



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 – rok akademicki 2017/2018

Opracowanie:

Biurow ds. Analiz Jakości Kształcenia

Centrum Kształcenia i Obsługi Studiów



Lublin, listopad 2017

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	19

Wprowadzenie

W dniach od 2 do 29 października 2017 roku, 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*, przeprowadzone zostało badanie ankietowe osób przyjętych na I roku studiów. Celem procesu badawczego było pozyskanie opinii, osób rozpoczynających studia na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej, na temat atrakcyjności jego oferty edukacyjnej oraz efektywności działań promocyjnych.

Badanie zrealizowane zostało z zastosowaniem techniki CAWI (Computer Aided Web Interview) – polegającej na wykorzystaniu w procesie elektronicznego kwestionariusza ankiety, który umieszczony został w powiązanej z systemem USOS, aplikacji Ankieter. Zaproszenia do udziału w badaniu zostały rozesłane za pomocą poczty elektronicznej studentom UMCS, będącym na pierwszym roku studiów I stopnia oraz studiów jednolitych magisterskich znajdującym się w bazie USOS na dzień 02.10.2017. Adresy e-mail do uczestników pobrane zostały z systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów.

Badanie miało charakter ilościowy. Kwestionariusz składał się z pięciu pytań zamkniętych wielokrotnego wyboru, jednego pytania matrycowego oraz pytań metrykalnych, umożliwiających późniejszy opis grupy respondentów.

W ankiecie uwzględnione zostały takie tematy, jak - źródła informacji na temat oferty dydaktycznej, powody wyboru Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, powody wyboru danego kierunku studiów, znajomość poszczególnych form promocji oraz ich wpływ na wybór Uczelni.

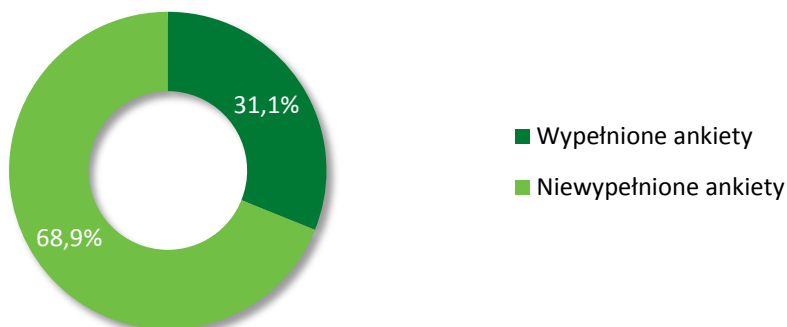
Zebrany materiał został poddany szczegółowej analizie i przedstawiony w niniejszym raporcie. Ze względu na ilościowy charakter, dane zostały zaprezentowane w formie diagramów oraz tabel. W przypadku znacznie rozbudowanych tabel, dla zwiększenia czytelności, zostały zastosowane następujące oznaczenia: 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 2 006 osób, będących na I roku studiów (I stopnia lub jednolitych magisterskich). Ze względu na fakt, że aplikacja Ankieter nie wymuszała konieczności udzielenia odpowiedzi na każde pytanie – liczba odpowiedzi na pytania metrykalne 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 ankietowym zaproszono 6 457 osób, będących na pierwszym roku studiów I stopnia bądź jednolitych magisterskich (stan liczby studentów na dzień 02.10.2017). **Kwestionariusz wypełniło 2 006 respondentów, co dało zwrotność wynoszącą 31,1%.**

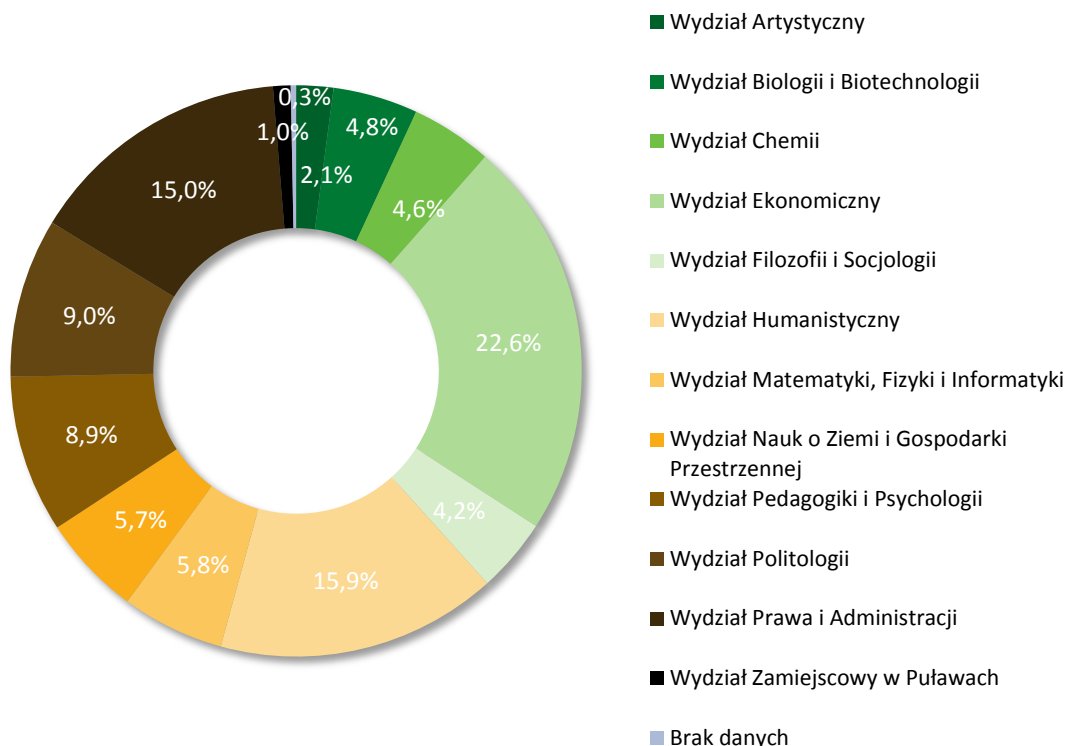
Tabela 1. Liczebność studentów z pierwszego roku studiów I stopnia lub jednolitych magisterskich w podziale na Wydziały

	Liczba wypełnionych ankiet	Liczba studentów pierwszego roku (I stopień i jednolite magisterskie)	Zwrotność
Wydział Artystyczny	43	141	30,5%
Wydział Biologii i Biotechnologii	96	229	41,9%
Wydział Chemii	93	201	46,3%
Wydział Ekonomiczny	453	1186	38,2%
Wydział Filozofii i Socjologii	85	326	26,1%
Wydział Humanistyczny	319	1096	29,1%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	116	409	28,4%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	115	360	31,9%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	179	580	30,9%
Wydział Politologii	180	613	29,4%
Wydział Prawa i Administracji	301	1202	25,0%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	20	114	17,5%
Brak danych	6	141	4,3%
Ogółem	2006	6457	31,1%

Najchętniej ankietę wypełniali studenci pierwszego roku z Wydziału Chemii (46,3%) oraz Wydziału Biologii i Biotechnologii (41,9%). Wyraźne zainteresowanie badaniem odnotowano także na Wydziale Ekonomicznym (38,2%), Wydziale Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej

(31,9%), Wydziale Pedagogiki i Psychologii (30,9%) oraz Wydziale Artystycznym (30,5%). Najmniejszą zwrotność odnotowano natomiast wśród studentów Wydziału Zamiejscowego w Puławach (17,5%).

