Zapis wniosków z badania jakościowego – wywiadów z respondentami.

1. Co jest dla Ciebie najważniejszą wartością usług oferowanych przez uczelnię / uczelnie techniczną? (Notować argumenty decydujące o takim a nie innym wyborze)
2. Jacy interesariusze są najistotniejsi dla uczelni?
3. Jak oceniasz różne uczelnie?
4. Absolwenci, których uczelni są najwyżej cenieni?
5. Czy pomiar sukcesów absolwentów może być dobrą oceną jakości usług uczelni? (argumenty za i przeciw wynotować)
6. Czy pomiar zarobków absolwentów może być dobrą oceną jakości usług uczelni? (argumenty za i przeciw wynotować)
7. ~~Ocena uczelni z punktu widzenia różnych interesariuszy; jak oceniasz uczelnię jako rodzic; jak jako przedsiębiorca/pracodawca; jak jako student; jak jako licealista; jak jako pracownik uczelni; jak jako zarządzający uczelnią. (tu lub formie ankiety)~~
8. Czy pomiar satysfakcji interesariuszy może dawać istotne informacje do podnoszenia jakości usług uczelni? (Co może być najistotniejsze?)
9. W jaki sposób można wykorzystać wyniki pomiaru satysfakcji interesariuszy do podnoszenia jakości usług uczelni?
10. Czy i w jaki sposób pomiar satysfakcji interesariuszy może dawać istotne informacje do ulepszania systemu zarządzania jakością usług uczelni?
11. Jakie kategorie jakości w odniesieniu do usług uczelni wyższych wyróżnisz? Co odróżnia uczelnie lepsze od gorszych i co wpływa na te różnice?

Student, Absolwent, Rodzic, Wykładowca, Administracyjny, przedstawiciel Uczelni, przedstawiciel Władz (S, A, R, W, A, U, WŁ)

Kategorie wieku: 1 – poniżej 26 lat; 2 – 26-35 lat; 3 – 36-45 lat; 4 – 46-55 lat; 5 – 56-65 lat; 6 – powyżej 65 lat (1, 2, 3, 4, 5, 6)

Płeć – mężczyzna; kobieta (m, k)

A – wieś; B – wieś gminna; C – miasto gminne; D – nieduże miasto powiatowe; E – duże miasto powiatowe; F – miasto wojewódzkie

inne wykształcenie zdobyte/zdobywane („t/t”,”t/n”)

| **Lp.** | **Temat pytania** | **Stwierdzenia respondenta ID:82 (A\_R\_W\_P; t; 5; m; E; t/t)** |
| --- | --- | --- |
| **0** | Info metryczkowe | [interesariusz; rodzaj uczelni; wiek; płeć; miejsc.; inne wykszt. zdobyte/zdobywane] |
| **1** | Najważniejsza wartość usług uczelni | Misja – wspieranie rozwoju gospodarki; kompetencje + (…?) |
| **2** | Najistotniejsi interesariusze | Spojrzenie całościowe – współpraca; przemysł zgłasza problemy, uczelnia szkoli ludzi do rozwiązania;  punkty za publikacje?;  „doktorat musi być wdrożony” |
| **3** | Ocena różnych uczelni | Dobre/ najlepsze: PG? WAT? |
| **4** | Cenieni absolwenci | „Absolwenci słabszych uczelni nie są gorsi od tych z lepszych (pracowitość, walka, chęć rozwoju)” |
| **5** | Pomiar sukcesów absolwentów | „Kluczowe są efekty dla gospodarki” |
| **6** | Pomiar zarobków absolwentów | „Chyba jeszcze nie, może na zachodzie…?” |
| **7** | *Ocena uczelni* | *ankieta* |
| **8** | Czy pomiar satysf. inter. do podnoszenia jakości | „warto pytać, sprawdzać” |
| ***9*** | *Jak SSI do podnoszenia jakości* | *Nie do wszystkich respondentów* |
| ***10*** | *SSI dla doskonalenia SZJ* |  |
| **11** | Kategorie jakości | Gospodarka jest ważna -> jako myśl przewodnia na wykładach, kwestia „klimatu” na uczelni |

