

Социология высшего образования в России: приоритеты, барьеры, бренды. Выпуск 2

ЦСП «Платформа» и компания онлайн-исследований «ОнИн» представляют вторую часть исследования, посвященного востребованности и привлекательности высшего образования в России.

- *В опросе принимали участие 900 респондентов – россияне в возрасте от 18 лет. Общий объем был разделен поровну на потенциальных абитуриентов в возрасте 18-25 лет и родителей детей возрастом от 15 до 18 лет;*
- *Выборка квотирована по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам;*
- *Период проведения исследования: август 2023.*
- **В целом качество высшего образования оценивают как среднее при этом способное конкурировать с зарубежными учебными заведениями. Видится перспектива улучшения оценки качества при обновлении программ обучения.**
- **ЕГЭ в глазах респондентов представляется как способом достижения заветной цели для поступления в вуз мечты,**

так и камнем преткновения, в связи с повышением конкуренции на бюджетные места.

- Бренд учебного заведения уходит на второй план. Основным критерием при выборе вуза является наличие современных образовательных программ. Следовательно региональные вузы могут оказаться в выигрышной позиции, если будут следовать ключевым трендам в образовании.

Подробнее в исследовании: