

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Нижегородский государственный
педагогический университет имени Козьмы Минина"

УТВЕРЖДЕН

от «__» _____ 202__ г. № _____

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ О РЕЗУЛЬТАТАХ АНКЕТИРОВАНИЯ

Объект исследования:

44.04.01 Религиоведение и культура конфессий

Введение

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина провёл анкетирование представителей предприятий-работодателей о качестве подготовки обучающихся в период с 04.06.2026 по 30.06.2026 в форме онлайн-опроса в рамках регулярной внутренней оценки качества реализации образовательной программы «44.04.01 Религиоведение и культура конфессий».

Целью данного опроса является получение максимально объективной информации о качестве подготовки выпускников, которое может быть диагностировано в рамках прохождения обучающимися учебных и производственных практик, а также при их дальнейшем трудоустройстве.

Задачи анкетирования включали получение обратной связи от работодателей о подготовленности выпускников вуза к требованиям рынка труда; оценку соответствия профессиональных навыков и знаний выпускников образовательной программы запросам работодателей; идентификацию сильных и слабых сторон образовательной программы с точки зрения работодателей; повышение качества образования с учётом потребностей рынка труда.

Для достижения поставленных целей была использована анкета, содержащая 31 вопрос. В ходе анкетирования работодатели оценивали следующие аспекты образовательных программ: соответствие теоретических знаний практическим потребностям; уровень подготовки студентов по ключевым компетенциям; возможность трудоустройства выпускников; инновационность учебных программ; эффективность взаимодействия между вузами и работодателями.

Анкетирование проводилось анонимно, что позволило получить максимально объективные данные. Результаты анкетирования носят обобщённый характер и позволяют выявить ключевые потребности и требования работодателей к квалификации выпускников, а также оценить уровень соответствия образовательной программы этим требованиям. Полученные данные предоставляют ценную информацию для оптимизации учебного процесса, адаптации программ подготовки к требованиям рынка труда и повышения качества подготовки студентов.

1. Ключевые результаты

1.1. Характеристика респондентов и востребованные направления

- 75% респондентов представляют сферу науки, 25% – «Другое» (образовательные организации не указаны).
- 75% организаций уже трудоустроили выпускников Мининского университета.
- **Наиболее востребованные направления (100%):** 47.03.01 Философия (бакалавриат).
- Также отмечены (50%): 44.04.02 Психолого-педагогическое образование (магистратура) и 48.03.01 Теология (бакалавриат).
- 25% отметили 44.04.04 Профессиональное обучение и 38.03.02 Менеджмент.

1.2. Удовлетворённость сотрудничеством и качеством программ

- Средняя оценка удовлетворённости взаимодействием с университетом – **10** из **10** (100% – 10).
- Качество образовательной программы – **9,0** (100% – 9).

Средняя оценка ответивших на вопрос равна **10**.

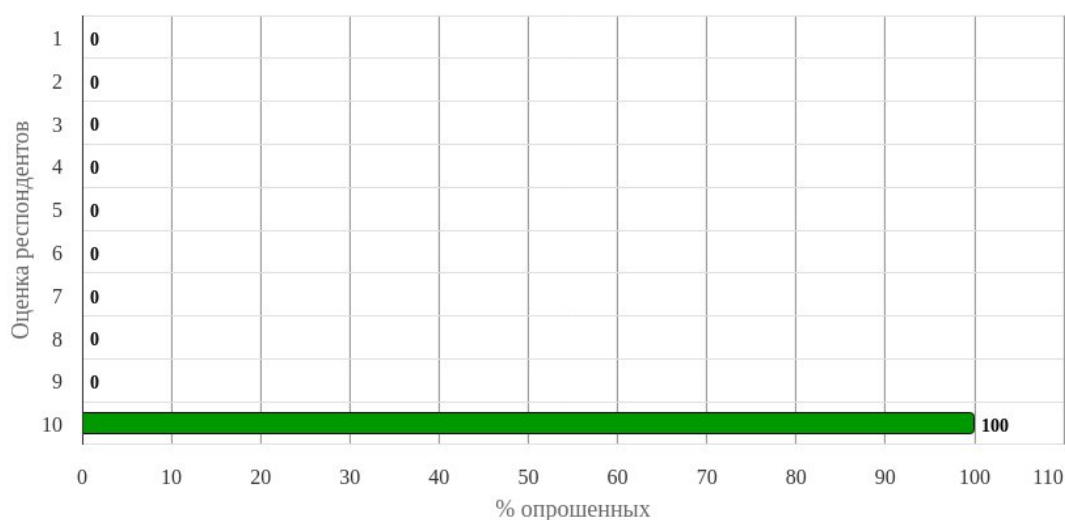


Рисунок 1 - Распределение оценок на вопрос:

«Насколько Вы удовлетворены сотрудничеством с НГПУ им. Козьмы Минина? (1 – min, 10 – max)»

1.3. Теоретическая и практическая подготовка

- **Теория** – средняя оценка **9,5** (50% – 9, 50% – 10). 75% респондентов считают теоретическую подготовку сильной стороной.
- **Практика** – средняя оценка **9,0** (25% – 8, 50% – 9, 25% – 10). 75% отметили практику как сильную сторону.