| **Lp.** | **Temat pytania** | **Stwierdzenia respondenta ID:78 (A; nt; 4; m; F; n/n)** |
| --- | --- | --- |
| **0** | Info metryczkowe | [interesariusz; rodzaj uczelni; wiek; płeć; miejsc.; inne wykszt. zdobyte/zdobywane] |
| **1** | Najważniejsza wartość usług uczelni | Możliwość rozwoju, Kontakty (potrzeba patrona - mistrza) |
| **2** | Najistotniejsi interesariusze | Studenci (presja na ponadczasową wartość nauki); absolwenci Po równo słuchać studentów (sposób przekazywania wiedzy) i absolwentów (merytoryka) np. asystentów/wykładowców |
| **3** | Ocena różnych uczelni | Statystycznie? |
| **4** | Cenieni absolwenci | Statystycznie? |
| **5** | Pomiar sukcesów absolwentów | Zjazdy naukowe, zjazdy studentów i młodych lekarzy z konkursami dla wyróżniających się |
| **6** | Pomiar zarobków absolwentów | Raczej nie, bo występują bardzo duże rozbieżności w zarobkach, a różnice regionalne są bardzo istotne |
| **7** | *Ocena uczelni* | *ankieta* |
| **8** | Czy pomiar satysf. inter. do podnoszenia jakości | Wątpliwe |
| ***9*** | *Jak SSI do podnoszenia jakości* |  |
| ***10*** | *SSI dla doskonalenia SZJ* |  |
| **11** | Kategorie jakości | Porównywalność dzięki centralnemu egzaminowi -> nie ma dużych różnic choć pewne są  Ściąganie dobrej kadry dydaktycznej  Różnice w wyposażeniu -> sprzęt jest istotny, ale nie najważniejszy |

| **Lp.** | **Temat pytania** | **Stwierdzenia respondenta ID:79 (A\_R\_U; nt; 5; k; F; t/n)** |
| --- | --- | --- |
| **0** | Info metryczkowe | [interesariusz; rodzaj uczelni; wiek; płeć; miejsc.; inne wykszt. zdobyte/zdobywane] |
| **1** | Najważniejsza wartość usług uczelni | Różnorodna wiedza ogólna, pełne przygotowanie wielodyscyplinarne – silne podstawy do pracy (artystycznej) w każdej dziedzinie |
| **2** | Najistotniejsi interesariusze | Student – wszystko dla studenta (dla jego dobra)  Tonowanie ambicji wykładowców – z drugiej strony intensywne wspieranie rozwoju kadry – fundusze, przewody, kursy |
| **3** | Ocena różnych uczelni | Trudno ocenić, które uczelnie są najlepsze, raczej to nie ma zastosowania do uczelni artystycznych Na świecie: London College of Art, Savannah College of Art and Design, (top 50 uczelni w światowych rankingach) |
| **4** | Cenieni absolwenci | Talent, portfolio, lokalność, znajomość rynku |
| **5** | Pomiar sukcesów absolwentów | Uczelnia ze znanymi absolwentami jest nobilitowana, chwalenie się absolwentami nową techniką promocji |
| **6** | Pomiar zarobków absolwentów | Nie |
| **7** | *Ocena uczelni* | *Ankieta* |
| **8** | Czy pomiar satysf. inter. do podnoszenia jakości | TAK |
| ***9*** | *Jak SSI do podnoszenia jakości* | Obszary zmian: rady gospodarcze przy uczelniach [przedstawiciele różnych instytucji rynku]  Programy dydaktyczne weryfikowane; zajęcia we współpracy; praktyki -> zewnętrzni  Organizacja uczelni -> wewnętrzni  Programy dydaktyczne |
| ***10*** | *SSI dla doskonalenia SZJ* |  |
| **11** | Kategorie jakości | Sprzęt, mistrzowie, silna i szczera promocja uczelni |