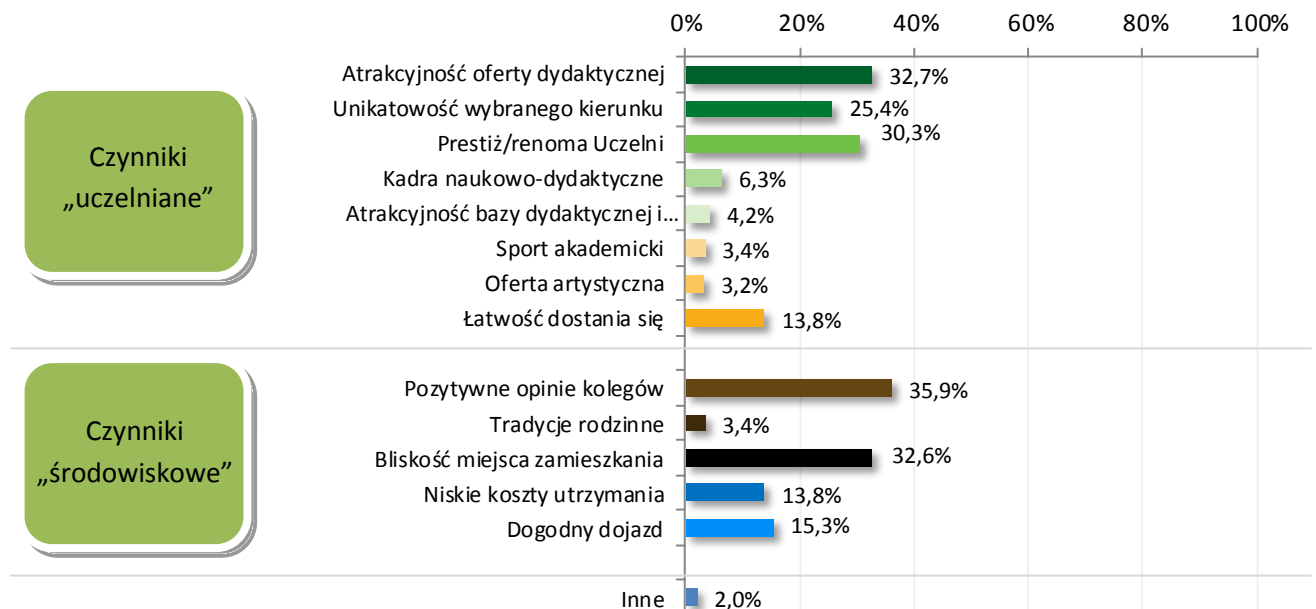
Tabela 6. Źródła wiedzy o ofercie dydaktycznej UMCS

Źródło informacji	Liczba	Procent
Targi edukacyjne	191	9,8%
Drzwi Otwarte UMCS	328	16,8%
Informatory	426	21,8%
Strona internetowa Uniwersytetu	1191	60,9%
Portale społecznościowe	321	16,4%
Reklama prasowa	16	0,8%
Reklama internetowa	115	5,9%
Spoty radiowe	13	0,7%
Znajomi i rodzina	1076	55,0%
Spotkania w szkołach	90	4,6%
Inne	21	1,1%

Czynniki wpływające na wybór studiów w UMCS

W kwestionariuszu, badani proszeni byli o wskazanie powodów, które wpłynęły na dokonanie przez nich wyboru studiów w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej. Możliwe do wyboru powody pogrupowane zostały w dwie kategorie – czynniki „uczelniane” oraz czynniki „środowiskowe”. Pierwsza grupa to aspekty związane bezpośrednio z funkcjonowaniem Uniwersytetu. Natomiast druga, to obszary, które są od niego niezależne. Do żadnej z kategorii nie przyporządkowano odpowiedzi „inne” ze względu na znaczne zróżnicowanie powodów, które przypisywali do niej respondenci.

Diagram 7. Czynniki wpływające na wybór studiów w UMCS - rozkład procentowy



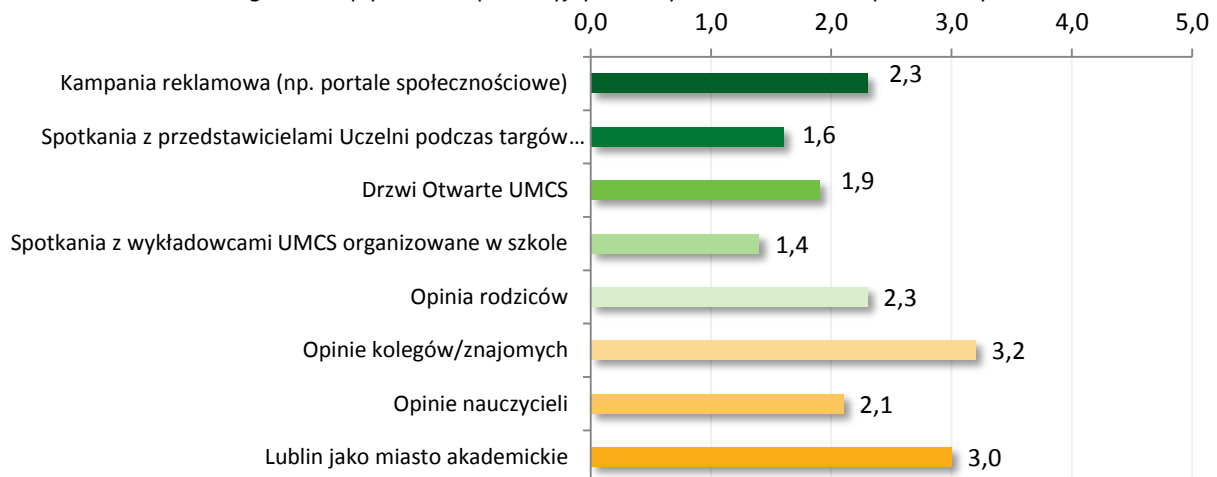
Najczęściej wskazywanymi przez respondentów powodami rozpoczęcia studiów w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej były, spośród czynników „uczelnianych” – atrakcyjność oferty dydaktycznej (32,7%), prestiż/renoma Uczelni (30,3%) oraz unikatowość wybranego kierunku (25,4%), natomiast spośród czynników „środowiskowych” pozytywne opinie kolegów (35,9%) i bliskość miejsca zamieszkania (32,6%). Zdaniem studentów, najmniejszy wpływ na podjęty przez nich wybór miała oferta artystyczna (3,2%), sport akademicki (3,4%) oraz tradycje rodzinne (3,4%). Badani, jako „inne” (2,0%) czynniki wpływające na wybór studiów w UMCS wskazywali: **doświadczenia w zakresie studiowania w UMCS**, możliwość **pogodzenia dwóch kierunków studiów**, **znajomi na uczelni/w Lublinie** oraz ich **pozytywne opinie**, **bliskość miejsca pracy**, **potrzebę zdobycia odpowiedniej wiedzy**, **wysoki poziom na wybranym kierunku**, **interesujący kierunek**, **studia stacjonarne dla osób powyżej 40 roku życia** oraz **świecki charakter uczelni**.

