

GODIŠNJE IZVJEŠĆE O TRENDOVIMA UPISA

Izvešće je rađeno za razdoblje od početka upisa do kraja upisa, odnosno od travnja do travnja svake godine. Na temelju podataka iz matičnih knjiga i Infoeduke u suradnji s IT odjelom, analiziramo trendove upisa za posljednje tri godine kako bismo donijeli informirane odluke o promociji i razvoju naših studijskih programa. Kampanje upisa započinju u travnju, kada Odjel za marketing i odnose s javnošću u suradnji s Centrom za studente i nastavnike pokreće promotivne aktivnosti putem web stranice i društvenih mreža. Osim digitalnih kampanja, provodi se interna kampanja u obliku Vouchera koja je započela još davne 2015. godine. Na taj način omogućuje se našim studentima da svojim prijateljima ili poznanicima koji su zainteresirani za studij dodijele Voucher s ciljem obostranog ostvarivanja popusta prilikom upisa. Cilj ove interne kampanje je poticanje angažmana i preporuka među postojećim studentima, što doprinosi većem broju prijava. Tako je prema podacima koje je dostavio Odjel za financije, u ak.god. 2023./2024. putem Vouchera upisalo 23,08% studenata, putem Sporazuma o poslovnoj suradnji¹ 6,92%, a temeljem popusta Izvrsnosti² 29,63 % studenata.

Upisi se zaključuju u travnju, kada se finaliziraju sve prijave i upisi za narednu akademsku godinu. Na temelju prikupljenih podataka, redovito analiziramo uspješnost kampanja i prilagođavamo ih kako bi osigurali što veći broj upisa na studijske programe.

Sveukupna broj upisan u akademsku godinu u razdoblju od 3 godine je sljedeći:

GODINA STUDIJA	2021/2022	2022/2023	2023/2024
1. godina	39	25	27
2. godina	14	16	14
3. godina	34	37	42
1.MBA	60	63	36
2. MBA	6	6	11
Ukupno:	153	147	130

1. godina studija

Upis na prvu godinu studija bilježi značajne fluktuacije. Nakon početnih 39 upisa u 2021./2022., broj upisanih je pao za 36% u 2022./2023.g., a zatim je blago porastao za 8% u 2023./2024. g. Unatoč oporavku, broj upisanih je i dalje znatno niži nego u 2021./2022. godini.

¹ U ak.god. 2023./2024. sklopljeno/obnovljeno je 18 novih Sporazuma o poslovnoj suradnji

² Popust „IZVRSNOSTI“ za novoupisane studente DEFINIRAN U ODLUCI o stipendijama, nagradama i popustima za studente - školarina za prvu godinu stručnog prijediplomskog studija upisom putem državne mature utvrđuje se prema ostvarenim bodovima na državnoj maturi na način

2. godina studija

Druga godina studija pokazuje najstabilniji trend upisa, s minimalnim fluktuacijama. Broj upisanih je bio 14 u 2021./2022., porastao je za 14,3% u 2022./2023.g, a zatim je pao za 12,5% u 2023./2024. g.

3. godina studija

Treća godina studija bilježi kontinuirani rast upisa. Broj upisanih je bio 34 u 2021./2022., porastao je za skoro 9% u 2022./2023. g., a zatim za 13,5% u 2023./2024.g. Ovaj trend ukazuje na sve veći interes studenata za nastavak studija na višim godinama.

1. godina diplomskog studija (MBA)

Upis na prvu godinu MBA studija pokazuje zabrinjavajući trend. Nakon početnih 60 upisa u 2021./2022. i blagog porasta od 5% u 2022./2023.g., broj upisanih je pao za skoro 43% u 2023./2024.g.

2. godina diplomskog studija (MBA)

Druga godina MBA studija bilježi značajan porast upisa u 2023./2024. godini. Nakon 6 upisa u 2021./2022. i 2022./2023., broj upisanih je porastao za 83,3% u 2023./2024.g.

Možemo zaključiti kako ukupni broj upisa pokazuje lagani pad u 2023/2024 u odnosu na prethodne godine (130 u odnosu na 147 i 153), no unatoč tome, određeni studijski programi, osobito 3. godina studija i 2. MBA, pokazuju stabilan rast ili zadržavanje broja studenata. Ovi podaci mogu ukazivati na potrebu za daljnjom analizom promocijskih aktivnosti, s naglaskom na MBA programe, kako bi se povećao broj upisa u budućnosti.

