



RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Отчет по результатам количественного исследования

Анализ выпускников Программы-2011



Ноябрь 2011
Подготовлено для





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

1

Описание исследования

МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ | КАК?

- Онлайн-опрос по запрограммированной анкете: индивидуальные ссылки + на портале <https://modeus.pprog.ru/>

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ | КТО?

- Выпускники Программы подготовки управленческих кадров 2011

ТАЙМИНГ | КОГДА?

- Анализируемые данные собирались с 24 мая по 26 августа 2011 г.
- Обработка и анализ данных осуществлялась с 29 августа по 18 ноября 2011 г.

ВЫБОРКА | СКОЛЬКО?

- 3150 человек





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

2

Основные выводы

1. Источники информации о Программе:

- 43% выпускников узнали о Президентской программе от выпускников Программы
- 35% узнали от руководства организации

2. Направление на Программу:

- 56% выпускников ответили, что в их организации направляли на Программу тех, кто выразил желание
- В направляющих организациях 22% выпускников происходил внутренний конкурс

3. Достижимость целей:

- Из поставленных целей в интересах организации чаще всего были достигнуты следующие цели:
 - знакомство с новыми технологиями управления (95% из тех, кто поставил цель, достигли ее)
 - установление новых деловых контактов (93%)
 - анализ рыночной среды (91%)
 - знакомство с новыми системами сбыта (83%)
 - повышение качества продуктов или услуг (80%)
- Из поставленных личных целей чаще всего были достигнуты:
 - повышение авторитета среди коллег и партнеров (98%)
 - изменение степени влияния на принятие решений (86%)
 - расширение полномочий в нынешней должности (79%)
 - расширение сферы деятельности (78%)
- Из поставленных целей получения новых знаний, практических навыков и специальности чаще всего были достигнуты цели в области управления и маркетинга:
 - новые профессиональные знания в области управления получили 98% выпускников, в области маркетинга – 95% выпускников
 - новые практические навыки в области управления получили 94% выпускников, в области маркетинга – 91% выпускников
 - новую специальность в области управления получили 87% выпускников, в области маркетинга – 80% выпускников



4. Оценка региональной комиссии:

- Выпускники Программы считают, что выявление знаний, навыков и умений региональной комиссией при поступлении было в целом объективным – $\frac{3}{4}$ выпускников оценили объективность различных испытаний на «4» и «5»
- Наиболее эффективно знания выявляются при профессиональном интервью – 85% оценили объективность этого этапа на «4» и «5»
- Самые сложные тестовые задания были по иностранному языку – 60% оценили сложность теста по грамматике и словарному запасу на «4» и «5», 41% посчитали сложным устный ответ по иностранному языку и 43% - проверку навыков чтения на иностранном языке. Наиболее легким оказалось тестирование по информационным технологиям
- Уровень организации региональных комиссий в целом оценивается высоко. Наиболее сильные стороны региональных комиссий – корректность в обращении с кандидатами (на «4» и «5» это параметр оценили 88% выпускников), тестирование (76%) и помощь в подготовке документов для поступления (74%).
- Слабые стороны организации региональных комиссий – информирование о всех программах российских образовательных учреждений, участвующих в Программе (45%), организация бизнес и профессиональных ассоциаций (43%) и встреч с местной администрацией (33%).

5. Эффективность и уровень преподавания методов:

- Самыми эффективными методами обучения являются:
 - групповая работа (78% оценок «4» и «5»)
 - ролевые, оргдеятельностные игры (77%)
 - разбор конкретных ситуаций – case-study (76%)
- Наиболее высокие оценки уровня преподавания получили:
 - лекции преподавателей (80% оценок «4» и «5»)
 - ролевые игры (70%)
 - case-study (69%)
 - работа над проектом / бизнес-планом (69%)



6. Наиболее оптимальные аспекты подготовки в вузе:

- соответствие практических занятий тематике лекций (73% оценок «4» и «5»)
- соответствие названия курсов их содержанию (73%)
- литература конкретизирована по отдельным темам и курсам (69%)

7. Наиболее полезные методы обучения:

- Разбор конкретных ситуаций – case-study (71% оценок «4» и «5»)
- Работа над проектом / бизнес-планом (69%)
- Групповая работа (69%)

8. Самые сильные стороны реализации учебного процесса (то, чем выпускники остались наиболее довольны):

- Уровень преподавателей (82% оценок «4» и «5»)
- Внимание преподавателей (80%)
- Состав слушателей курса (78%)

9. Качество и применимость преподаваемых дисциплин («длинная» программа):