Diagram 2. Udział procentowy respondentów według Wydziału



Wśród ankietowanych, którzy wzięli udział w badaniu, najliczniejszą grupę stanowili studenci z Wydziału Ekonomicznego (22,6%). Znaczna liczba kwestionariuszy pochodziła również od studentów z Wydziału Humanistycznego (15,9%) oraz Wydziału Prawa i Administracji (15,0%). Najmniejszy odsetek kwestionariuszy pochodził natomiast z Wydziału Artystycznego (2,1%) oraz Wydziału Zamiejscowego w Puławach (1,0%). Uzyskane dane ilościowe są analogiczne do rozkładu procentowego studentów w ramach Wydziałów.

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

	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy wypełnionych ankiet
Wydział Artystyczny	43	2,1%
Wydział Biologii i Biotechnologii	96	4,8%
Wydział Chemii	93	4,6%
Wydział Ekonomiczny	453	22,6%
Wydział Filozofii i Socjologii	85	4,2%

Wydział Humanistyczny	319	15,9%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	116	5,8%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	115	5,7%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	179	8,9%
Wydział Politologii	180	9,0%
Wydział Prawa i Administracji	301	15,0%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	20	1,0%
<i>Brak danych</i>	6	0,3%
Ogółem	2006	100,0%

Struktura grupy respondentów według poziomu kształcenia

Diagram 3. Udział procentowy respondentów według poziomu kształcenia



Zdecydowana większość respondentów to osoby będące na pierwszym roku studiów I stopnia (90,5%). Studenci z pierwszego roku studiów jednolitych magisterskich stanowili natomiast 9,3%.

Tabela 3. Liczebność respondentów w podziale na poziom kształcenia

Poziom kształcenia	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
I stopień	1816	90,5%
Jednolite magisterskie	187	9,3%
<i>Brak danych</i>	3	0,1%
Ogółem	2006	100,0%

Struktura grupy respondentów według trybu studiów

Diagram 4. Udział procentowy respondentów według trybu studiów



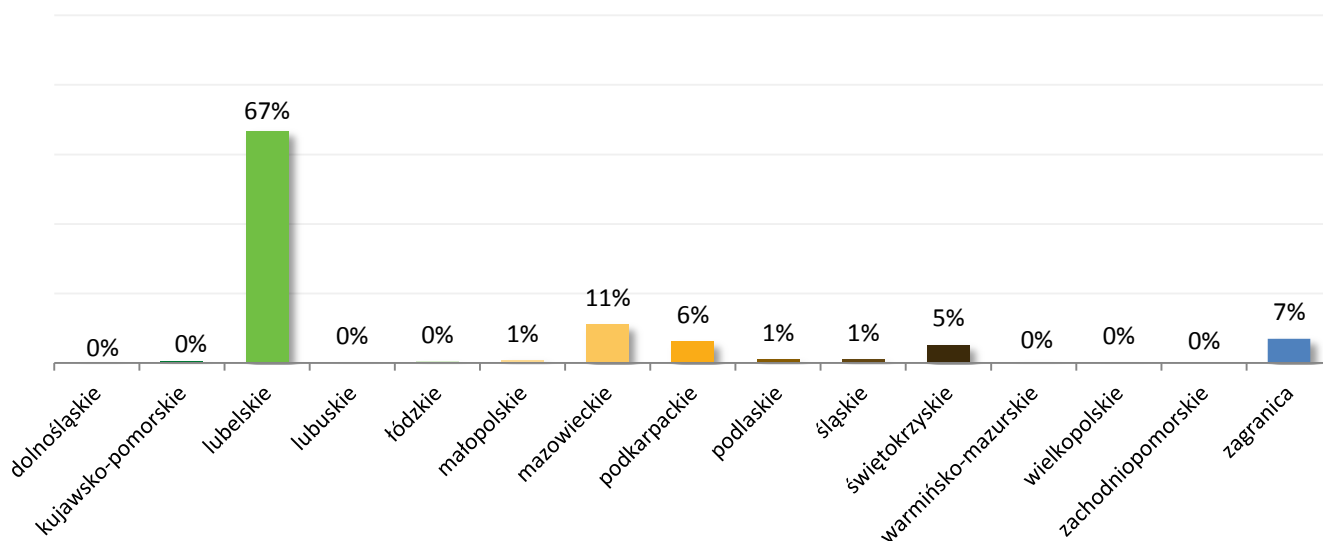
93,5% studentów, którzy wzięli udział w procesie studiujecie stacjonarnie. Jedynie 6,2% studiujecie niestacjonarnie (zaocznie).

Tabela 4. Liczebność respondentów w podziale na tryb studiów

Tryb studiów	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
Stacjonarne	1875	93,5%
Niestacjonarne (zaoczne)	124	6,2%
Brak danych	7	0,3%
Ogółem	2006	100,0%

Struktura grupy respondentów według województwa

Diagram 5. Udział procentowy respondentów według województwa

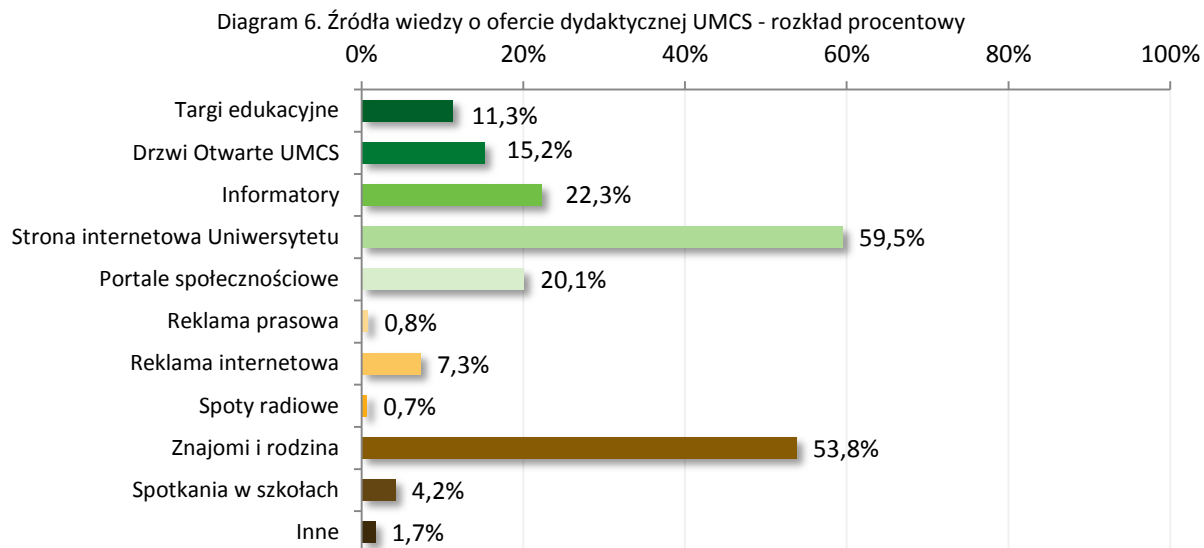


Większość studentów pierwszego roku, biorących udział w procesie, pochodzi z województwa lubelskiego (66,7%). Respondenci spoza Lubelszczyzny to w większości mieszkańcy województw – mazowieckiego (11,0%), podkarpackiego (6,1%) oraz świętokrzyskiego (5,1%). Prawie 7% ankietowanych stanowiły osoby pochodzące zza granicy.

