

Studentské hodnocení výuky

Obecné otázky

Jan Kříž, David Hurný, Markéta Martínková
Studentská komora Akademického senátu PŘF
studijní proděkanka

Proč dělat SHV

1. Vyžaduje to legislativa
2. Zvýšení kvality
 - více uchazečů/zájemců o předmět/obor/fakultu
 - kvalitnější studenti (více se naučí, více z čeho vybírat)
3. Osobní rozvoj pedagoga

Věčné “obecné” diskuse

Co vše lze hodnotit?

Pro koho (a proč) se hodnotí (co je cíl)?

Kdy je hodnocení relevantní?

Jak a kdy hodnotit?

Motivace zúčastněných

Co se může hodnotit

- Kvalita výuky pedagogem + přístup ke studentům
- Kvalita podpory studia pedagogem (info o kurzu a examínaci, dostupné materiály)
- Spravedlivost examínace (validita, spolehlivost)
- Kvalita podpory studia institucí (učebny, rozvrh)
- Relativní přínos a náročnost kurzů (ve srovnání s jinými)
- Kvalita studijních plánů (návaznost, duplicity)

Prakticky nelze vše najednou !!!

Pro koho se hodnotí

Proč se hodnotí a co je cílem?

Tři základní skupiny uživatelů s (částečně)
odlišnými cíli a potřebami

- vyučující
- vedení (od garantů přes katedry po děkana a rektora)
- studenti

Vyučující

Co mám zlepšit?

Hlavním nástrojem jsou otevřené otázky - komentáře

- Pokud je snaha, stačí i jeden pro identifikaci příležitosti.
- Protichůdné komentáře také nesou informaci
- Šance i na ocenění práce

Dílčím může být srovnání jednotlivých statistických ukazatelů

- Vždy je problematické a vždy nutné interpretovat

Vedení

(od garantů přes katedry po děkana)

Který předmět/část výuky je problematická?

Koho pochválit a koho více motivovat/pokárat?

Co změnit?

Hlavním nástrojem jsou statistická data + srovnání trendů
(v čase, v rámci katedry)

Část otevřených otázek

Nutná interpretace v kontextu !!!

Záleží na odpovědném přístupu garantů a kateder

Studenti

Jak kvalitní je daný předmět?

Má cenu ho absolvovat? (u PV a V předmětů)

Na co se připravit (dát pozor od začátku semestru)?

Nutné zveřejnění výsledků

Nástrojem jsou cílené otázky a komentáře

Formalizace toků informací mezi studenty (od starších k mladším) - vytváření user friendly instituce s důrazem na kvalitu a otevřenost

Vhodné propojit se zápisem předmětů (snadná dostupnost informací)

Relevantnost

Návratnost a reprezentativnost

Reprezentativnost není návratnost

Ani jedno není posvátná kráva

Různé účely = různé požadavky

Návratnost (*podíl těch, co se účastní hodnocení*)

Vztahovat na všechny zapsané?

Vztahovat na všechny “účastníci se výuky”?

Reprezentativnost (*shoda vnitřní struktury hodnotících s “populací”*)

Možnost segmentace?

Pouze ti “dobří/aktivní”?

Není možná segmentace podle známek (anonymita, neprovázanost dat)

U papírových dotazníků - manuálně podle sebehodnocení studenta

Relevantnost

Kolik respondentů je potřeba

Různé podle účelu a cíle

Vyučující a vedení

Pro hypotézy k dalšímu naplňování cílů SHV stačí jen indikace skutečnosti (tj. bez ohledu na návratnost a reprezentativnost)

Pro skutečné změny je vždy důležitá interpretace v kontextu a další zdroje informací. Důležitá je role toho, kdo s daty pracuje

Výsledky sama o sobě nejsou (nesmí být) “klackem”

Reprezentativnost a návratnost důležitá pro “žebříčky”

- vždy problematické
- vznikají žebříčky ze stejně zatížených dat (+volatilita při malých číslech)

Studenti

Důležitá reprezentativnost (pro “marketing kurzů”)

Jak hodnotit

Elektronické hodnocení

- obvykle (historicky) **nižší návratnost**
 - předpokládá aktivní zapojení studentů (v jejich čase)
 - hodnotí pozitivně nebo negativně motivovaní - tj. **horší reprezentativnost**
 - různé “donucovací prostředky” - UK konzervativní
- možnost hodnotit “kdykoli” a “kdekoli”
 - po zkoušce, včetně těch kteří nechodí na přednášky (-> proč)
- snadnost zpracování a (rychlost) publikace dat
- levný provoz
- s robustností systému klesá flexibilita (změny v SIS)
- možnost hodnocení na vyšších úrovních (např. studijní plán ročníku)

Jak hodnotit

Papírové dotazníky

- obvykle (historicky) **vyšší** návratnost
 - zapojení studentů v čase výuky
 - prakticky 100 % přítomných - tj. **vysoká reprezentativnost** (ze skutečně se účastnících výuky)
 - nese i informaci o návštěvnosti předmětu, pokud je sbíráno v běžném provozu
- pouze na prezenční výuce
 - před zakončením předmětu - tj. ne examínace
 - na PŘF nelze např. další semestr (rel. volné stud. plány)
- dražší a složitější provoz
 - zejména pro malé kurzy, cvičení a pro turnusy
- motivační zapojení studentů do organizace

Motivace - fakultní strana

Zdola - Vyučující, garanti

musí být vnitřní (sami chtít)

nelze reálně vynutit

vedení může podporovat (dlouhodobě klást důraz na zlepšování výuky a oborů)

Shora - Legislativa a vedení (rektor, děkan, senát)

povinnost dostat určitému procesu

pro kvalitní proces nutná určitá míra transparentnosti
(kontrola senátem)

případná eliminace těch, co proces naplňují jen formálně
nebo vůbec

Motivace - studenti

Extrémně důležitá pro funkčnost systému SHV

Na motivaci studentů mají zájem vyučující i fakulta

Vnější motivace

- Donucovací prostředky
- Marketingové kampaně

Vnitřní motivace

Altruisticky (těm po mně pomůžu)

- Extrémně důležité je vědět a vidět výsledky a dopady ankety
 - Veřejný proces práce s daty, včetně důsledků (Velemlok, projednání senátem)

Sobecky (podílím se na fungujícím systému, který mi přináší hodnotné informace)

- Zatím nefunguje (prakticky nikde v Česku)

Předpoklady interpretace

Znalost kontextu

Při hodnocení důležitá možnost srovnání

Kontinuita dat

Neměnit (zcela) každé dva roky

Po stanovení hypotéz jejich ověření

Další zdroje informací (vyjádření dotčeného, kvalitních oslovených absolventů)

Osobní rovina - (ne)nahraditelnost vyučujících

Situace na PŘF

Idea - obě formy se doplňují, důraz na papírovou

Papírové dotazníky

V semestru (před examínací)

Pouze část předmětů

- všechny velké
- vybrané menší (+na žádost vyučujících)

Zveřejňováno na <http://anketa.natur.cuni.cz/>

Elektronická Anketa v SIS

Dlouhodobý sběr

Nepropagovaná, leckdo o ní neví, malá návratnost

Zveřejňováno v SIS

Co dál?

Měnit systém sběru dat?

“Velké změny” - přechod papír - elektronická verze

Měnit dílčí vlastnosti systému?

změna otázek atd.

Měnit práci s motivací

Marketing

Informovanost o procesech ankety

Tlak na dobrou výuku (vs. věda)