- Самое высокое качество преподавания у следующих дисциплин:
 - иностранный язык (79% оценок «4» и «5»)
 - управление организациями (78%)
 - экономика (76%)
- Наиболее применимы следующие дисциплины:
 - управление организациями (75% оценок «4» и «5»)
 - управление персоналом (69%)
 - маркетинг (65%)





10. Качество и применимость преподаваемых дисциплин («короткая» программа «Менеджмент в сфере инноваций»):

- Самое высокое качество преподавания у следующих дисциплин:
 - маркетинг новых продуктов и технологий (64% оценок «4» и «5»)
 - основы теории инноваций (63%)
 - оценка рисков (63%)
- Наиболее применимы следующие дисциплины:
 - профессиональные навыки менеджера (68% оценок «4» и «5»)
 - управление проектами (68%)
 - бизнес-планирование (66%)

11. Качество и применимость преподаваемых дисциплин («короткая» программа «Развитие предпринимательства»):

- Самое высокое качество преподавания у следующих дисциплин:
 - управление персоналом (73% оценок «4» и «5»)
 - подбор персонала и командообразование (71%)
 - маркетинг (71%)
- Наиболее применимы следующие дисциплины:
 - управление персоналом (68% оценок «4» и «5»)
 - подбор персонала и командообразование (64%)
 - маркетинг (64%)

12. Соотношение различных аспектов обучения:

- Активных методов обучения меньше, чем традиционных (47%)
- Обязательных курсов больше, чем курсов по выбору (77%)
- Практических примеров больше, чем учебных (50%)
- Российских примеров больше, чем зарубежных (50%)





13. Выпускники выше оценивают практическую применимость Программы в целом, если они довольны реализацией*:

- Связь содержания Программы с практикой (стоит на 11-м месте по удовлетворенности Программой – связью содержания Программы с практикой довольны 55% выпускников)
- Уровень преподавателей (на 1-м месте по удовлетворенности)
- Заинтересованность вуза в подготовке слушателей (на 4-м месте по удовлетворенности – 76% выпускников довольны заинтересованностью вуза)

14. Работа над проектом:

- У большинства выпускников проектное задание было подготовлено до начала обучения (62%)
- Если проектное задание не было сформулировано до начала обучения, то, чаще всего, по причине неуверенности в актуальности темы (69%)
- Проект был сформулирован либо самостоятельно (45%), либо после консультации с преподавателями (44%)
- Выпускная работа чаще всего была представлена в форме проекта (в 78% случаев)
- Подготовка выпускной работы осуществлялась в большинстве случаев индивидуально (93%)
- За время обучения проектное задание чаще всего менялось по следующим причинам:
 - изменилось понимание целей и задач проекта (в 46% случаев)
 - скорректировались или появились новые цели проекта (38%)
 - расширился кругозор (36%)
- Проектное задание в большинстве случаев уже реализуется (45%)

15. Дальнейшие планы:

- 72% выпускников планируют продолжить обучение где-либо еще в ближайшие 1-2 года
- 41% из них планируют обучение по программам MBA, 26% - на краткосрочных обучающих курсах, 26% - на курсах повышения квалификации
- Большинство выпускников знает о возможности стажировки в рамках Программы (97%) и планирует пройти стажировку (85%)
- 89% из тех, кто планирует пройти стажировку в рамках Программы, хотят пройти ее за рубежом

* На основе регрессионной модели, где зависимая переменная – практическая применимость Программы в целом, независимые переменные – удовлетворенность по аспектам



16. Лояльность выпускников:

- Президентская программа обладает высокой лояльностью у выпускников – большинство порекомендует ее своим друзьям и знакомым, заинтересованным в получении дополнительного образования
- В качестве меры лояльности в данном исследовании использовался индекс NPS (Net Promoter Score), который показывает разницу между долей «промоутеров» (тех, кто поставил «9» и «10» своей вероятности рекомендации по 10-балльной шкале) и долей «критиков» Программы (тех, кто поставил «6» и ниже)
- Индекс Программы равен 65% - это значит, что Программа обладает высокой лояльностью

17. Главные драйверы лояльности Программы (за что «промоутеры» рекомендуют Программу):

- Актуальность, польза Программы / обучения
- Приобретение новых знаний, навыков, идей
- Качество обучения / качество знаний
- Интересная программа / расширение кругозора
- Все понравилось