Tabela 5. Liczebność respondentów w podziale na województwa

Województwo	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
dolnośląskie	4	0,2%
kujawsko-pomorskie	8	0,4%
lubelskie	1338	66,7%
lubuskie	2	0,1%
łódzkie	7	0,3%
małopolskie	14	0,7%
mazowieckie	220	11,0%
opolskie	0	0,0%
podkarpackie	123	6,1%
podlaskie	19	0,9%
pomorskie	0	0,0%
śląskie	18	0,9%
świętokrzyskie	102	5,1%
warmińsko-mazurskie	5	0,2%
wielkopolskie	2	0,1%
zachodniopomorskie	1	0,0%
zagranica	139	6,9%
<i>brak danych</i>	4	0,2%
Ogółem	2006	100,0%

Źródła informacji o ofercie dydaktycznej UMCS



Respondenci, pytani o źródła wiedzy o ofercie dydaktycznej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, najczęściej wskazywali stronę internetową Uczelni (59,5%) oraz znajomych i rodzinę (53,8%). Stosunkowo często, podawali także informatory (22,3%) oraz portale społecznościowe (20,1%). Najrzadziej wskazywanym źródłem informacji o ofercie dydaktycznej były spoty radiowe (0,7%) oraz reklama prasowa (0,8%). Niecałe 2% badanych podało także „inne” źródła informacji, a wśród nich między innymi – Centrum Informacyjne UMCS, IT academic Day, katalog z kierunkami UMCS, portal „Perspektywy”, Noc biologów.

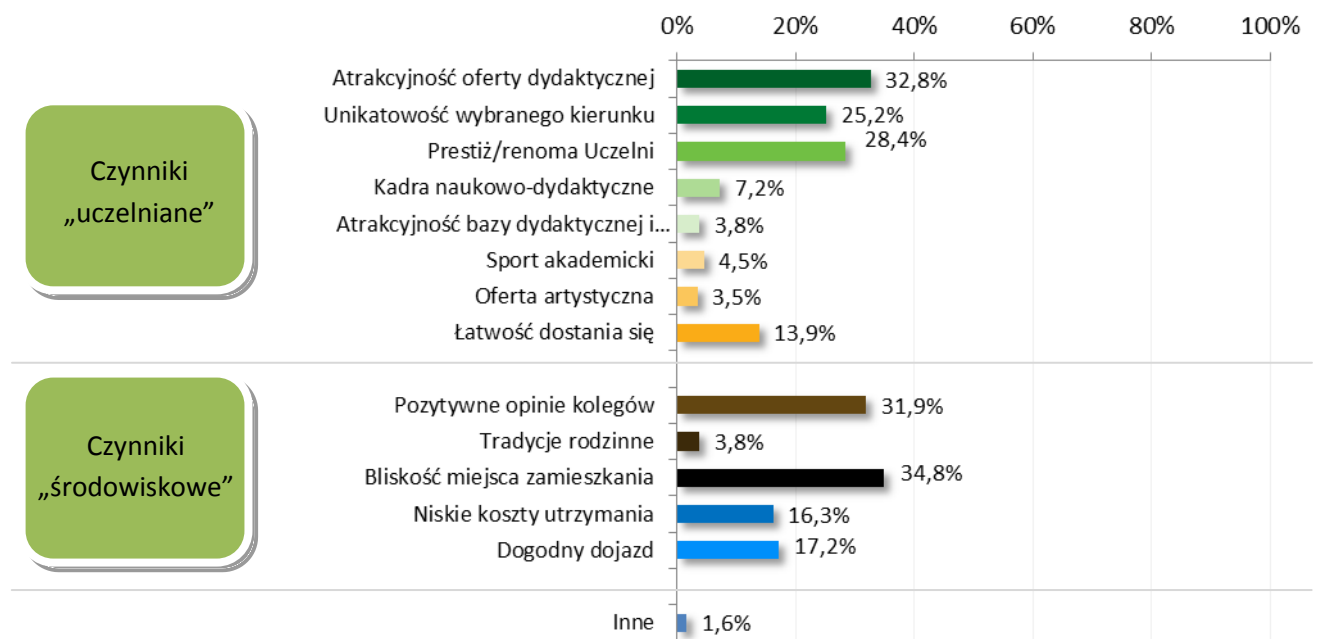
Tabela 6. Źródła wiedzy o ofercie dydaktycznej UMCS

Źródło informacji	Liczba	Procent
Targi edukacyjne	226	11,3%
Drzwi Otwarte UMCS	305	15,2%
Informatory	447	22,3%
Strona internetowa Uniwersytetu	1193	59,5%
Portale społecznościowe	403	20,1%
Reklama prasowa	17	0,8%
Reklama internetowa	147	7,3%
Spoty radiowe	14	0,7%
Znajomi i rodzina	1080	53,8%
Spotkania w szkołach	85	4,2%
Inne	34	1,7%

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



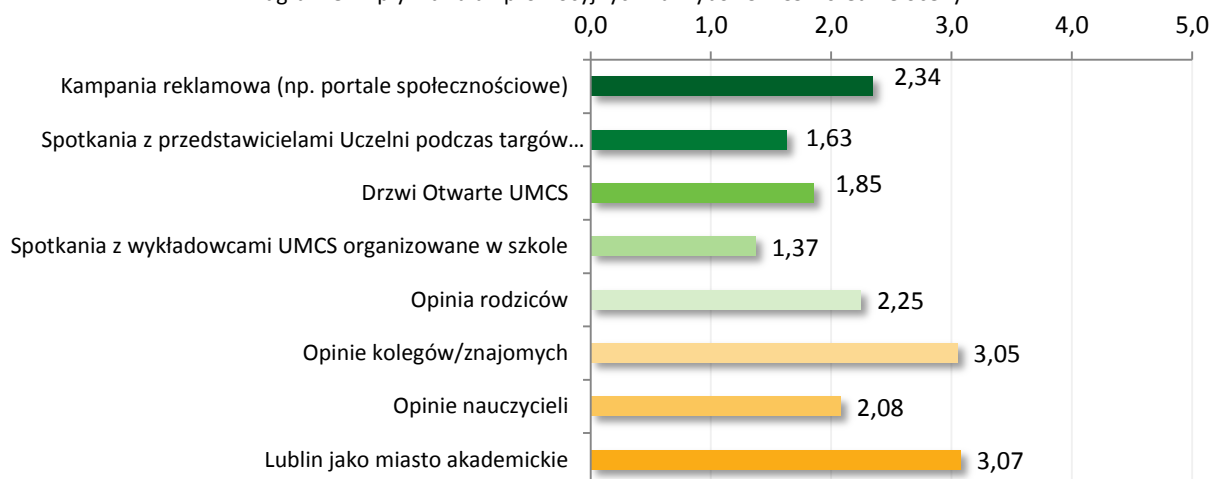
Spośród czynników „uczelnianych” wpływających na wybór studiów na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej, studenci pierwszego roku najczęściej wskazywali na atrakcyjność oferty dydaktycznej (32,8%), prestiż/renomę Uczelni (28,4%) oraz unikatowość wybranego kierunku (25,2%). Najmniejszy wpływ na decyzję respondentów miała natomiast oferta artystyczna (3,5%) oraz atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej (3,8%). Spośród czynników „środowiskowych” największy wpływ na wybór uczelni miały – bliskość miejsca zamieszkania (34,8%) oraz pozytywne opinie kolegów (31,9%), a najmniejszy tradycje rodzinne (3,8%). Studenci, jako „inne” czynniki wpływające na wybór studiów w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej (1,6%) wskazywali – wcześniejsze studiowanie w UMCS, znajomi na Uczelni/ w Lublinie, brak możliwości aplikowania na inne Uczelnie, niedostanie się na inny kierunek, sport, praca, przyszłościowość wybranego kierunku, przyjemnie i niehermetyczne środowisko oraz możliwość uzyskania stypendium.