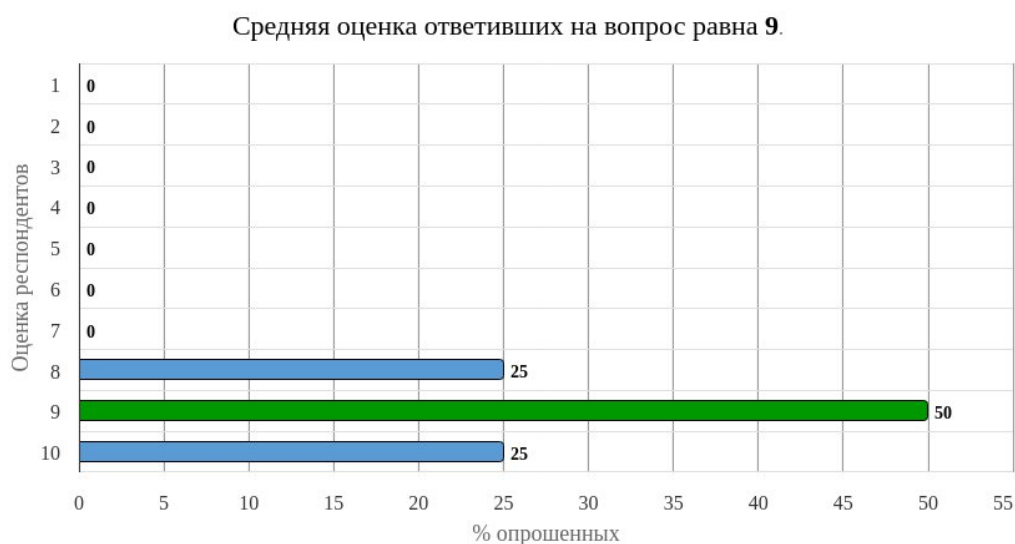


Рисунок 2 - Распределение оценок на вопрос:

«Оцените уровень практической подготовки выпускников Мининского университета по 10 балльной шкале (от 1 – наименьшего до 10 – наибольшего)»

1.4. Оценка компетенций выпускников

Средние баллы по 10-балльной шкале:

- **Решение профессиональных задач – 9,75** (75% – 10, 25% – 9) – наивысший показатель.
- **Теория, дисциплина, актуальность знаний, коммуникации – 9,5.**
- **Исследовательские навыки, работа с оборудованием, нестандартные ситуации, управление проектами, руководство командой – 9,25.**
- **Обработка информации, оперативность – 9,0.**
- **Саморазвитие – 9,0** (50% – 10, 25% – 9, 25% – 7).
- **Работоспособность – 8,75** (50% – 8, 25% – 9, 25% – 10) – самый низкий показатель, но всё ещё высокий.

Все компетенции оценены на 8,75–9,75, что свидетельствует о хорошем и высоком уровне подготовки.

1.5. Требования работодателей и востребованные качества

- **Основные требования (100%):** профессиональные компетенции, исполнительская дисциплина, умение работать в команде, креативность.
- Также важны (75%): самостоятельность, инициатива, коммуникабельность, организаторские способности, владение иностранными языками.
- **Наиболее ценные качества (100%):** социальные навыки.
- (75%): высокий уровень компетенций и инициативность.

1.6. Сильные стороны и недостатки

- **Сильные стороны (75%):** высокий уровень теоретической и практической подготовки, производственная дисциплина.
- Готовность к нестандартным ситуациям – 50%.
- **Недостатки:** 75% респондентов указали, что недостатки отсутствуют; 50% выбрали вариант «Другое» (может указывать на специфические замечания).