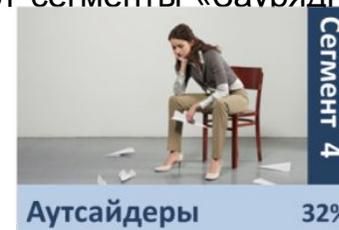
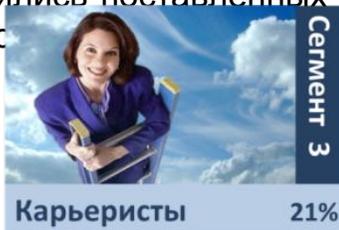
18. Главные барьеры лояльности Программы (почему «критики» не хотят рекомендовать Программу):

- Не устраивает организация, форма обучения
- Низкая практическая применимость знаний
- Не всем может быть полезна
- Неактуальные знания
- Низкий уровень преподавания



19. Сегментация выпускников по достигнутым в рамках Программы целям:

- На основе достигнутых целей был проведен кластерный анализ методов k-means, в результате которого было получено 4 сегмента: «лидеры», «карьеристы», «заурядные», «аутсайдеры» (4—кластерное решение было выбрано как наиболее устойчивое и равнонаполненное).
- «Лидеры» (19%) – представители данного сегмента достигли практически всех поставленных целей – среди них значимо выше доля тех, кто достиг целей как в интересах организации, так и личных целей, получили новые знания и практические навыки, новую специальность.
- Сегмент «Карьеристы» (21%) добились благодаря Программе в большей степени личных целей (они достигли и целей в интересах организации, но в меньшей степени, чем «лидеры»). Среди целей в интересах организации среди «Карьеристов» выше, чем среди «Лидеров» доля достигших целей «установление новых деловых контактов» и «проведение организационных изменений в компании». Значимо меньше, чем лидеры, получили новые знания и навыки в области маркетинга и управления, практически не получили знаний и навыков в области экономики и финансов.
- Представители сегмента «Заурядные» (28%) практически не добились личных целей и целей в интересах организации (по сравнению с сегментом «Лидеры» и «Карьеристы» % добившихся меньше). 96% представителей этого сегмента получили новые знания в области управления (единственная цель, по которой они находятся на первом месте). Среди «Заурядных» выше доля тех, кто работает в организациях крупного бизнеса.
- «Аутсайдеры» (32% - самый многочисленный сегмент) значимо меньше, чем другие сегменты, добились поставленных целей, как организационных, так и личных и образовательных.
- В целом, все выпускники разделились на две группы: первую группу образуют сегменты «Лидеры» и «Карьеристы», которые добились поставленных целей. Вторую группу образуют сегменты «Заурядные» и «Аутсайдеры», которые не достигли поставленных целей.





20. Описание расчета индекса эффективности Программы:

- Предлагаемая методика расчета эффективности основана на методике Дональда Л. Киркпатрика. По Киркпатрику, для расчета эффективности образовательной программы используется 4 показателя: реакция, обучение, поведение и результаты.
- В нашей методике в качестве параметра реакции выступает индекс удовлетворенности, рассчитываемый как сумма ТОП-2 (оценки «4» и «5» по 5-балльной шкале) важных для общей практической применимости Программы параметров (важные параметры выбираются исходя из регрессии, где независимые переменные – все оцениваемые параметры удовлетворенности Программой, зависимая – общая практическая применимость Программы), взвешенные на стандартизованные коэффициенты регрессии «параметры удовлетворенности – общая практическая применимость Программы».
- В качестве параметра обучения вводится индекс уровня знаний. Индекс уровня знаний рассчитывается из распределения оценок на прямой вопрос «Оцените общий уровень полученных в образовательном учреждении знаний», где оценка «5» по 5-балльной шкале берется с весом 0,85; оценка «4» – с весом 0,5. «Снижающие» коэффициенты введены, т.к. респонденты в прямых вопросах склонны завышать свои оценки. Коэффициенты взяты из методики расчета потенциала компании Comcon.
- В качестве параметра поведения вводится индекс применимости знаний. Под поведением в методике Киркпатрика имеется в виду то, как сильно изменилось поведение обучаемого после прохождения обучения? Речь здесь идет о применении полученных навыков и знаний на рабочем месте. И так как мы не можем на момент окончания обучения объективно померять применимость знаний, в индексе мы берем субъективную оценку практической применимости знаний по тем дисциплинам, которые важны для общей практической применимости Программы (важные дисциплины выбираются из регрессии где независимые переменные – все оцениваемые дисциплины, зависимая – общая практическая применимость Программы), взвешенные на стандартизованные коэффициенты регрессии «практическая применимость знаний по дисциплинам – общая практическая применимость Программы».
- В качестве параметра результатов вводится индекс достижения целей. Индекс достижения целей рассчитывается с использованием кластерного анализа. С помощью кластерного анализа делается сегментация по достигнутым в ходе Программы целям. В результате сегментации получаются 4 кластера, 2 из которых («лидеры» и «карьеристы») достигают поставленных целей (т.е., Программа для них эффективна), 2 других («заурядные» и «аутсайдеры») практически не достигают целей. Индекс рассчитывается как разница первых двух сегментов, достигших целей, и двух сегментов, не достигших целей.