Tabela 7. Czynniki wpływające na wybór studiów w UMCS

Rodzaj	Czynnik	Liczba	Procent
Uczelniane	Atrakcyjność oferty dydaktycznej	657	32,8%
	Unikatowość wybranego kierunku	506	25,2%
	Prestiż/renoma uczelni	570	28,4%
	Kadra naukowo-dydaktyczna	145	7,2%
	Atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej	76	3,8%
	Sport akademicki	90	4,5%
	Oferta artystyczna	70	3,5%
	Łatwość dostania się	278	13,9%
Środowiskowe	Pozytywne opinie kolegów	639	31,9%
	Tradycje rodzinne	77	3,8%
	Bliskość miejsca zamieszkania	698	34,8%
	Niskie koszty utrzymania	326	16,3%
	Dogodny dojazd	345	17,2%
Inne		33	1,6%

Działania promocyjne

Diagram 8. Wpływ działań promocyjnych na wybór UMCS – średnie oceny

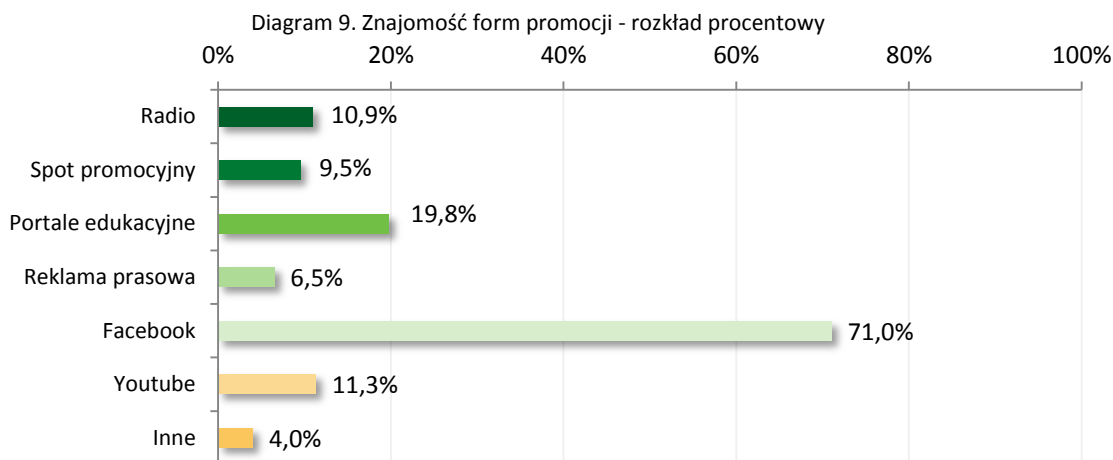


Respondenci, proszeni byli o ocenę, na ile poszczególne formy promocji wpłynęły na ich wybór studiów. Dokonywali jej za pomocą skali odpowiedzi – *bardzo duży* (5 punktów), *duży* (4 punkty), *średni* (3 punkty), *mały* (2 punkty), *bardzo mały* (1 punkt) oraz *nie miało wpływu* (0 punktów). Dzięki przyporządkowaniu, 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 Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w sposób duży bądź bardzo duży (średnia powyżej 3,5 punktu). Według deklaracji studentów, średni wpływ na ich wybór miały opinie kolegów/znajomych (3,05) oraz Lublin, jako miasto akademickie (3,07). Natomiast kampania reklamowa (2,34), opinie rodziców (2,25) oraz opinie nauczycieli (2,08) miały według respondentów mały wpływ na ich wybór.

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)	152	7,6%	415	20,7%	529	26,4%	243	12,1%	156	7,8%	490	24,4%	2,34
Spotkania z przedstawicielami Uczelni podczas targów edukacyjnych	103	5,1%	278	13,9%	358	17,8%	193	9,6%	125	6,2%	915	45,6%	1,63
Drzwi Otwarte UMCS	185	9,2%	343	17,1%	320	16,0%	155	7,7%	93	4,6%	879	43,8%	1,85
Spotkania z wykładowcami UMCS organizowane w szkole	91	4,5%	204	10,2%	309	15,4%	196	9,8%	112	5,6%	1060	52,8%	1,37
Opinia rodziców	188	9,4%	375	18,7%	449	22,4%	245	12,2%	152	7,6%	563	28,1%	2,25
Opinie kolegów/znajomych	344	17,1%	609	30,4%	478	23,8%	177	8,8%	106	5,3%	271	13,5%	3,05
Opinie nauczycieli	166	8,3%	359	17,9%	408	20,3%	234	11,7%	153	7,6%	658	32,8%	2,08
Lublin, jako miasto akademickie	430	21,4%	572	28,5%	402	20,0%	179	8,9%	103	5,1%	300	15,0%	3,07



Studenci, proszeni o wybranie znanych im form promocji Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, w większości wskazywali portal społecznościowy – **Facebook** (71,0%). Część respondentów spotkała się również z promocją na **portalach edukacyjnych** (19,8%). Najmniej znaną studentom formą promocji okazała się być **reklama prasowa** (6,5%).

Tabela 9. Znajomość form promocji

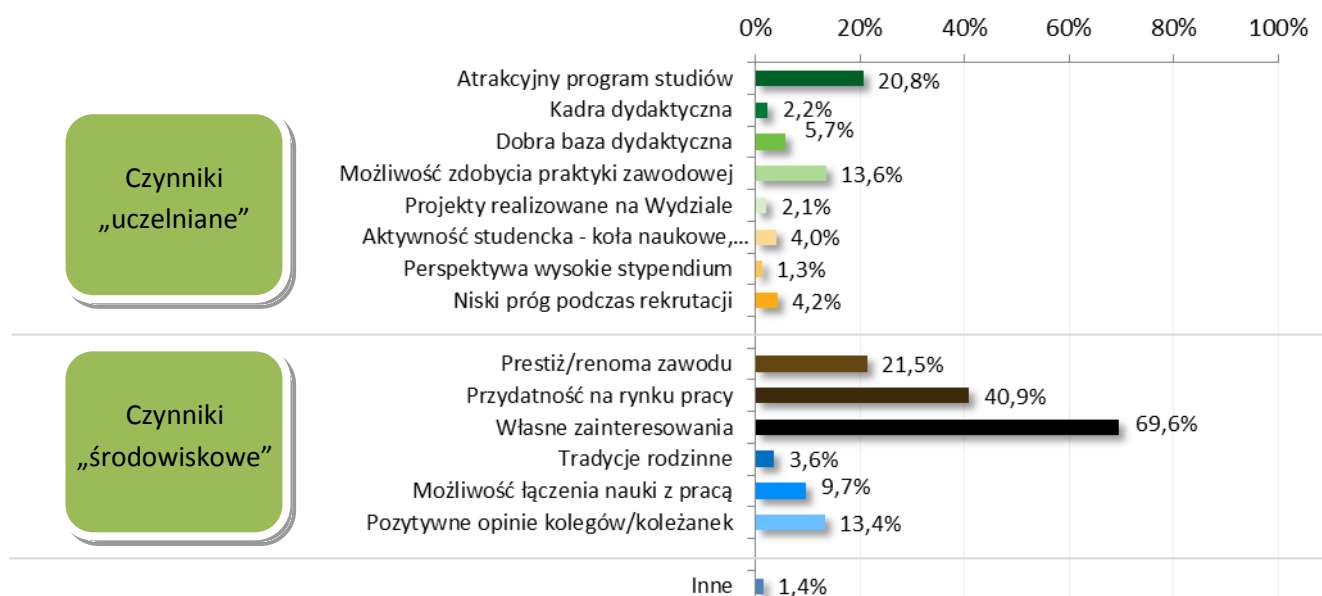
Forma promocji	Liczba	Procent
Radio	218	10,9%
Spot promocyjny	191	9,5%
Portale edukacyjne	398	19,8%
Reklama prasowa	131	6,5%
Facebook	1424	71,0%
Youtube	226	11,3%
Inne	80	4,0%