Tabela 7. Czynniki wpływające na wybór studiów w UMCS

Rodzaj	Czynnik	Liczba	Procent
Uczelniane	Atrakcyjność oferty dydaktycznej	639	32,7%
	Unikatowość wybranego kierunku	497	25,4%
	Prestiż/renoma uczelni	593	30,3%
	Kadra naukowo-dydaktyczna	124	6,3%
	Atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej	82	4,2%
	Sport akademicki	67	3,4%
	Oferta artystyczna	63	3,2%
	Łatwość dostania się	271	13,8%
Środowiskowe	Pozytywne opinie kolegów	702	35,9%
	Tradycje rodzinne	66	3,4%
	Bliskość miejsca zamieszkania	638	32,6%
	Niskie koszty utrzymania	270	13,8%
	Dogodny dojazd	300	15,3%
Inne		40	2,0%

Działania promocyjne

Diagram 8. Wpływ działań promocyjnych na wybór UMCS - rozkład procentowy

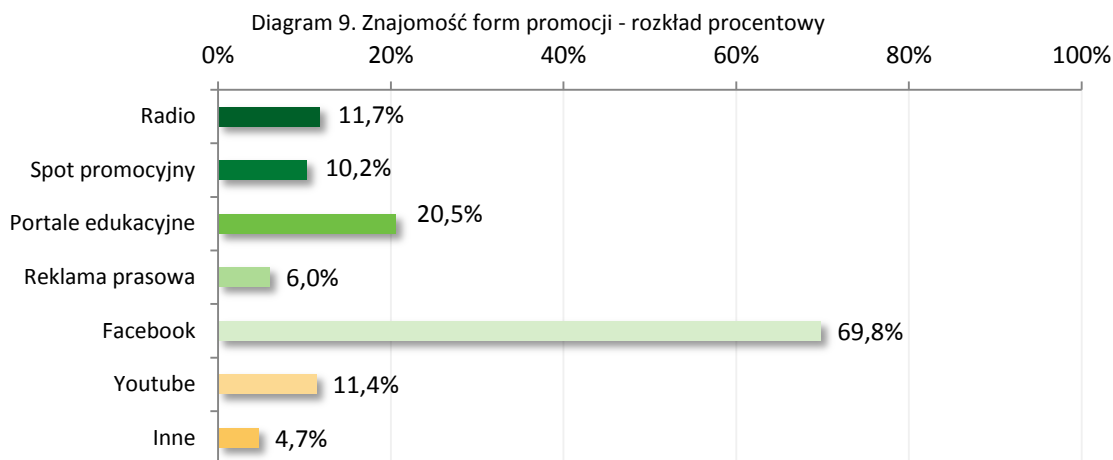


Respondenci, proszeni byli o ocenę, na ile poszczególne formy promocji wpłynęły na ich wybór studiów. Dokonywali jej za pomocą skali odpowiedzi – *bardzo duży* (5 punktów), *duży* (4 punkty), *średni* (3 punkty), *mały* (2 punkty), *bardzo mały* (1 punkt) oraz *nie miało wpływu* (0 punktów). Dzięki przyporządkowaniu, do każdej z odpowiedzi, określonej wartości punktowej możliwe było wyliczenie średniej oceny dla poszczególnych form promocji.

Uzyskane średnie wskazują, że żaden z wymienionych aspektów nie wpłynął na wybór UMCS w sposób duży bądź bardzo duży (średnia powyżej 3,5 punktu). Respondenci deklarowali, że w stopniu średnim na ich decyzję wpłynęły **opinie kolegów/znajomych** (3,2 punktu) oraz **Lublin jako miasto studenckie** (3 punkty). Bardzo mały wpływ na wybór Uczelni, zdaniem badanych, miały **spotkania z wykładowcami UMCS organizowane w szkołach** (1,4 punktu). Wpływ pozostałych czynników na wybór Uczelni, został oceniony, jako mały.

Tabela 8. Wpływ działań promocyjnych na wybór UMCS

	Bardzo duży		Duży		Średni		Mały		Bardzo mały		Nie miało wpływu		Średnia
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Kampania reklamowa (np. portale społecznościowe)	125	6,5%	388	20,1%	515	26,7%	253	13,1%	149	7,7%	499	25,9%	2,3
Spotkania z przedstawicielami Uczelni podczas targów edukacyjnych	89	4,6%	266	13,8%	359	18,6%	214	11,1%	101	5,2%	897	46,6%	1,6
Drzwi Otwarte UMCS	175	9,1%	373	19,4%	296	15,4%	160	8,3%	64	3,3%	856	44,5%	1,9
Spotkania z wykładowcami UMCS organizowane w szkole	78	4,1%	210	10,9%	293	15,3%	201	10,5%	98	5,1%	1039	54,1%	1,4
Opinia rodziców	175	9,1%	375	19,4%	462	24,0%	239	12,4%	132	6,8%	546	28,3%	2,3
Opinie kolegów/znajomych	366	18,9%	649	33,5%	462	23,8%	175	9,0%	76	3,9%	212	10,9%	3,2
Opinie nauczycieli	146	7,6%	392	20,4%	402	20,9%	230	11,9%	129	6,7%	626	32,5%	2,1
Lublin jako miasto akademickie	419	21,6%	549	28,3%	397	20,4%	161	8,3%	83	4,3%	333	17,1%	3,0



Respondenci, proszeni o wybranie znanych im form promocji Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, w większości wskazywali portal społecznościowy – **Facebook** (69,8%). Część studentów zadeklarowała, że miała także styczność z promocją na **portalach edukacyjnych** (20,5%). Najmniej znaną badanym formą promocji okazała się być **reklama prasowa** (6,0%).