Za godišnji izvještaj, u travnju je Centar za istraživanje i razvoj i umjetnu inteligenciju također pripremio analizu ulaznih anketa i ispisa koja pruža uvid u razloge za upis i ispis studenata. Ove analize omogućuju procjenu uspješnosti trenutnih marketinških kampanja i upisne strategije te pomažu u prepoznavanju potencijalnih područja za poboljšanje. Također, služe kako bi se bolje razumjeli izazovi i prilike u privlačenju novih studenata i zadržavanju postojećih. S obzirom da su ulazne ankete uvedene tek od travnja 2024., iz rezultata je razvidno kako nisu svi studenti ispunili anketu.

Anketa o upisima za akademsku godinu 2023/2024. prikupila je 48 odgovora. Najveći broj ispitanika, **62,5%** saznao je za Effectus putem preporuka, dok su **39,6%** informacije pronašli na internetskim portalima. Najveći broj studenata planira završiti i prijediplomski i diplomski studij, a glavni razlozi upisa su preporuke, kvalitetni programi i mogućnost daljnjeg obrazovanja. Preporuka za studiranje na Effectusu bila je vrlo visoka (prosjeak 4.94), što ukazuje na izuzetno pozitivan prvi dojam studenata.

Anketom ispisa za akademsku godinu 2023/2024 prikupljena su 7 odgovora, a glavni razlozi ispisa uključuju zdravstvene i financijske probleme, nesporazum oko online studiranja, te neprikladan raspored nastave. Pozitivne strane studiranja uključuju susretljivost zaposlenika, manji broj studenata u razredu i stručne profesore, dok su negativne strane slaba komunikacija i brz tempo predavanja. Ocjene za kvalitetu studiranja (4.3) i preporuku (4.1) ukazuju na zadovoljstvo, ali i prostor za poboljšanje. Odgovori o daljnjem studiranju sugeriraju mogućnost odlaska studenata na druga sveučilišta.

Zaključci izvještaja:

- **1. godina studija:** Fluktuacije upisa, s padom od 36% u 2022./2023. i blagim oporavkom od 8% u 2023./2024., ali i dalje ispod razine 2021./2022.
- **2. godina studija:** Najstabilniji trend s minimalnim fluktuacijama.
- **3. godina studija:** Kontinuirani rast upisa, što ukazuje na zadovoljstvo studenata i interes za nastavak studija.
- **1. godina MBA:** Zabrinjavajući trend pada upisa od čak 43% u 2023./2024. nakon početnog rasta.
- **2. godina MBA:** Značajan porast upisa u 2023./2024.
- **Ukupno:** Pad ukupnog broja upisanih studenata kroz cijelo razdoblje.
- **Ankete:** Pozitivan dojam studenata (prosječna ocjena 4.94), ali i određeni problemi s komunikacijom i tempom predavanja. Glavni razlozi upisa su preporuke, kvaliteta programa i mogućnost daljnjeg obrazovanja, dok su razlozi ispisa zdravstveni i financijski problemi, nesporazum oko online studiranja i raspored nastave.

Preporuke

1. **Detaljna analiza:** Provoditi dublju analizu uzroka pada upisa na 1. godinu preddiplomskog studija i 1. godinu MBA studija. Identificirati specifične čimbenike koji utječu na odluku potencijalnih studenata.
2. **Interna kampanja:** Nastaviti s internom kampanjom "Voucher" i drugim oblicima poticanja preporuka među postojećim studentima.
3. **Suradnja s partnerima:** Ojačati suradnju s poslovnim partnerima i organizacijama kako bi se osigurale stipendije, prakse i mogućnosti zapošljavanja za studente.
4. **Komunikacija i povratne informacije:** nastaviti komunikaciju sa studentima i redovito prikupljati povratne informacije o studijskim programima, nastavnom osoblju i uvjetima studiranja.
5. **Fleksibilnost studiranja:** Razmotriti mogućnost uvođenja fleksibilnijih oblika studiranja, kao što su online studiranje ili kombinirani studij, kako bi se zadovoljile potrebe različitih skupina studenata.
6. **Ankete:** Nastaviti s provođenjem anketa o upisima i ispisima te analizirati prikupljene podatke kako bi se bolje razumjeli motivi studenata i identificirala područja za poboljšanje.
7. **Praćenje trendova:** Redovito pratiti trendove upisa i prilagođavati strategije u skladu s promjenama na tržištu rada i interesu potencijalnih studenata.

22.05.2024.

Izvještaj sastavile: Snježana Horvat; Klara Dumbović