Poza wyżej wymienionymi, 4,0% studentów deklarowało także znajomość takich form promocji UMCS, jak: bilbordy, banery, aplikacja na telefon – informator maturzysty, instagram, snapchat, portal „Perspektywy”. Część z respondentów, którzy wybrali odpowiedź „inne” zadeklarowała, że w ogóle nie zna żadnej z form promocji UMCS.

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



Respondenci pytani o czynniki, które wpłynęły na wybranie przez nich studiów na danym kierunku, wskazywali najczęściej własne zainteresowania (69,6%), przydatność na rynku pracy (40,9%) oraz prestiż/renomę zawodu (21,5%) – czynniki „środowiskowe” oraz atrakcyjny program studiów (20,8%) i możliwość zdobycia praktyki zawodowej (13,6%) – czynniki „uczelniane”. Najbardziej wskazywanymi przez studentów, powodami podjęcia studiów na danym kierunku były – perspektywa wysokiego stypendium (1,3%), projekty realizowane na Wydziale (2,1%), kadra dydaktyczna (2,2%) oraz tradycje rodzinne (3,6%). Respondenci, jako „inne” czynniki, które wpłynęły na ich wybór (1,4%) wskazywali między innymi – chęć indywidualnego rozwoju i sprawdzenia się, zainteresowania, dodatkową rekrutacją, możliwość połączenia dwóch kierunków studiów.

Tabela 10. Czynniki wpływające na wybór kierunku studiów

Rodzaj	Czynnik	Liczba	Procent
Uczelniane	Atrakcyjny program studiów	418	20,8%
	Kadra dydaktyczna	45	2,2%
	Dobra baza dydaktyczna	115	5,7%
	Możliwość zdobycia praktyki zawodowej	273	13,6%
	Projekty realizowane na Wydziale	43	2,1%
	Aktywność studencka - koła naukowe, samorządy	81	4,0%
	Perspektywa wysokie stypendium	26	1,3%
	Niski próg podczas rekrutacji	84	4,2%
Środowiskowe	Prestiż/renoma zawodu	432	21,5%
	Przydatność na rynku pracy	821	40,9%
	Własne zainteresowania	1397	69,6%
	Tradycje rodzinne	73	3,6%
	Możliwość łączenia nauki z pracą	195	9,7%
	Pozytywne opinie kolegów/koleżanek	268	13,4%
Inne		28	1,4%

Podsumowanie

W terminie od 2 do 29 października 2017 roku, zrealizowane zostało **badanie ankietowe dla osób przyjętych na pierwszy rok studiów** w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej. Proces badawczy został przeprowadzony za pośrednictwem, powiązanej z Uniwersyteckim Systemem Obsługi Studiów (USOS), aplikacji Ankieter. Do udziału w badaniu zaproszono wszystkich studentów UMCS, będących na pierwszym roku studiów I stopnia bądź jednolitych magisterskich. Każdy zaproszony uczestnik otrzymał drogą e-mailową link dostępowy do kwestionariusza, który mógł wypełnić 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.

Aktywny udział w procesie badawczym wzięło 2 006 studentów pierwszego roku z 6 457 zaproszonych. Dało to ogólną **zwrotność wynoszącą 31,1%**. Najchętniej kwestionariusze wypełniały osoby studiuje na **Wydziale Chemii** (46,3%) oraz **Wydziale Biologii i Biotechnologii** (41,9%). Najmniejszą zwrotność odnotowano natomiast wśród studentów Wydziału Zamiejscowego w Puławach (17,5%).

Wśród uczestników badania, dominującą grupę pod względem **poziomu kształcenia**, stanowiły osoby będące na **studiach I stopnia** (90,5%). Natomiast pod względem **trybu studiów** – osoby studiuje **stacjonarnie** (93,5%).

Prawie **67% studentów** pierwszego roku, biorących udział w procesie, pochodzi z **województwa lubelskiego**. Respondenci spoza Lubelszczyzny to w większości mieszkańcy województw – **mazowieckiego** (11,0%), **podkarpackiego** (6,1%) oraz **świętokrzyskiego** (5,1%). Prawie **7% ankietowanych stanowiły osoby pochodzące zza granicy**. Żadna z badanych osób nie pochodzi z województw – opolskiego i pomorskiego.

Głównymi **źródłami informacji o ofercie dydaktycznej** Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej są, zdaniem studentów pierwszego roku, **strona internetowa Uniwersytetu** (59,5%) oraz **znajomi i rodzina** (53,8%). Respondenci deklarowali także, że wiedzę na temat oferty czerpali również z **informatoryjnych** (22,3%) oraz **portali społecznościowych** (20,1%).

Decydując się na podjęcie studiów w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej, respondenci najczęściej **kierowali się bliskością miejsca zamieszkania** (34,8%), **atrakcyjnością oferty dydaktycznej** (32,8%), **pozytywnymi opiniami kolegów** (31,9%), **prestżem/renomą Uczelni** (28,4%) oraz **unikatowością wybranego kierunku** (25,2%).

Wybierając określony kierunek studiów, uczestnicy badania najczęściej **kierowali się – własnymi zainteresowaniami (69,6%), przydatnością na rynku pracy (40,9%), prestiżem/ renomą zawodu (21,5%), atrakcyjnością programu studiów (20,8%) oraz możliwością zdobycia praktyki zawodowej (13,6%).**

Studenci, pytani o **znane im formy promocji** Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, w większości wskazywali **portal społecznościowy – Facebook (71,0%)**. Natomiast najmniej znaną respondentom formą promocji były reklamy prasowe (6,5%).

Osoby badane, deklarowały, że działania promocyjne miały średni lub mały wpływ na dokonany przez nich wybór studiów. Należy jednak podkreślić, że nie jest to równoznaczne z negatywną oceną podejmowanych przez Uniwersytet działań promocyjnych. Mimo tego, że studenci nie postrzegają poszczególnych form promocji, jako czynników determinujących podejmowane przez nich decyzje dotyczące studiów, to jednak zauważają i doceniają treści, które promocja za sobą niesie. Treści te dotyczą między innymi informacji o ofercie dydaktycznej, programach studiów – czyli aspektach, które studenci wskazują, jako wpływające na ich decyzję o wyborze Uniwersytetu czy kierunku studiów.