Tabela 9. Znajomość form promocji

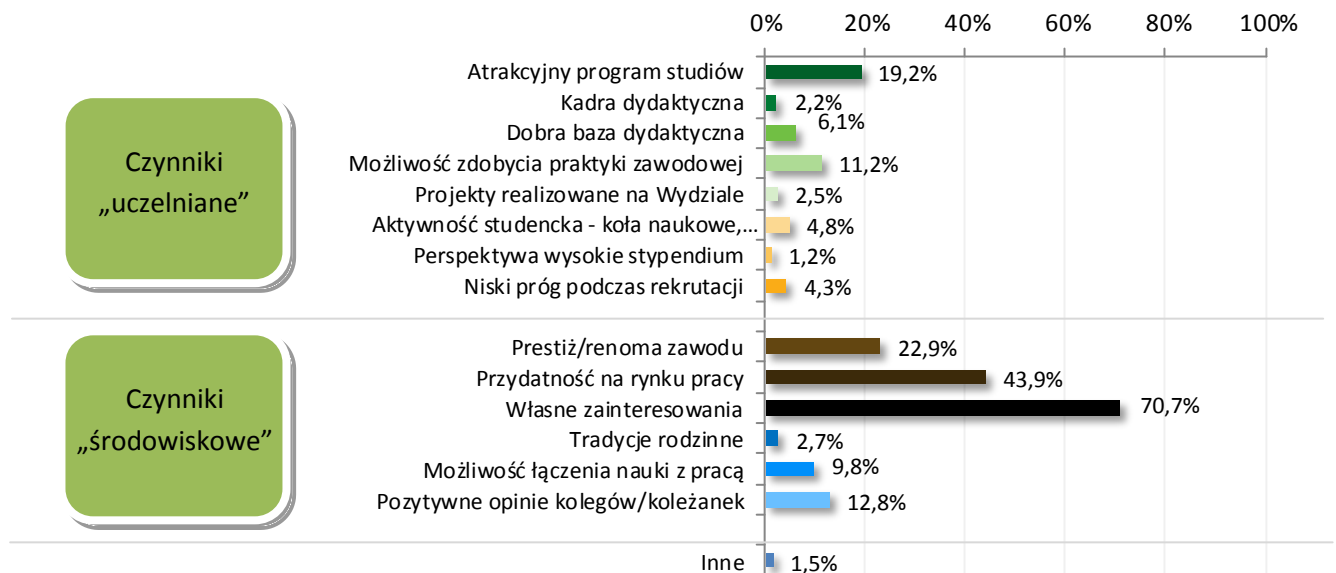
Forma promocji	Liczba	Procent
Radio	224	11,7%
Spot promocyjny	196	10,2%
Portale edukacyjne	394	20,5%
Reklama prasowa	116	6,0%
Facebook	1338	69,8%
Youtube	219	11,4%
Inne	90	4,7%

Poza wyżej wymienionymi, 4,7% studentów deklarowało także znajomość takich form promocji UMCS, jak: **bilbordy, banery, plakaty, ulotki, gadżety, Instagram, ogłoszenia w autobusach ZTM, broszury informacyjne, strona internetowa UMCS** oraz **targi edukacyjne**.

Czynniki wpływające na wybór kierunku studiów

W kwestionariuszu, respondenci proszeni byli o wskazanie powodów, które wpłynęły na dokonanie przez nich wyboru kierunku studiów. Możliwe do wyboru powody pogrupowane zostały w dwie kategorie – czynniki „uczelniane” oraz czynniki „środowiskowe”. Pierwsza grupa to aspekty związane bezpośrednio z funkcjonowaniem Uniwersytetu. Natomiast druga, to obszary, które są od niego niezależne. Do żadnej z kategorii nie przyporządkowano odpowiedzi „inne” ze względu na znaczne zróżnicowanie powodów, które przypisywali do niej respondenci.

Diagram 10. Czynniki wpływające na wybór kierunku studiów - rozkład procentowy



Najczęściej, jako powody wpływające na wybór określonego kierunku studiów respondenci postrzegali czynniki „środowiskowe”. Wśród nich, najchętniej wybieranym powodem były **własne zainteresowania** (70,7%). Często wybierano także **przydatność na rynku pracy** (43,9%) oraz **prestż/renomę zawodu** (22,9%). Spośród czynników „uczelnianych”, badani wskazywali na **atrakcyjny program studiów** (19,2%) oraz **możliwość zdobycia praktyki zawodowej** (11,2%). Studenci, jako „inne” czynniki, które wpłynęły na ich wybór kierunku studiów (1,5%) wskazali: **przydatność w pracy, zainteresowania, rekomendacje znajomych lub rodziny, ilość zajęć oraz chęć kontynuowania ścieżki kształcenia obranej w technikum**. Część respondentów, przyznała także, że rozpoczęli studia na swoim kierunku, ponieważ **nie udało im się dostać na inny**.

