

**Повышение
конкурентоспособности
образовательного учреждения
на основе маркетинговых
инноваций, реализуемых в
системе гарантии качества
университета**

*Маслова Татьяна Дмитриевна
04 октября 2007*

Потребители образования

- Общество (государство; регион; город)
- Обучающиеся;
- Преподаватели;
- Работодатели;
- Родители обучающихся;
- Спонсоры, меценаты;
- Учебные заведения;
- и прочие

Качество образования

Сбалансированное соответствие совокупности свойств и характеристик образовательного процесса, его результатов и всей системы образования установленным потребностям, целям, требованиям и нормам (стандартам), которые **определяются потребителями** (отдельными гражданами, предприятиями и организациями, обществом и государством в целом).

Понятие внутреннего конкурентного преимущества образовательного учреждения

Качественные ресурсные и организационно-управленческие возможности образовательного учреждения, взаимосвязанные в СК ОУ, объединенные единой целью (стратегической миссией) и задачами, сформулированными в среднесрочном и оперативных планах развития образовательного учреждения

Миссия университета

закключается:

- в подготовке профессиональных экономистов и менеджеров, специалистов в других сферах деятельности, компетентных и ответственных лидеров инновационного развития предприятий и организаций различного профиля, создающих условия для эффективного развития экономики России и ее интеграции в мировую экономическую систему;
- в проведении фундаментальных и прикладных научных исследований с достижением теоретической и практической ценности результатов, востребованных современной экономикой и внедряемых в учебный процесс;
- в формировании интеллектуальной, духовно богатой, нравственно зрелой личности, способной успешно проявлять свой творческий потенциал

SWOT-анализ позиций университета

Сильные стороны

- История, традиции, позитивный имидж;
- Высококвалифицированный кадровый состав и гибкая кадровая политика;
- Сила авторитета ректора;
- Динамично развивающаяся материально-техническая база;
- Развитые связи с общественностью

Благоприятные возможности

- Высокая оценка качества подготовки студентами и работодателями;
- Наличие разветвленной сети филиалов;
- Расширение спектра подготовки;
- Формат университета-комплекса.

Слабые стороны

- Низкий уровень подготовки «на входе» для студентов платной формы;
- Старение кадров, неэффективность и отсутствие общеуниверситетской программы по привлечению и закреплению молодых преподавателей;
- Сдерживающий административный ресурс на всех уровнях управления;
- Недостаточно широкий спектр программ дополнительного образования, магистерских программ, программ MBA

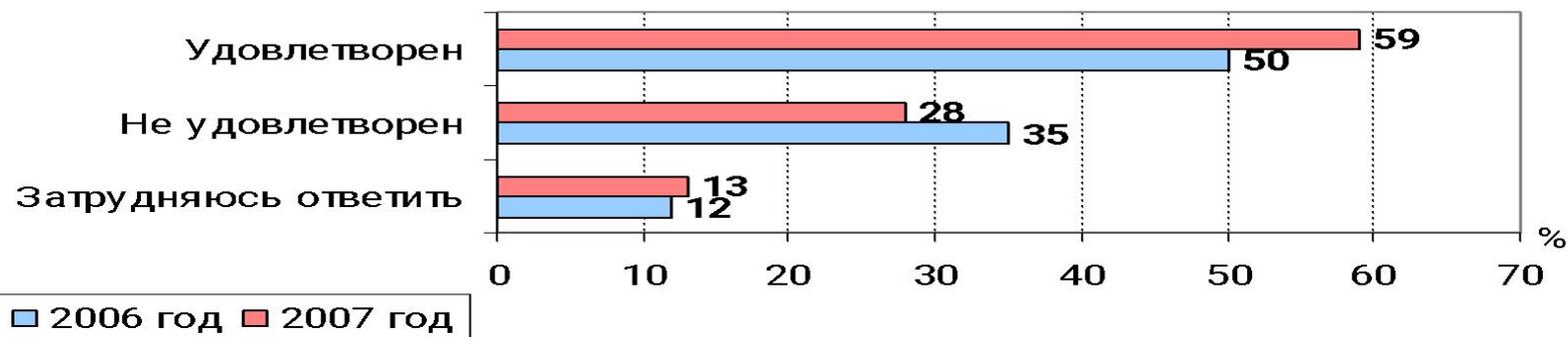
Угрозы

- Проводимая государством политика по экономико-управленческим, юридическим направлениям подготовки и ректорскому корпусу;
- Отсутствие достаточных мотиваций у молодых преподавателей;
- Не вполне доброжелательное отношение к Университету конкурентов и других вузов;
- Неопределенность с головным УМО

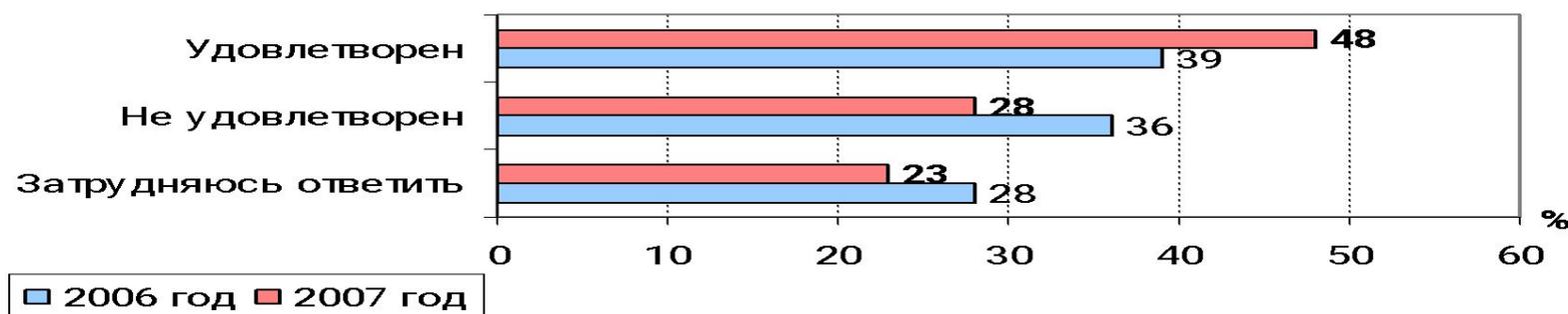
Результаты опросов
«Удовлетворенность
студентов обучением в
ИНЖЭКОНе»
(фрагменты)

2006 – 2007 гг.

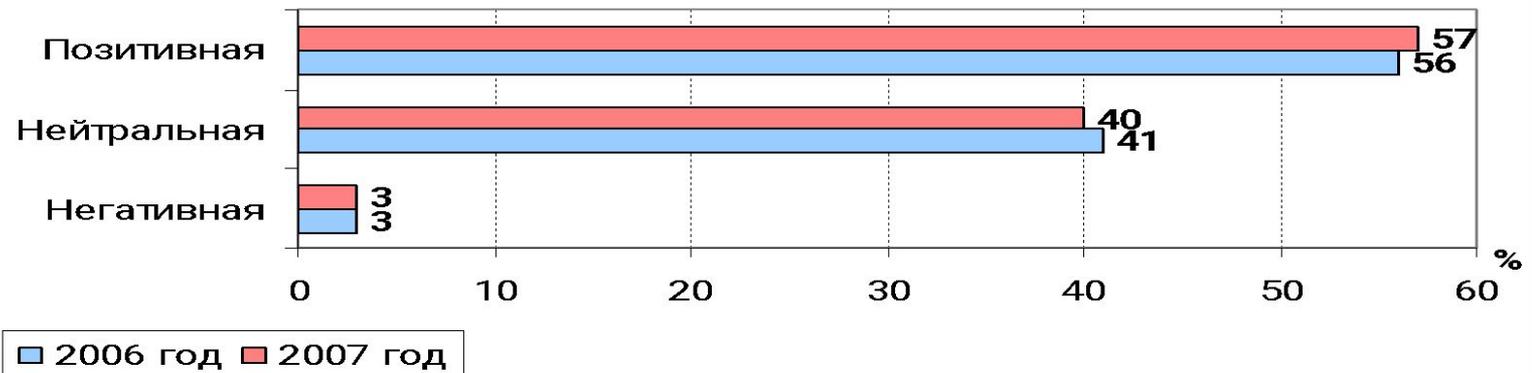
Удовлетворенность организацией учебного процесса