Wnioski

Analiza uzyskanych w badaniu ankietowym danych oraz zidentyfikowanie słabych i mocnych stron działań promocyjnych Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, umożliwia zaprojektowanie i wdrożenie szczegółowego planu działań, służącemu **zwiększeniu skuteczności procesu promocji**.

Biorąc pod uwagę strukturę grupy respondentów, pod kątem ich pochodzenia, zauważa się, że większość z nich to mieszkańcy województwa lubelskiego. Co za tym idzie, **poprzez działania promocyjne należałoby zwiększyć zainteresowanie ofertą dydaktyczną Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, także osoby z innych części Polski**. Zintensyfikowanie działań promocyjnych w województwach innych niż lubelskie, **mogłoby wpłynąć na podniesienie liczby kandydatów na studia w UMCS**.

Bardzo ważne **dla utrzymania zainteresowania potencjalnych studentów**, jest **podtrzymanie obecnego poziomu oraz kompleksowości informacji na stronie internetowej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej**. Dodatkowo **warto stale poszerzać i uatrakcyjnić treści dotyczące Uniwersytetu i jego oferty**, zamieszczane w **informatorach** oraz przekazywane podczas **Drzwi Otwartych UMCS** oraz **Targów edukacyjnych**.

Kluczowym elementem, dla pozyskiwania nowych studentów jest stale podnoszenie poziomu zadowolenia z Uniwersytetu studentów obecnych, których opinia jest często głównym czynnikiem wpływającym na wybór Uczelni. Dodatkowo, niezbędna jest także **dbałość o wizerunek Uniwersytetu**, przekładająca się na jego **prestiż** oraz **zapewnienie atrakcyjności oferty dydaktycznej**.

Bardzo duży wpływ na wybór określonego kierunku studiów jest jego **przydatność na rynku pracy**, co za tym idzie prowadząc działania promocyjne **warto podkreślać zawodową wartość poszczególnych kierunków, 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	8	0,4%
	Edukacja artystyczna w zakresie sztuk plastycznych	11	0,5%
	Grafika	13	0,6%
	Jazz i muzyka estradowa	4	0,2%
	Malarstwo	7	0,3%
Wydział Biologii i Biotechnologii	Biologia	10	0,5%
	Biologia, specjalność bioanalityka	12	0,6%
	Biologia, specjalność biologia medyczna	14	0,7%
	Biotechnologia	60	3,0%
Wydział Chemii	Chemia	93	4,6%
Wydział Ekonomiczny	Analityka gospodarcza	37	1,8%
	Ekonomia	81	4,0%
	Finanse i rachunkowość	152	7,6%
	Logistyka	113	5,6%
	Zarządzanie	70	3,5%
Wydział Filozofii i Socjologii	Europeistyka	8	0,4%
	Filozofia	6	0,3%
	Kognitywistyka	22	1,1%
	Kreatywność społeczna	24	1,2%
	Socjologia	14	0,7%
	Zarządzanie w politykach publicznych	11	0,5%
Wydział Humanistyczny	Anglistyka	42	2,1%
	Archeologia	3	0,1%
	Architektura informacji	14	0,7%
	Archiwistyka i nowoczesne zarządzanie zapisami informacyjnymi	22	1,1%
	Balkanistyka	6	0,3%
	E-edytorstwo i techniki redakcyjne	16	0,8%
	Filologia polska	21	1,0%
	Germanistyka	19	0,9%
	Historia	16	0,8%
	Iberistyka	30	1,5%
	Kulturoznawstwo	8	0,4%
Lingwistyka stosowana	32	1,6%	

	Logopedia z audiologią	30	1,5%
	Romanistyka	24	1,2%
	Rusycystyka	6	0,3%
	Technologie cyfrowe w animacji kultury	16	0,8%
	Turystyka historyczna	8	0,4%
	Ukrainistyka	5	0,2%
	<i>Brak danych</i>	1	0,0%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	Fizyka	6	0,3%
	Fizyka techniczna	2	0,1%
	Informatyka	62	3,1%
	Inżynieria nowoczesnych materiałów	3	0,1%
	Matematyka	21	1,0%
	Matematyka i finanse	22	1,1%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	Geografia	10	0,5%
	Geoinformatyka	28	1,4%
	Gospodarka przestrzenna	29	1,4%
	Tourism Management	5	0,2%
	Turystyka i rekreacja	43	2,1%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	Animacja kultury	21	1,0%
	Pedagogika	53	2,6%
	Pedagogika specjalna	40	2,0%
	Praca socjalna	16	0,8%
	Psychologia	49	2,4%
Wydział Politologii	Bezpieczeństwo narodowe	40	2,0%
	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna	40	2,0%
	Politologia	10	0,5%
	Produkcja medialna	45	2,2%
	Społeczeństwo informacyjne	10	0,5%
	Stosunki międzynarodowe	35	1,7%
Wydział Prawa i Administracji	Administracja	56	2,8%
	Bezpieczeństwo wewnętrzne	80	4,0%
	Prawo	124	6,2%
	Prawno-biznesowy	41	2,0%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	Administracja publiczna	3	0,1%
	Chemia techniczna	1	0,0%
	Fizjoterapia	16	0,8%
	<i>Brak danych</i>	6	0,3%
	Ogółem	2006	100%

Tabela 12. Liczebność respondentów w podziale na województwa i powiaty

Województwo	Powiat	Liczba wypełnionych ankiet	Udział procentowy
dolnośląskie	gólgowski	1	25,0%
	górowski	1	25,0%
	kamiennogórski	1	25,0%
	Wrocław	1	25,0%
kujawsko-pomorskie	bydgoski	1	12,5%
	Bydgoszcz	1	12,5%
	golubsko-dobrzyński	1	12,5%
	Grudziądz	2	25,0%
	lipnowski	2	25,0%
	świecki	1	12,5%
lubelskie	białski	51	3,8%
	Biała Podlaska	16	1,2%
	biłgorajski	28	2,1%
	Chełm	24	1,8%
	chełmski	40	3,0%
	hrubieszowski	36	2,7%
	janowski	29	2,2%
	krasnostawski	41	3,1%
	kraśnicki	54	4,0%
	lubartowski	68	5,1%
	lubelski	148	11,1%
	Lublin	298	22,3%
	łęczyński	37	2,8%
	łukowski	32	2,4%
	opolski	41	3,1%
	parczewski	33	2,5%
	puławski	74	5,5%
	radzyński	39	2,9%
	rycki	24	1,8%
	świdnicki	68	5,1%
tomaszowski	42	3,1%	
włodawski	28	2,1%	
zamojski	59	4,4%	