Tabela 10. Czynniki wpływające na wybór kierunku studiów

Rodzaj	Czynnik	Liczba	Procent
Uczelniane	Atrakcyjny program studiów	376	19,2%
	Kadra dydaktyczna	43	2,2%
	Dobra baza dydaktyczna	119	6,1%
	Możliwość zdobycia praktyki zawodowej	219	11,2%
	Projekty realizowane na Wydziale	49	2,5%
	Aktywność studencka - koła naukowe, samorządy	94	4,8%
	Perspektywa wysokie stypendium	24	1,2%
	Niski próg podczas rekrutacji	84	4,3%
Środowiskowe	Prestiż/renoma zawodu	448	22,9%
	Przydatność na rynku pracy	858	43,9%
	Własne zainteresowania	1382	70,7%
	Tradycje rodzinne	52	2,7%
	Możliwość łączenia nauki z pracą	192	9,8%
	Pozytywne opinie kolegów/koleżanek	250	12,8%
Inne		29	1,5%

Podsumowanie

Badanie ankietowe dla przyjętych na pierwszy rok studiów w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej zostało przeprowadzone **w terminie od 3 do 23 października 2016 roku**. Proces ankietowania realizowany był za pośrednictwem, współpracującej z Uniwersyteckim Systemem Obsługi Studiów (USOS), aplikacji Ankieter. Na serwerze umieszczono kwestionariusz ankiety, do którego link dostępowy został przesłany drogą e-mailową studentom pierwszego roku studiów I stopnia oraz jednolitych magisterskich. Każdy respondentów mógł wypełnić formularz tylko raz. Adresy do wysyłki zaproszeń pobrane zostały z systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów.

Celem badania było **pozyskanie opinii** osób rozpoczynających studia na danym kierunku **na temat atrakcyjności oferty edukacyjnej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej**. W kwestionariuszu poruszone zostały zagadnienia dotyczące źródeł informacji na temat oferty dydaktycznej, powodów wyboru Uniwersytetu, powodów wyboru danego kierunku, znajomości poszczególnych form promocji oraz ich wpływu na wybór Uczelni.

W badaniu udział wzięło 1961 studentów, co stanowi **nieco ponad 33% ogólnej liczby osób zaproszonych** do wypełnienia kwestionariusza.

Wśród uczestników badania, pod względem poziomu kształcenia, **dominującą grupę stanowili studenci I stopnia** (88,3%). Natomiast pod względem trybu studiów – **osoby studiujące stacjonarnie** (96,20%).

Zdecydowana większość studentów pierwszego roku, to osoby pochodzące z **województwa lubelskiego** (72,9%). Respondenci spoza Lubelszczyzny to przede wszystkim osoby z województw: **mazowieckiego** (11,0%), **podkarpackiego** (5,9%) oraz **świętokrzyskiego** (5,3%). Żaden ze studentów nie pochodzi natomiast z województwa lubuskiego. Pozostałe województwa reprezentowane były przez znikomą liczbę osób (od 2 do 23).

Głównymi źródłami informacji o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej są, zdaniem respondentów, **strona internetowa Uczelni** (60,9%) oraz **znajomi i rodzina** (55,0%). Część studentów, jako źródło informacji, wskazało także Informatory (21,8%), Drzwi Otwarte UMCS (16,8%) oraz portale społecznościowe (16,4%).

Studenci deklarowali, że **przy wyborze Uczelni** kierowali się przede wszystkim **pozytywnymi opiniami kolegów** (35,9%), **atrakcyjnością oferty dydaktycznej** (32,7%), **bliskością miejsca zamieszkania** (32,6%), **prestżem/renomą uczelni** (30,3%) oraz **unikatowością wybranego kierunku** (25,4%).

Najlepiej znaną respondentom formą promocji Uniwersytetu okazał się być **portal społecznościowy – Facebook** (69,8%), najmniej natomiast reklama prasowa (6,0%).

Wybierając kierunek studiów, respondenci kierowali się głównie własnymi **zainteresowaniami** (70,7%), **przydatnością na rynku pracy** (43,9%), **prestżem/renomą zawodu** (22,9%) oraz **atrakcyjnością programu studiów** (19,2%).

Respondenci nisko ocenili wpływ, jaki miały poszczególne działania promocyjne na podjętą przez nich decyzję o wyborze studiów. Niemniej jednak, nie należy tego wskaźnika rozpatrywać w kategoriach ogólnie negatywnej oceny działań promocyjnych. Chociaż studenci nie postrzegają różnych form promocji, jako determinujących ich wybór to jednak doceniają zawartą w nich „treść”, na którą składają się między innymi informacje o ofercie dydaktycznej, programach studiów – które, jak deklarowano w innych pytaniach, wpływają na decyzje o wyborze Uniwersytetu czy też kierunku. Co za tym idzie, dla przyszłych studentów ważna jest nie tyle forma promocji, co informacje, które zostaną w niej zawarte i przekazane.

Wnioski

Całościowe spojrzenie na uzyskane dane umożliwi sformułowanie szczegółowego planu działań mających na celu promocję studiowania na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej. Analizując strukturę studentów pod kątem ich pochodzenia wyraźnie widać, że w pierwszej kolejności należałoby **zintensyfikować działania promocyjne** (organizowanie spotkań z wykładowcami, przedstawicielami Uczelni w szkołach) **kierowane na województwa inne niż lubelskie**. W przyszłych rekrutacjach na studia, być może mogłoby to skutkować zwiększeniem zainteresowania Uczelnią uczniów z innych województw i podniesieniem liczby kandydatów na studia w UMCS.

Celem zapewnienia uczniom kompleksowych danych na temat oferty dydaktycznej UMCS, należy utrzymać dotychczasowy poziom informacji zamieszczanych na stronie internetowej Uczelni oraz **rozwinąć i poszerzyć zakres tematyki przekazywanej za pośrednictwem Informatorów oraz podczas Drzwi Otwartych UMCS i targów edukacyjnych**.

Aby skłonić uczniów do wyboru Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej należy przede wszystkim stale **podnosić poziom zadowolenia z Uczelni studentów obecnych**. Jest to aspekt bardzo ważny, ponieważ większość respondentów deklarowała, że na ich wybór wpływ miały pozytywne opinie kolegów. Co więcej, bardzo ważnym elementem jest też **dbałość o atrakcyjność oferty dydaktycznej oraz prestiż Uczelni**.

W kontekście wyboru kierunku studiów skuteczność działań promocyjnych jest nieco ograniczona, ponieważ kandydaci na studia kierują się głównie swoimi zainteresowaniami. Niemniej jednak, osoby badane podkreślały także poziom przydatności danego kierunku na rynku pracy. Co za tym idzie, **prowadząc działania promocyjne warto podkreślać zawodową wartość poszczególnych kierunków**. Warto akcentować również **współpracę Wydziałów z pracodawcami, ofertę praktyk, doradztwa zawodowego a także liczne możliwości rozwoju zainteresowań studentów, poprzez działalność w kołach naukowych czy organizacjach studenckich**.