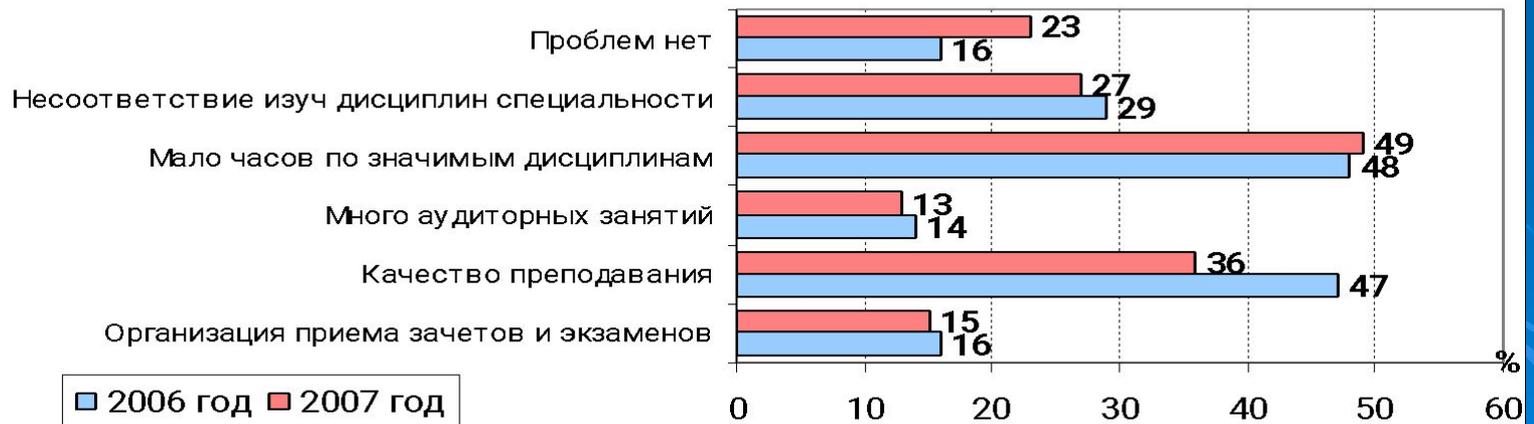
Удовлетворенность организацией свободного времени