	Zamość	28	2,1%
lubuskie	Zielona Góra	2	100,0%
łódzkie	bełchatowski	2	28,6%
	łęczycki	1	14,3%
	Piotrków Trybunalski	1	14,3%
	radomszczański	1	14,3%
	tomaszowski	2	28,6%
małopolskie	bocheński	1	7,1%
	chrzanowski	1	7,1%
	dąbrowski	1	7,1%
	Kraków	1	7,1%
	myślenicki	1	7,1%
	nowosądecki	3	21,4%
	nowotarski	2	14,3%
	Nowy Sącz	1	7,1%
	tarnowski	1	7,1%
	tatrzański	1	7,1%
	wielicki	1	7,1%
mazowieckie	białobrzeski	2	0,9%
	ciechanowski	1	0,5%
	garwoliński	14	6,4%
	grodziski	1	0,5%
	grójecki	6	2,7%
	kozienicki	14	6,4%
	legionowski	1	0,5%
	lipski	12	5,5%
	łosicki	8	3,6%
	miński	3	1,4%
	ostrowski	1	0,5%
	otwocki	5	2,3%
	piaseczyński	1	0,5%
	Płock	2	0,9%
	płocki	1	0,5%
	płoński	1	0,5%
pruszkowski	1	0,5%	

	przysuski	11	5,0%
	Radom	52	23,6%
	radomski	36	16,4%
	Siedlce	14	6,4%
	siedlecki	10	4,5%
	sochaczewski	2	0,9%
	sokołowski	1	0,5%
	szydłowiecki	4	1,8%
	Warszawa	5	2,3%
	wołomiński	3	1,4%
	zwoleński	8	3,6%
	bieszczadzki	3	2,4%
	brzozowski	3	2,4%
	dębicki	6	4,9%
	jarosławski	5	4,1%
	jasielski	1	0,8%
	kolbuszowski	3	2,4%
	Krosno	3	2,4%
	krośnieński	7	5,7%
	leżajski	3	2,4%
	lubaczowski	7	5,7%
	łańcucki	6	4,9%
	mielecki	6	4,9%
	niżański	11	8,9%
	przemyski	1	0,8%
	Przemyśl	7	5,7%
	przeworski	3	2,4%
	ropczycko-sędziszowski	4	3,3%
	rzeszowski	4	3,3%
	Rzeszów	7	5,7%
	sanocki	6	4,9%
	stalowowolski	14	11,4%
	strzyżowski	1	0,8%
	Tarnobrzeg	2	1,6%
	tarnobrzesci	10	8,1%
podlaskie	augustowski	1	5,3%

	Białystok	5	26,3%
	bielski	3	15,8%
	hajnowski	3	15,8%
	Łomża	1	5,3%
	moniecki	1	5,3%
	siemiatycki	3	15,8%
	Suwałki	2	10,5%
śląskie	bielski	1	5,6%
	Bielsko-Biała	1	5,6%
	cieszyński	2	11,1%
	Częstochowa	2	11,1%
	częstochowski	2	11,1%
	Jastrzębie-Zdrój	1	5,6%
	Jaworzno	1	5,6%
	Katowice	1	5,6%
	Rybnik	2	11,1%
	Sosnowiec	2	11,1%
	zawierciański	2	11,1%
	Żory	1	5,6%
świętokrzyskie	buski	7	6,9%
	jędrzejowski	2	2,0%
	Kielce	10	9,8%
	kielecki	7	6,9%
	konecki	3	2,9%
	opatowski	11	10,8%
	ostrowiecki	19	18,6%
	pińczowski	3	2,9%
	sandomierski	16	15,7%
	skarżyski	4	3,9%
	starachowicki	13	12,7%
	staszowski	5	4,9%
włoszczowski	2	2,0%	
warmińsko-mazurskie	kętrzyński	1	20,0%
	mrągowski	1	20,0%
	nowomiejski	1	20,0%

	olecki	1	20,0%
	Olsztyn	1	20,0%
wielkopolskie	słupecki	1	50,0%
	wągrowiecki	1	50,0%
zachodniopomorskie	Pyrzycki	1	100,0%
zagranica	Białoruś	34	24,5%
	Chiny	1	0,7%
	Rosja	1	0,7%
	Ukraina	103	74,1%

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	2	4,7%	7	16,3%	9	20,9%	25	58,1%	6	14,0%	1	2,3%	2	4,7%	-	-	23	53,5%	1	2,3%	4	9,3%
Wydział Biologii i Biotechnologii	9	9,4%	16	16,7%	26	27,1%	61	63,5%	20	20,8%	1	1,0%	5	5,2%	-	-	48	50,0%	6	6,3%	2	2,1%
Wydział Chemii	15	16,1%	20	21,5%	24	25,8%	61	65,6%	15	16,1%	-	-	2	2,2%	-	-	31	33,3%	9	9,7%	2	2,2%
Wydział Ekonomiczny	55	12,1%	68	15,0%	104	23,0%	276	60,9%	98	21,6%	1	0,2%	39	8,6%	2	0,4%	254	56,1%	14	3,1%	1	0,2%
Wydział Filozofii i Socjologii	15	17,6%	7	8,2%	15	17,6%	57	67,1%	12	14,1%	-	-	5	5,9%	1	1,2%	38	44,7%	1	1,2%	6	7,1%
Wydział Humanistyczny	26	8,2%	56	17,6%	69	21,6%	199	62,4%	74	23,2%	6	1,9%	27	8,5%	3	0,9%	161	50,5%	17	5,3%	3	0,9%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	11	9,5%	13	11,2%	26	22,4%	61	52,6%	18	15,5%	1	0,9%	6	5,2%	-	-	75	64,7%	6	5,2%	5	4,3%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	19	16,5%	19	16,5%	33	28,7%	69	60,0%	18	15,7%	-	-	11	9,6%	1	0,9%	60	52,2%	4	3,5%	2	1,7%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	18	10,1%	31	17,3%	38	21,2%	113	63,1%	37	20,7%	3	1,7%	11	6,1%	1	0,6%	106	59,2%	5	2,8%	-	-

Wydział Politologii	20	11,1%	31	17,2%	33	18,3%	110	61,1%	32	17,8%	3	1,7%	14	7,8%	-	-	93	51,7%	10	5,6%	3	1,7%
Wydział Prawa i Administracji	32	10,6%	33	11,0%	67	22,3%	153	50,8%	70	23,3%	1	0,3%	22	7,3%	6	2,0%	178	59,1%	11	3,7%	5	1,7%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	4	20,0%	4	20,0%	3	15,0%	8	40,0%	2	10,0%	-	-	3	15,0%	-	-	11	55,0%	1	5,0%	-	-

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

	Atrakcyjność oferty dydaktycznej		Unikatowość wybranego kierunku		Prestż/renoma uczelni		Kadra naukowo-dydaktyczne		Atrakcyjność bazy dydaktycznej i mieszkaniowej		Sport akademicki		Oferta artystyczna		Łatwość dostania się	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wydział Artystyczny	10	23,3%	15	34,9%	5	11,6%	3	7,0%	2	4,7%	-	-	22	51,2%	11	25,6%
Wydział Biologii i Biotechnologii	36	37,5%	20	20,8%	26	27,1%	4	4,2%	9	9,4%	8	8,3%	-	-	15	15,6%
Wydział Chemii	32	34,4%	55	59,1%	15	16,1%	5	5,4%	4	4,3%	1	1,1%	1	1,1%	11	11,8%
Wydział Ekonomiczny	142	31,3%	70	15,5%	151	33,3%	32	7,1%	23	5,1%	21	4,6%	3	0,7%	64	14,1%
Wydział Filozofii i Socjologii	26	30,6%	42	49,4%	19	22,4%	3	3,5%	1	1,2%	4	4,7%	4	4,7%	13	15,3%
Wydział Humanistyczny	102	32,0%	131	41,1%	71	22,3%	24	7,5%	8	2,5%	14	4,4%	8	2,5%	37	11,6%

Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	37	31,9%	19	16,4%	36	31,0%	16	13,8%	7	6,0%	4	3,4%	2	1,7%	25	21,6%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	42	36,5%	30	26,1%	25	21,7%	6	5,2%	6	5,2%	6	5,2%	1	0,9%	12	10,4%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	80	44,7%	25	14,0%	51	28,5%	12	6,7%	4	2,2%	3	1,7%	16	8,9%	21	11,7%
Wydział Politologii	59	32,8%	65	36,1%	52	28,9%	6	3,3%	6	3,3%	9	5,0%	10	5,6%	20	11,1%
Wydział Prawa i Administracji	83	27,6%	31	10,3%	114	37,9%	34	11,3%	6	2,0%	19	6,3%	3	1,0%	41	13,6%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	7	35,0%	3	15,0%	4	20,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	8	40,0%

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	3	7,0%	2	4,7%	11	25,6%	6	14,0%	6	14,0%	1	2,3%
Wydział Biologii i Biotechnologii	25	26,0%	-	-	36	37,5%	17	17,7%	17	17,7%	-	-
Wydział Chemii	20	21,5%	2	2,2%	27	29,0%	14	15,1%	10	10,8%	-	-
Wydział Ekonomiczny	157	34,7%	19	4,2%	172	38,0%	77	17,0%	83	18,3%	5	1,1%
Wydział Filozofii i Socjologii	23	27,1%	5	5,9%	24	28,2%	10	11,8%	8	9,4%	1	1,2%
Wydział Humanistyczny	93	29,2%	12	3,8%	108	33,9%	51	16,0%	60	18,8%	9	2,8%

Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	34	29,3%	7	6,0%	41	35,3%	26	22,4%	22	19,0%	5	4,3%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	52	45,2%	-	-	38	33,0%	17	14,8%	21	18,3%	2	1,7%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	76	42,5%	9	5,0%	58	32,4%	23	12,8%	24	13,4%	3	1,7%
Wydział Politologii	50	27,8%	1	0,6%	69	38,3%	32	17,8%	31	17,2%	4	2,2%
Wydział Prawa i Administracji	100	33,2%	20	6,6%	108	35,9%	53	17,6%	59	19,6%	1	0,3%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	4	20,0%	-	-	5	25,0%	-	-	4	20,0%	-	-

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	8	18,6%	8	18,6%	5	11,6%	2	4,7%	25	58,1%	7	16,3%	1	2,3%
Wydział Biologii i Biotechnologii	7	7,3%	14	14,6%	20	20,8%	9	9,4%	68	70,8%	16	16,7%	4	4,2%
Wydział Chemii	4	4,3%	7	7,5%	28	30,1%	7	7,5%	63	67,7%	10	10,8%	3	3,2%
Wydział Ekonomiczny	45	9,9%	33	7,3%	94	20,8%	30	6,6%	335	74,0%	42	9,3%	14	3,1%
Wydział Filozofii i Socjologii	10	11,8%	9	10,6%	23	27,1%	6	7,1%	64	75,3%	11	12,9%	6	7,1%
Wydział Humanistyczny	37	11,6%	28	8,8%	61	19,1%	17	5,3%	230	72,1%	39	12,2%	13	4,1%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	11	9,5%	8	6,9%	13	11,2%	3	2,6%	76	65,5%	12	10,3%	12	10,3%

Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	9	7,8%	15	13,0%	28	24,3%	10	8,7%	77	67,0%	8	7,0%	6	5,2%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	23	12,8%	13	7,3%	36	20,1%	10	5,6%	137	76,5%	17	9,5%	6	3,4%
Wydział Politologii	18	10,0%	18	10,0%	40	22,2%	13	7,2%	131	72,8%	36	20,0%	4	2,2%
Wydział Prawa i Administracji	42	14,0%	33	11,0%	49	16,3%	22	7,3%	205	68,1%	26	8,6%	11	3,7%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	4	20,0%	5	25,0%	1	5,0%	2	10,0%	10	50,0%	1	5,0%	-	-

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	11	25,6%	3	7,0%	-	-	6	14,0%	4	9,3%	-	-	1	2,3%	5	11,6%
Wydział Biologii i Biotechnologii	23	24,0%	3	3,1%	6	6,3%	12	12,5%	3	3,1%	3	3,1%	1	1,0%	7	7,3%
Wydział Chemii	21	22,6%	1	1,1%	3	3,2%	11	11,8%	1	1,1%	5	5,4%	2	2,2%	1	1,1%
Wydział Ekonomiczny	69	15,2%	8	1,8%	31	6,8%	67	14,8%	10	2,2%	13	2,9%	5	1,1%	13	2,9%
Wydział Filozofii i Socjologii	32	37,6%	-	-	1	1,2%	7	8,2%	-	-	6	7,1%	-	-	5	5,9%
Wydział Humanistyczny	75	23,5%	6	1,9%	28	8,8%	42	13,2%	9	2,8%	15	4,7%	7	2,2%	15	4,7%

Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	16	13,8%	3	2,6%	6	5,2%	13	11,2%	-	-	6	5,2%	-	-	4	3,4%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	30	26,1%	2	1,7%	9	7,8%	18	15,7%	2	1,7%	3	2,6%	4	3,5%	5	4,3%
Wydział Pedagogiki i Psychologii	47	26,3%	7	3,9%	7	3,9%	33	18,4%	2	1,1%	8	4,5%	2	1,1%	1	0,6%
Wydział Politologii	45	25,0%	1	0,6%	6	3,3%	33	18,3%	9	5,0%	15	8,3%	-	-	11	6,1%
Wydział Prawa i Administracji	44	14,6%	10	3,3%	16	5,3%	27	9,0%	2	0,7%	6	2,0%	4	1,3%	13	4,3%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	5	25,0%	1	5,0%	1	5,0%	4	20,0%	-	-	1	5,0%	-	-	4	20,0%

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

	Prestiż/reputacja 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	11,6%	4	9,3%	38	88,4%	2	4,7%	7	16,3%	7	16,3%	-	-
Wydział Biologii i Biotechnologii	19	19,8%	32	33,3%	72	75,0%	-	-	8	8,3%	13	13,5%	1	1,0%
Wydział Chemii	17	18,3%	31	33,3%	74	79,6%	2	2,2%	5	5,4%	11	11,8%	1	1,1%
Wydział Ekonomiczny	130	28,7%	299	66,0%	223	49,2%	27	6,0%	56	12,4%	63	13,9%	9	2,0%

Wydział Filozofii i Socjologii	5	5,9%	22	25,9%	59	69,4%	3	3,5%	13	15,3%	11	12,9%	4	4,7%
Wydział Humanistyczny	41	12,9%	98	30,7%	261	81,8%	6	1,9%	24	7,5%	34	10,7%	3	0,9%
Wydział Matematyki, Fizyki i Informatyki	33	28,4%	67	57,8%	85	73,3%	5	4,3%	11	9,5%	12	10,3%	1	0,9%
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej	13	11,3%	45	39,1%	86	74,8%	3	2,6%	12	10,4%	16	13,9%	-	-
Wydział Pedagogiki i Psychologii	18	10,1%	41	22,9%	156	87,2%	5	2,8%	21	11,7%	28	15,6%	-	-
Wydział Politologii	26	14,4%	55	30,6%	140	77,8%	1	0,6%	12	6,7%	17	9,4%	7	3,9%
Wydział Prawa i Administracji	120	39,9%	114	37,9%	191	63,5%	18	6,0%	24	8,0%	52	17,3%	2	0,7%
Wydział Zamiejscowy w Puławach	5	25,0%	13	65,0%	12	60,0%	1	5,0%	1	5,0%	3	15,0%	-	-