Aneks

Tabela 11. Liczebność studentów biorących udział w badaniu w podziale na kierunki studiów

Wydział	Kierunek	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
Wydział Artystyczny	Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej	6	0,3%
	Edukacja artystyczna w zakresie sztuk plastycznych	5	0,3%
	Grafika	28	1,4%
	Jazz i muzyka estradowa	6	0,3%
	Malarstwo	10	0,5%
Wydział Biologii i Biotechnologii	Biologia	28	1,4%
	Biotechnologia	31	1,6%
Wydział Chemii	Chemia	85	4,4%
Wydział Ekonomiczny	Analityka gospodarcza	19	1,0%
	Ekonomia	69	3,5%
	Finanse i rachunkowość	137	7,0%
	Logistyka	93	4,8%
	Zarządzanie	44	2,3%
Wydział Filozofii i Socjologii	Europeistyka	9	0,5%
	Filozofia	9	0,5%
	Kognitywistyka	20	1,0%
	Kreatywność społeczna	29	1,5%
	Socjologia	13	0,7%
	Zarządzanie w politykach publicznych	2	0,1%
Wydział Humanistyczny	Anglistyka	40	2,0%
	Archeologia	7	0,4%
	Architektura informacji	11	0,6%
	Archiwistyka i nowoczesne zarządzanie zapisami informacyjnymi	14	0,7%
	E-edytorstwo i techniki redakcyjne	21	1,1%
	Germanistyka	20	1,0%
	Glottodydaktyka polonistyczna	2	0,1%
	Filologia polska	14	0,7%
	Historia	12	0,6%

	Iberystyka	29	1,5%
	Kulturoznawstwo	12	0,6%
	Lingwistyka stosowana	46	2,4%
	Logopedia z audiologią	16	0,8%
	Romanistyka	20	1,0%
	Rusycystyka	17	0,9%
	Technologie cyfrowe w animacji kultury	22	1,1%
	Turystyka historyczna	3	0,2%
	Ukrainistyka	3	0,2%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	Fizyka	1	0,1%
	Fizyka techniczna	5	0,3%
	Informatyka	72	3,7%
	Inżynieria nowoczesnych materiałów	2	0,1%
	Matematyka	27	1,4%
	Matematyka i finanse	27	1,4%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	Geografia	11	0,6%
	Geoinformatyka	36	1,8%
	Gospodarka przestrzenna	31	1,6%
	Turystyka i rekreacja	36	1,8%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	Animacja kultury	18	0,9%
	Pedagogika	66	3,4%
	Pedagogika specjalna	38	1,9%
	Praca socjalna	20	1,0%
	Psychologia	69	3,5%
Wydział Politologii	Bezpieczeństwo narodowe	52	2,7%
	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna	37	1,9%
	Politologia	13	0,7%
	Produkcja medialna	33	1,7%
	Społeczeństwo informacyjne	4	0,2%
	Stosunki międzynarodowe	23	1,2%
Wydział Prawa i Administracji	Administracja	55	2,8%
	Bezpieczeństwo wewnętrzne	111	5,7%
	Prawo	135	6,9%
	Prawno-biznesowy	56	2,9%
Wydział Zamieszko wy w Puławach	Administracja publiczna	4	0,2%
	Chemia techniczna	3	0,2%
	Fizjoterapia	13	0,7%

	Public relations i doradztwo medialne	4	0,2%
Ogółem		1954	100%

Tabela 12. Liczebność respondentów w podziale na województwa i powiaty

Województwo	Powiat	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
Dolnośląskie	Bolesławiec	1	25,0%
	Świdnicki	1	25,0%
	Wrocławski	1	25,0%
	<i>Brak danych</i>	1	25,0%
Kujawsko-pomorskie	Bydgoski	2	50,0%
	Bydgoszcz	1	25,0%
	<i>Brak danych</i>	1	25,0%
Lubelskie	Bialski	49	3,5%
	Biała Podlaska	8	0,6%
	Biłgoraj	4	0,3%
	Biłgorajski	37	2,6%
	Bychawa	2	0,1%
	Bychawski	2	0,1%
	Chełm	8	0,6%
	Chełmski	54	3,8%
	Głusk	1	0,1%
	Hrubieszowski	36	2,5%
	Hrubieszów	7	0,5%
	Janowski	15	1,1%
	Janów Lubelski	6	0,4%
	Krasnostawski	30	2,1%
	Krasnystaw	8	0,6%
	Kraśnicki	40	2,8%
	Kraśnik	9	0,6%
	Lubartowski	50	3,5%
	Lubartów	5	0,4%
	Lubelski	298	21,1%
Lublin	220	15,6%	
Łączna	3	0,2%	

	Łęczyński	36	2,5%
	Łukowski	25	1,8%
	Łuków	5	0,4%
	Opole Lubelskie	3	0,2%
	Opolski	37	2,6%
	Parczew	2	0,1%
	Parczewski	15	1,1%
	Puławski	53	3,8%
	Puławy	8	0,6%
	Radzyń Podlaski	1	0,1%
	Radzyński	21	1,5%
	Rycki	20	1,4%
	Ryki	3	0,2%
	Świdnicki	44	3,1%
	Świdnik	8	0,6%
	Tomaszowski	24	1,7%
	Tomaszów Lubelski	8	0,6%
	Włodawa	2	0,1%
	Włodawski	23	1,6%
	Zamojski	62	4,4%
	Zamość	6	0,4%
	<i>Brak danych</i>	<i>113</i>	<i>8,0%</i>
Łódzkie	Bełchatowski	1	12,5%
	Łódzki	1	12,5%
	Piotrkowski	3	37,5%
	Sieradzki	1	12,5%
	Tomaszowski	1	12,5%
	<i>Brak danych</i>	<i>1</i>	<i>12,5%</i>
Małopolskie	Dąbrowa Tarnowska	1	14,3%
	Krakowski	1	14,3%
	Nowosądecki	1	14,3%
	Nowotarski	1	14,3%
	Wadowicki	1	14,3%
	<i>Brak danych</i>	<i>2</i>	<i>28,6%</i>
Mazowieckie	Białobrzeski	1	0,5%
	Garwolin	2	0,9%