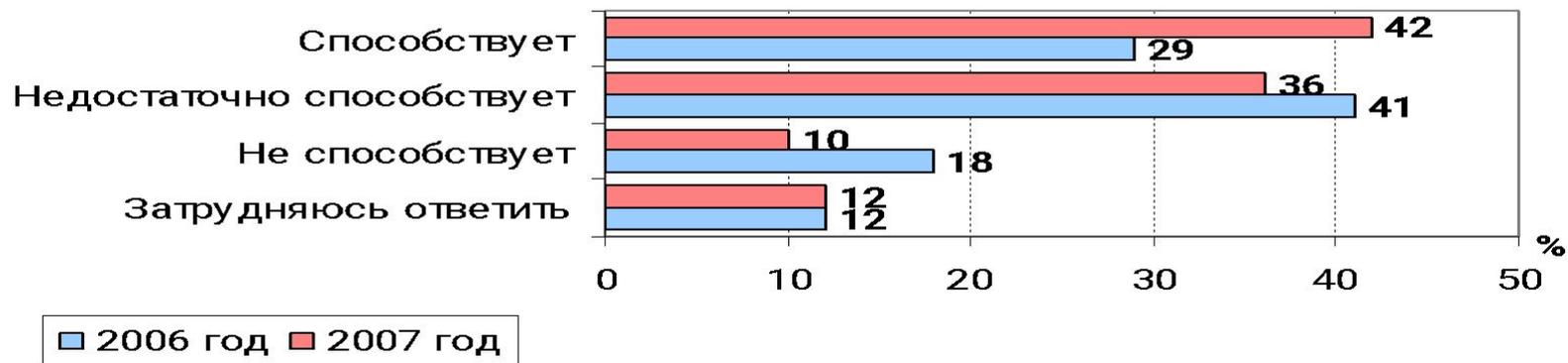
Оценка морально-нравственной атмосферы в ИНЖЭКОНе



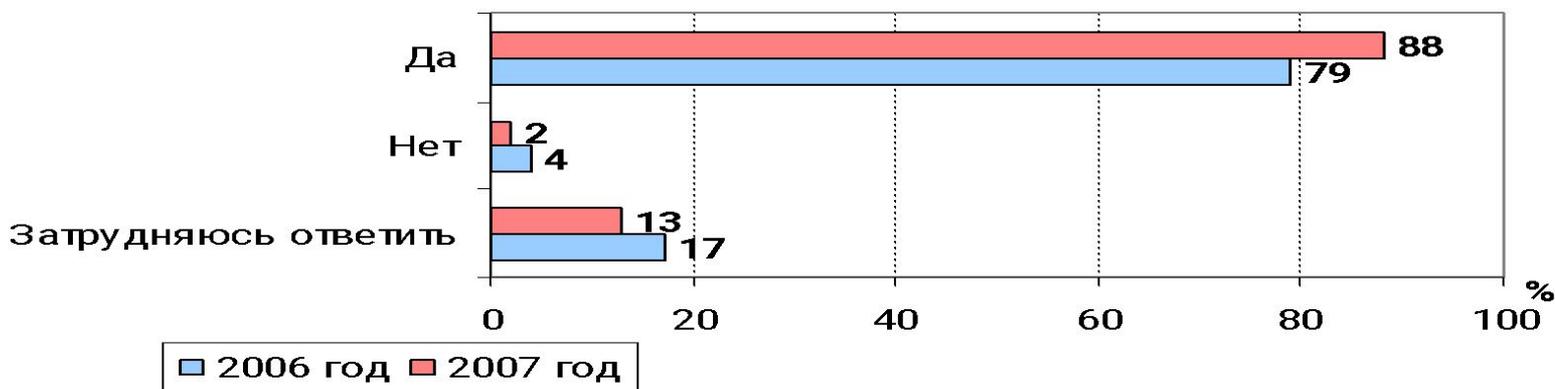
Проблемы в организации учебного процесса