Рисунок 3 - Распределение ответов на вопрос:

«Укажите сильные стороны подготовки выпускников Мининского университета (можно выбрать несколько вариантов ответов)»

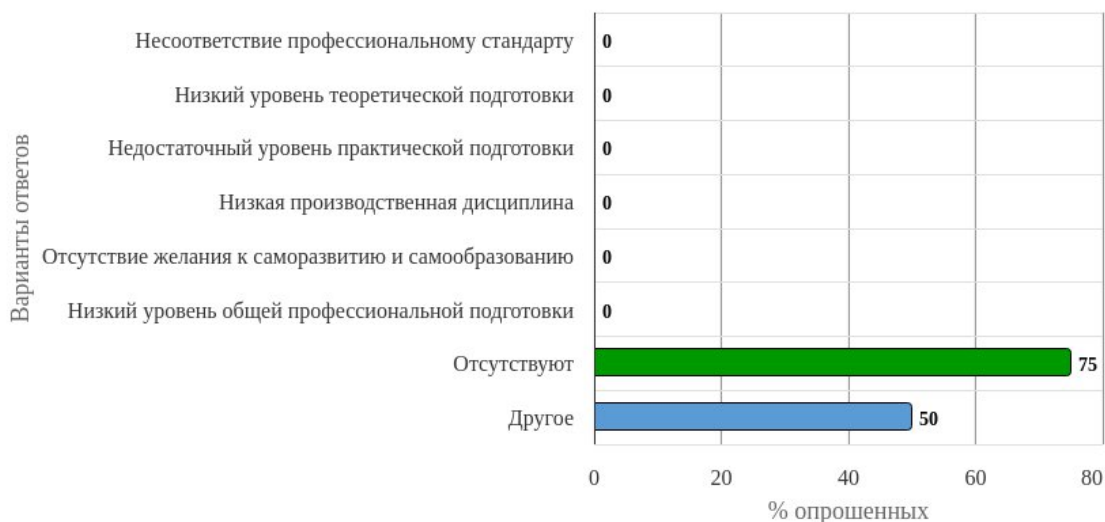


Рисунок 4 - Распределение ответов на вопрос:

«Укажите основные недостатки в подготовке выпускников Мининского университета (можно выбрать несколько вариантов ответов)»

1.7. Планы и направления сотрудничества

- **Планы трудоустройства:** 25% планируют нанимать выпускников в будущем, 75% затруднились ответить.

- Удовлетворённость работающими выпускниками: 75% полностью удовлетворены, 25% – не в полной мере.
- **Направления сотрудничества (100%):** участие в учебном процессе и в заседаниях комиссий по защите ВКР.
- Организация практик – 25%.

2. Основные выводы

1. **Высокий уровень удовлетворённости качеством программы** – все ключевые показатели (сотрудничество, качество программы, теория, практика) оценены на 9,0–10 баллов, что свидетельствует о хорошем соответствии программы ожиданиям работодателей.
2. **Наиболее сильные стороны – теоретическая подготовка и производственная дисциплина** – отмечены 75% респондентов.
3. **Зоны роста – работоспособность и саморазвитие** – получили самые низкие оценки (8,75 и 9,0 соответственно), что требует усиления мотивационной и организационной составляющих.
4. **Настораживает неопределённость с будущим трудоустройством** – 75% респондентов не смогли утвердительно ответить на вопрос о планах найма, что может указывать на недостаточную информированность или реальные барьеры.
5. **Высокий интерес к участию в учебном процессе и защитах ВКР** – работодатели готовы к более тесному взаимодействию, но не проявляют интереса к проектным и научным формам сотрудничества.
6. **Выборка ограничена организациями научной сферы** – это сужает репрезентативность, но для данной категории работодателей оценки положительные.

3. Рекомендации

1. **Усилить практическую подготовку и мотивацию к саморазвитию** – несмотря на высокие оценки, эти компетенции имеют потенциал для улучшения; внедрить тренинги по тайм-менеджменту, карьерному планированию и личностному росту.
2. **Провести дополнительный анализ причин неопределённости по трудоустройству** – организовать глубинные интервью с работодателями, затруднившимися с ответом, чтобы выявить барьеры и потребности.
3. **Расширить выборку опросов** – привлечь больше организаций из религиозной, культурологической и образовательной сфер для получения более репрезентативных данных.

4. **Активно развивать сотрудничество в учебном процессе и защитах ВКР** – использовать 100% готовность работодателей для совместных семинаров, лекций и участия в оценке выпускных работ.
5. **Уточнить причины выбора «Другое» в недостатках** – провести дополнительный опрос для выявления скрытых замечаний и учёта их при корректировке программы.
6. **Регулярно мониторить динамику удовлетворённости** – проводить опросы ежегодно с увеличением числа респондентов, чтобы своевременно реагировать на изменения запросов рынка.