Garwoliński	21	9,9%
Grodziski	1	0,5%
Grójecki	4	1,9%
Kozienice	3	1,4%
Kozienicki	11	5,2%
Legionowski	1	0,5%
Lipski	6	2,8%
Lipsko	2	0,9%
Łosice	1	0,5%
Łosicki	1	0,5%
Miński	1	0,5%
Mławski	1	0,5%
Ostrowski	1	0,5%
Otwock	1	0,5%
Otwocki	3	1,4%
Piaseczyński	1	0,5%
Płocki	1	0,5%
Płoński	1	0,5%
Pruszkowski	1	0,5%
Przasnyski	1	0,5%
Przysuski	4	1,9%
Pułtuski	2	0,9%
Radom	20	9,4%
Radomski	60	28,3%
Siedlce	4	1,9%
Siedlecki	19	9,0%
Sokołów Podlaski	1	0,5%
Szydłowiec	1	0,5%
Szydłowiecki	9	4,2%
Warszawski	6	2,8%
Węgrowski	3	1,4%
Wołomiński	1	0,5%
Wyszkowski	1	0,5%
Zwoleń	1	0,5%
Zwoleński	6	2,8%
<i>Brak danych</i>	8	3,8%

Podkarpackie	Bieszczadzki	2	1,7%
	Dębicki	4	3,5%
	Jarosławski	8	7,0%
	Jasielski	5	4,3%
	Kolbuszowski	2	1,7%
	Krośnieński	2	1,7%
	Leski	2	1,7%
	Leżajski	3	2,6%
	Lubaczowski	5	4,3%
	Lubaczów	1	0,9%
	Łańcut	1	0,9%
	Medyka	1	0,9%
	Mielecki	4	3,5%
	Niżański	7	6,1%
	Przemyski	9	7,8%
	Przemyśl	2	1,7%
	Przeworsk	1	0,9%
	Przeworski	5	4,3%
	Ropczycko-Sędziszowski	3	2,6%
	Rzeszowski	6	5,2%
	Rzeszów	2	1,7%
	Sanocki	4	3,5%
	Sanok	1	0,9%
	Stalowa Wola	3	2,6%
	Stalowowolski	13	11,3%
	Strzyżowski	5	4,3%
	Tarnobrzeg	1	0,9%
	Tarnobrzesci	8	7,0%
	<i>Brak danych</i>	5	4,3%
	Podlaskie	Augustowski	1
Białostocki		1	4,3%
Białystok		1	4,3%
Bielsk Podlaski		1	4,3%
Bielski		1	4,3%
Grajewski		1	4,3%
Hajnowski		5	21,7%

	Kolneński	1	4,3%
	Łomżyński	3	13,0%
	Siemiatycki	2	8,7%
	Suwalski	2	8,7%
	Zambrowski	1	4,3%
	<i>Brak danych</i>	3	13,0%
Pomorskie	Gdynia	1	50,0%
	Słupski	1	50,0%
Śląskie	Bieruńsko-lędziański	1	5,9%
	Cieszyński	2	11,8%
	Częstochowski	1	5,9%
	Jaworzno	1	5,9%
	Kłobucki	1	5,9%
	Lubliniec	1	5,9%
	Mikołowski	1	5,9%
	Myszków	1	5,9%
	Pszczynski	2	11,8%
	Ruda Śląska	1	5,9%
	Sosnowiec	1	5,9%
	Zawierciański	2	11,8%
	Żywiecki	1	5,9%
		<i>Brak danych</i>	1
Świętokrzyskie	Buski	2	2,0%
	Busko-Zdrój	1	1,0%
	Jędrzejowski	3	2,9%
	Kazimierski	1	1,0%
	Kielce	3	2,9%
	Kielecki	14	13,7%
	Konecki	1	1,0%
	Opatowski	14	13,7%
	Ostrowiec Świętokrzyski	1	1,0%
	Ostrowiecki	22	21,6%
	Pińczowski	3	2,9%
	Pińczów	2	2,0%
	Sandomierski	12	11,8%
Sandomierz	1	1,0%	

	Skarżyski	5	4,9%
	Starachowice	1	1,0%
	Starachowicki	11	9,8%
	Staszów	1	1,0%
	Świętokrzyski	1	1,0%
	<i>Brak danych</i>	4	3,9%
Warmińsko-mazurskie	Ełcki	1	20,0%
	Iławski	1	20,0%
	Nidzicki	1	20,0%
	Opatowski	1	20,0%
	<i>Brak danych</i>	1	20,0%
Wielkopolskie	Kaliski	1	33,3%
	Kalisz	1	33,3%
	Wągrowiecki	1	33,3%
Zagranica	Białoruś	2	9,1%
	Rosja	1	4,5%
	Ukraina	16	72,7%
	Inne	3	13,6%
Ogółem		1936	100%