Способствование условий в ИНЖЭКО Не здоровому образу жизни



Престижность обучения в ИНЖЭКО Не

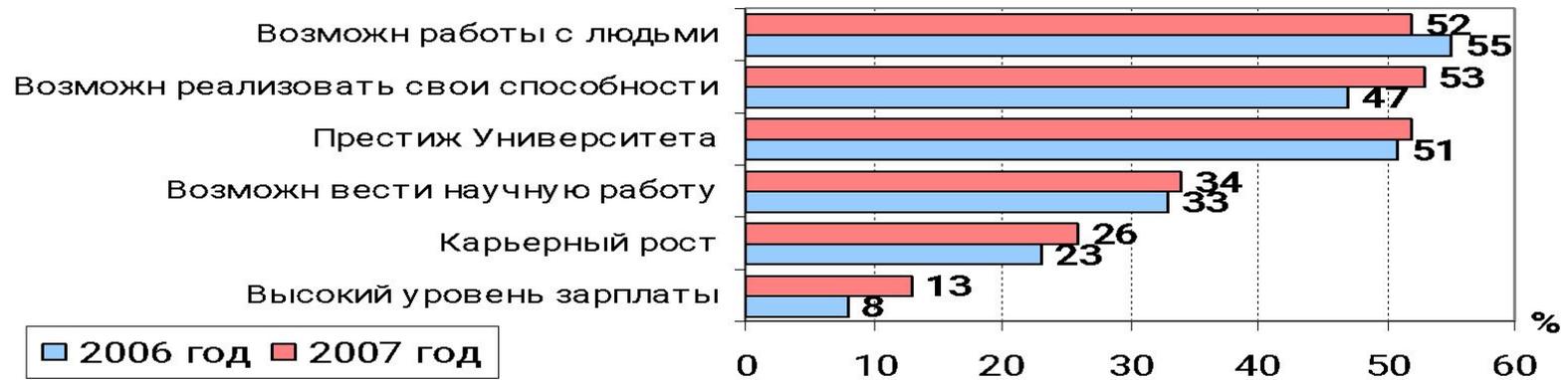


Результаты опросов
«Удовлетворенность
преподавателей работой в
ИНЖЭКОНе»

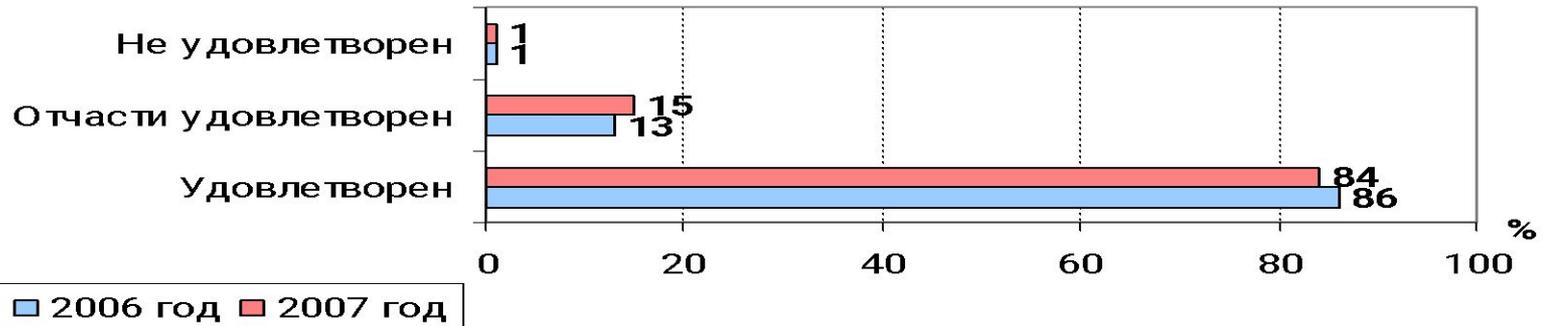
(фрагменты)