Tabela 13. Źródła wiedzy o ofercie dydaktycznej UMCS według Wydziałów

	Targi edukacyjne		Drzwi Otwarte UMCS		Informatory		Strona internetowa Uniwersytetu		Portale społecznościowe		Reklama prasowa		Reklama internetowa		Spoty radiowe		Znajomi i rodzina		Spotkania w szkołach		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wydział Artystyczny	3	5,5%	7	12,7%	6	10,9%	35	63,6%	8	14,5%	0	0,0%	4	7,3%	0	0,0%	37	67,3%	5	9,1%	0	0,0%
Wydział Biologii i Biotechnologii	5	8,5%	9	15,3%	12	20,3%	42	71,2%	12	20,3%	0	0,0%	3	5,1%	1	1,7%	31	52,5%	2	3,4%	0	0,0%
Wydział Chemii	13	15,3%	6	7,1%	22	25,9%	59	69,4%	13	15,3%	0	0,0%	4	4,7%	0	0,0%	41	48,2%	1	1,2%	0	0,0%
Wydział Ekonomiczny	41	11,3%	83	22,9%	82	22,7%	219	60,5%	61	16,9%	3	0,8%	21	5,8%	1	0,3%	208	57,5%	10	2,8%	4	1,1%
Wydział Filozofii i Socjologii	4	4,9%	8	9,8%	7	8,5%	57	69,5%	16	19,5%	0	0,0%	4	4,9%	0	0,0%	37	45,1%	3	3,7%	2	2,4%
Wydział Humanistyczny	28	9,0%	44	14,2%	79	25,5%	196	63,2%	52	16,8%	4	1,3%	14	4,5%	1	0,3%	173	55,8%	15	4,8%	4	1,3%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	10	7,5%	23	17,2%	28	20,9%	85	63,4%	23	17,2%	1	0,7%	8	6,0%	2	1,5%	77	57,5%	7	5,2%	2	1,5%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	19	16,5%	24	20,9%	30	26,1%	69	60,0%	11	9,6%	1	0,9%	7	6,1%	1	0,9%	62	53,9%	3	2,6%	2	1,7%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	20	9,5%	35	16,6%	46	21,8%	136	64,5%	38	18,0%	0	0,0%	13	6,2%	3	1,4%	111	52,6%	9	4,3%	2	0,9%

Wydział Politologii	15	9,3%	31	19,1%	38	23,5%	88	54,3%	25	15,4%	1	0,6%	8	4,9%	1	0,6%	87	53,7%	17	10,5%	1	0,6%
Wydział Prawa i Administracji	30	8,5%	52	14,6%	68	19,2%	187	52,7%	60	16,9%	6	1,7%	28	7,9%	3	0,8%	197	55,5%	16	4,5%	3	0,8%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	3	12,5%	6	25,0%	7	29,2%	17	70,8%	2	8,3%	0	0,0%	1	4,2%	0	0,0%	13	54,2%	2	8,3%	1	4,2%

Tabela 14. Czynniki "uczelniarne" wpływające na wybór studiów w UMCS według Wydziałów

	Atrakcyjność oferty dydaktycznej		Unikatowość wybranego kierunku		Prestż/reputacja uczelni		Kadra naukowo-dydaktyczna		Atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej		Sport akademicki		Oferta artystyczna		Łatwość dostania się	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wydział Artystyczny	5	9,1%	19	34,5%	7	12,7%	5	9,1%	3	5,5%	0	0,0%	31	56,4%	12	21,8%
Wydział Biologii i Biotechnologii	22	37,3%	15	25,4%	17	28,8%	9	15,3%	4	6,8%	3	5,1%	0	0,0%	7	11,9%
Wydział Chemii	23	27,1%	40	47,1%	23	27,1%	6	7,1%	5	5,9%	2	2,4%	2	2,4%	7	8,2%
Wydział Ekonomiczny	114	31,5%	55	15,2%	133	36,7%	17	4,7%	14	3,9%	14	3,9%	1	0,3%	52	14,4%
Wydział Filozofii i Socjologii	23	28,0%	38	46,3%	16	19,5%	3	3,7%	2	2,4%	2	2,4%	1	1,2%	15	18,3%
Wydział Humanistyczny	99	31,9%	117	37,7%	76	24,5%	17	5,5%	13	4,2%	7	2,3%	8	2,6%	44	14,2%

Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	43	32,1%	17	12,7%	34	25,4%	8	6,0%	8	6,0%	5	3,7%	1	0,7%	29	21,6%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	45	39,1%	44	38,3%	28	24,3%	3	2,6%	7	6,1%	2	1,7%	1	0,9%	12	10,4%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	83	39,3%	39	18,5%	82	38,9%	7	3,3%	9	4,3%	4	1,9%	10	4,7%	16	7,6%
Wydział Politologii	62	38,3%	44	27,2%	48	29,6%	10	6,2%	4	2,5%	10	6,2%	4	2,5%	24	14,8%
Wydział Prawa i Administracji	111	31,2%	63	17,7%	125	35,1%	36	10,1%	13	3,7%	18	5,1%	4	1,1%	44	12,4%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	9	37,5%	5	20,8%	4	16,7%	2	8,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	8	33,3%

Tabela 15. Czynniki "środowiskowe" wpływające na wybór studiów w UMCS według Wydziałów

	Pozytywne opinie kolegów		Tradycje rodzinne		Bliskość miejsca zamieszkania		Niskie koszty utrzymania		Dogodny dojazd		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wydział Artystyczny	16	29,1%	2	3,6%	21	38,2%	5	9,1%	7	12,7%	1	1,8%
Wydział Biologii i Biotechnologii	19	32,2%	3	5,1%	17	28,8%	10	16,9%	4	6,8%	0	0,0%
Wydział Chemii	24	28,2%	2	2,4%	23	27,1%	18	21,2%	9	10,6%	0	0,0%
Wydział Ekonomiczny	151	41,7%	6	1,7%	124	34,3%	43	11,9%	68	18,8%	6	1,7%
Wydział Filozofii i Socjologii	28	34,1%	5	6,1%	18	22,0%	12	14,6%	8	9,8%	7	8,5%
Wydział Humanistyczny	93	30,0%	10	3,2%	114	36,8%	49	15,8%	50	16,1%	10	3,2%

Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	58	43,3%	5	3,7%	45	33,6%	25	18,7%	22	16,4%	5	3,7%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	39	33,9%	4	3,5%	35	30,4%	12	10,4%	15	13,0%	1	0,9%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	97	46,0%	9	4,3%	56	26,5%	25	11,8%	34	16,1%	1	0,5%
Wydział Politologii	47	29,0%	3	1,9%	57	35,2%	23	14,2%	29	17,9%	1	0,6%
Wydział Prawa i Administracji	122	34,3%	16	4,5%	119	33,4%	48	13,5%	51	14,3%	7	2,0%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	7	29,2%	1	4,2%	9	37,5%	0	0,0%	3	12,5%	1	4,2%

Tabela 16. Znajomość form promocji według Wydziałów

	Radio		Spot promocyjny		Portale edukacyjne		Reklama prasowa		Facebook		Youtube		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wydział Artystyczny	7	13,2%	4	7,5%	13	24,5%	4	7,5%	34	64,2%	5	9,4%	4	7,5%
Wydział Biologii i Biotechnologii	8	13,6%	3	5,1%	10	16,9%	1	1,7%	39	66,1%	8	13,6%	2	3,4%
Wydział Chemii	7	8,3%	10	11,9%	18	21,4%	3	3,6%	61	72,6%	6	7,1%	5	6,0%
Wydział Ekonomiczny	28	7,9%	31	8,7%	76	21,4%	21	5,9%	272	76,6%	44	12,4%	11	3,1%
Wydział Filozofii i Socjologii	12	15,0%	6	7,5%	15	18,8%	4	5,0%	53	66,3%	10	12,5%	6	7,5%
Wydział Humanistyczny	28	9,3%	39	13,0%	59	19,7%	26	8,7%	205	68,3%	26	8,7%	16	5,3%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	24	18,0%	13	9,8%	23	17,3%	4	3,0%	100	75,2%	16	12,0%	5	3,8%

Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	12	10,5%	10	8,8%	26	22,8%	11	9,6%	76	66,7%	8	7,0%	6	5,3%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	21	10,3%	27	13,2%	56	27,5%	16	7,8%	125	61,3%	23	11,3%	9	4,4%
Wydział Politologii	33	20,6%	14	8,8%	34	21,3%	10	6,3%	114	71,3%	25	15,6%	4	2,5%
Wydział Prawa i Administracji	42	12,0%	36	10,3%	58	16,6%	15	4,3%	244	69,7%	45	12,9%	18	5,1%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	2	8,3%	3	12,5%	6	25,0%	0	0,0%	15	62,5%	2	8,3%	4	16,7%

Tabela 17. Czynniki „uczelniane” wpływające na wybór kierunku studiów według Wydziałów

	Atrakcyjny program studiów		Kadra dydaktyczna		Dobra baza dydaktyczna		Możliwość zdobycia praktyki zawodowej		Projekty realizowane na Wydziale		Aktywność studencka - koła naukowe, samorzady		Perspektywa wysokie stypendium		Niski próg podczas rekrutacji	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wydział Artystyczny	15	27,3%	5	9,1%	2	3,6%	7	12,7%	7	12,7%	2	3,6%	1	1,8%	3	5,5%
Wydział Biologii i Biotechnologii	10	16,9%	1	1,7%	8	13,6%	4	6,8%	2	3,4%	5	8,5%	1	1,7%	2	3,4%
Wydział Chemii	25	29,4%	2	2,4%	6	7,1%	8	9,4%	2	2,4%	4	4,7%	0	0,0%	3	3,5%
Wydział Ekonomiczny	35	9,7%	2	0,6%	11	3,0%	47	13,0%	1	0,3%	6	1,7%	4	1,1%	13	3,6%
Wydział Filozofii i Socjologii	36	43,9%	1	1,2%	7	8,5%	4	4,9%	3	3,7%	2	2,4%	0	0,0%	4	4,9%
Wydział Humanistyczny	72	23,3%	9	2,9%	23	7,4%	33	10,7%	13	4,2%	25	8,1%	2	0,6%	19	6,1%

Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	12	9,0%	2	1,5%	6	4,5%	9	6,7%	2	1,5%	10	7,5%	2	1,5%	9	6,7%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	19	16,5%	1	0,9%	8	7,0%	11	9,6%	2	1,7%	9	7,8%	4	3,5%	5	4,3%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	46	21,8%	3	1,4%	14	6,6%	28	13,3%	9	4,3%	8	3,8%	3	1,4%	5	2,4%
Wydział Politologii	50	30,9%	5	3,1%	16	9,9%	24	14,8%	5	3,1%	11	6,8%	1	0,6%	5	3,1%
Wydział Prawa i Administracji	54	15,2%	12	3,4%	18	5,1%	37	10,4%	2	0,6%	12	3,4%	6	1,7%	15	4,2%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	2	8,3%	0	0,0%	0	0,0%	7	29,2%	1	4,2%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,2%

Tabela 18. Czynniki "środowiskowe" wpływające na wybór kierunku studiów według Wydziałów

	Prestiż/renoma zawodu		Przydatność na rynku pracy		Własne zainteresowania		Tradycje rodzinne		Możliwość łączenia nauki z pracą		Pozytywne opinie kolegów/koleżanek		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wydział Artystyczny	5	9,1%	13	23,6%	47	85,5%	1	1,8%	4	7,3%	6	10,9%	0	0,0%
Wydział Biologii i Biotechnologii	8	13,6%	21	35,6%	49	83,1%	1	1,7%	6	10,2%	5	8,5%	0	0,0%
Wydział Chemii	10	11,8%	24	28,2%	73	85,9%	0	0,0%	3	3,5%	8	9,4%	0	0,0%
Wydział Ekonomiczny	102	28,2%	261	72,1%	185	51,1%	9	2,5%	42	11,6%	64	17,7%	7	1,9%

Wydział Filozofii i Socjologii	3	3,7%	19	23,2%	66	80,5%	1	1,2%	12	14,6%	7	8,5%	4	4,9%
Wydział Humanistyczny	43	13,9%	119	38,5%	241	78,0%	3	1,0%	25	8,1%	35	11,3%	5	1,6%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	43	32,1%	89	66,4%	98	73,1%	2	1,5%	14	10,4%	10	7,5%	3	2,2%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	26	22,6%	54	47,0%	91	79,1%	3	2,6%	5	4,3%	16	13,9%	3	2,6%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	27	12,8%	51	24,2%	176	83,4%	10	4,7%	24	11,4%	23	10,9%	0	0,0%
Wydział Politologii	26	16,0%	34	21,0%	119	73,5%	3	1,9%	19	11,7%	23	14,2%	3	1,9%
Wydział Prawa i Administracji	149	41,9%	156	43,8%	218	61,2%	19	5,3%	34	9,6%	50	14,0%	4	1,1%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	6	25,0%	17	70,8%	18	75,0%	0	0,0%	4	16,7%	3	12,5%	0	0,0%