2006 – 2007 гг

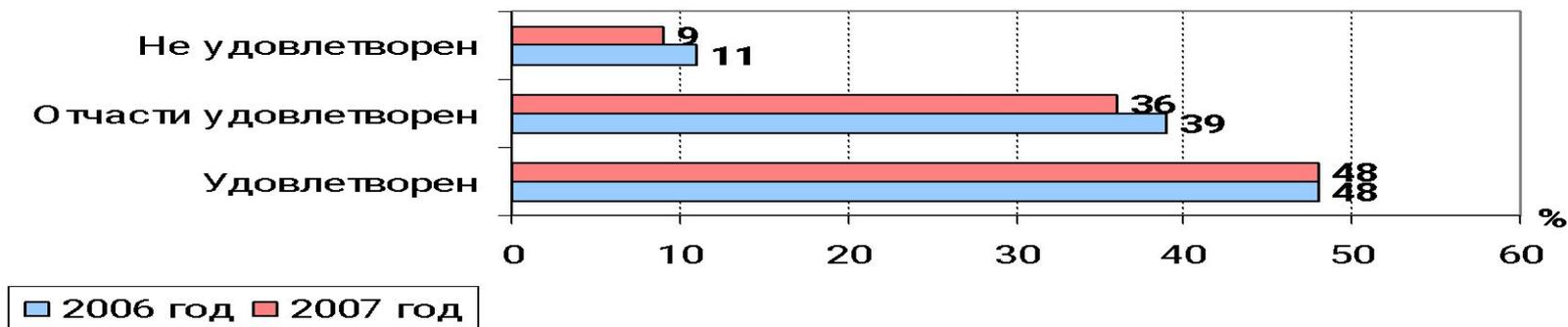
Чем привлекает работа в ИНЖЭКОНе



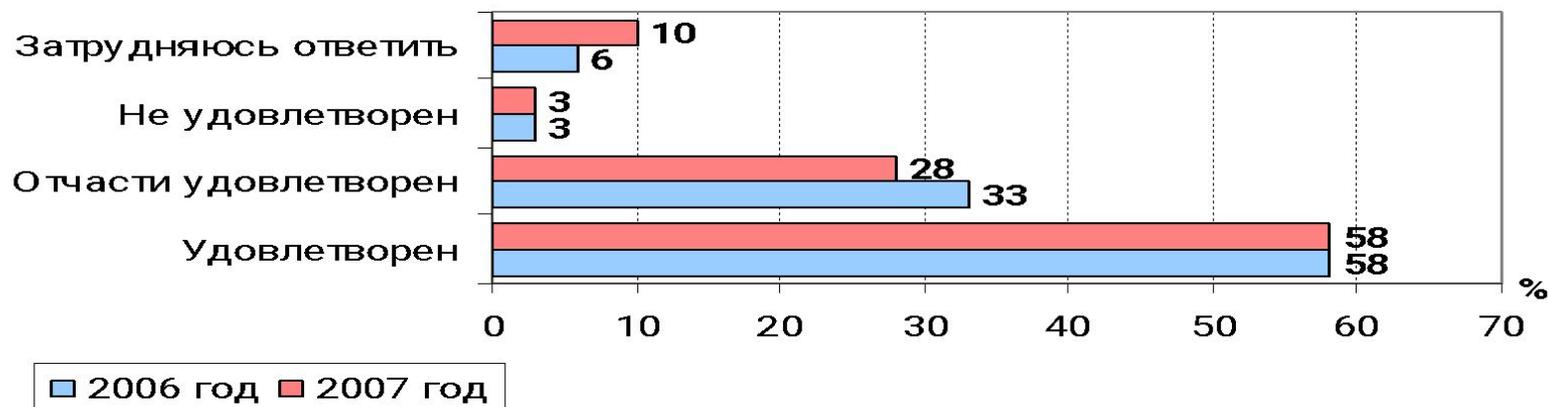
Удовлетворенность морально-психологической атмосферой в ИНЖЭКОНе



Удовлетворенность материально-техническим обеспечением ИНЖЭКО На



Удовлетворенность престижем ИНЖЭКО На

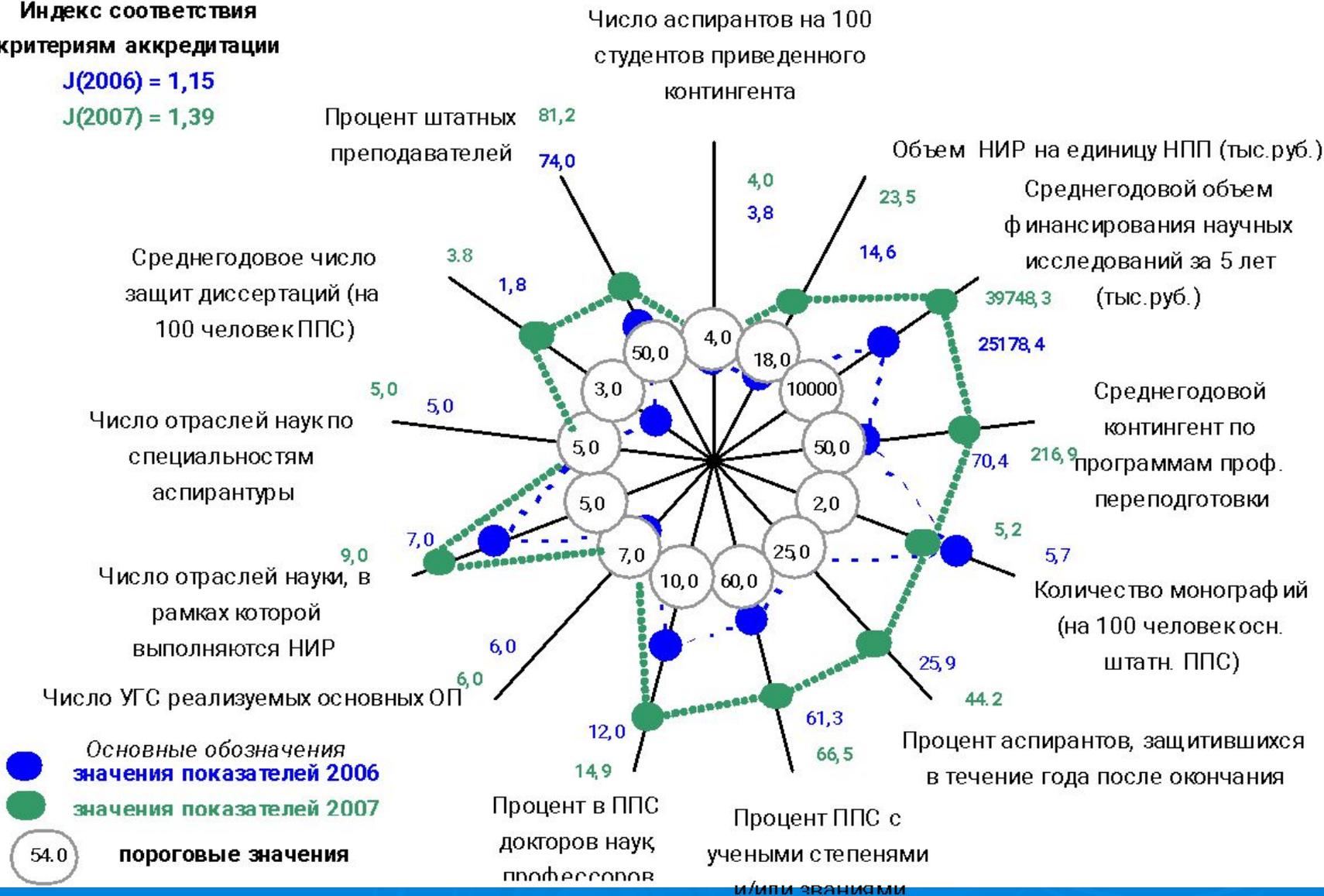


Лепестковая диаграмма (эюра) показателей университета

Индекс соответствия
критериям аккредитации

J(2006) = 1,15

J(2007) = 1,39



● Основные обозначения
● значения показателей 2006
● значения показателей 2007
○ 54,0 пороговые значения

Корректирующие мероприятия

- Открытие новых образовательных программ;
- Закрытие недостаточно востребованных программ;
- Внедрение новых образовательных технологий и форм обучения;
- Совершенствование образовательных методов, материально-технической базы, связей с работодателями и контактными аудиториями;
- прочее