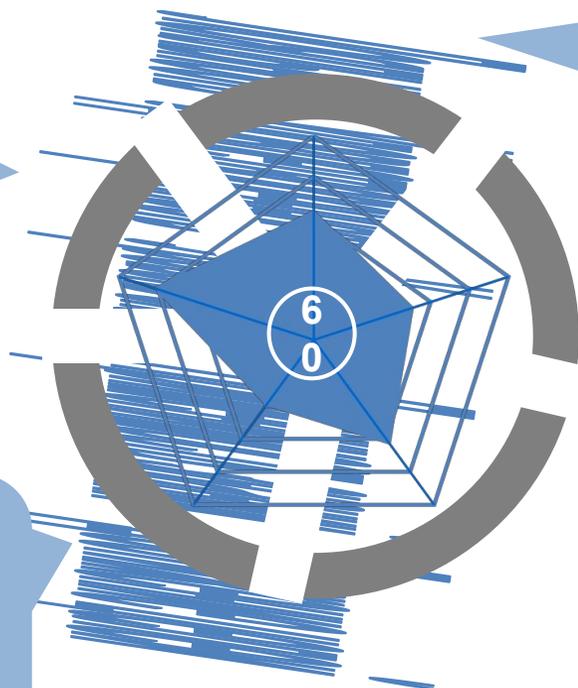
Основные выводы: эффективность Программы

- И дополнительно к параметрам методике Киркпатрика для оценки эффективности Президентской программы вводится индекс лояльности. Индекс лояльности показывает, насколько выпускники готовы рекомендовать Программу заинтересованным в образовании знакомым. Лояльность – один из непрямых параметров оценки удовлетворенности и эффективности Программы – чем больше выпускники готовы рекомендовать Программу, тем она эффективнее.

21. Индекс эффективности Президентской программы = 60.

Индекс лояльности = 83.

Наиболее сильная черта Президентской программы – лояльность. Среди выпускников высока доля тех, кто порекомендует Программу своим друзьям и знакомым, заинтересованным в получении дополнительного образования.



Индекс удовлетворенности = 64.

Частный индекс удовлетворенности выше общего индекса эффективности. Можно сказать, что в целом выпускники удовлетворены теми аспектами Программы, которые влияют на общую практическую применимость Программы.

Индекс уровня знаний = 51.

Частный индекс уровня знаний немного ниже, чем общий индекс. Это указывает на невысокий уровень знаний (знания теоретические, «из учебника», неактуальные).

Индекс достижения целей = 40.

Самая слабая черта Программы – достижимость поставленных перед обучением целей. Среди выпускников доля тех, кто благодаря Программе достиг целей ниже, чем доля тех, кто не достиг поставленных целей (значение индекса меньше 50 означает, что доля достигших меньше доли не достигших целей).

Индекс применимости знаний = 64.

Частный индекс применимости знаний по дисциплинам, влияющим на общую практическую применимость Программы, выше, чем общий индекс. Можно сказать, что знания в целом практически применимы.



RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3

Результаты исследования



RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

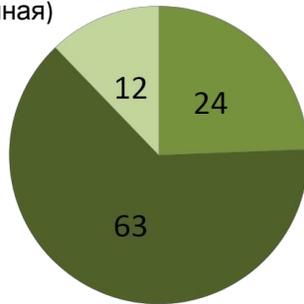
Приложение
(отчет в формате Word)

3.1 Портрет выпускника Президентской Программы

(%)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Программа А
(проектно-ориентированная)



«Короткая» программа повышения квалификации

Программа В
(базовая)

БАЗА: 3150

ТИП «КОРОТКОЙ» ПРОГРАММЫ



БАЗА: 381

- Большинство выпускников – учащиеся «длинных» программ: 88% выпускников прошли обучение по программам А и В.
- 12% выпускников прошли обучение по «короткой» программе повышения квалификации. Из них 45% обучались на направлении «Развитие», 30% - на «Управлении инновациями в корпорациях», 18% - на «Инновационном малом бизнесе» и 6% - на направлении «Создание».





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

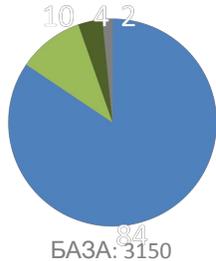
Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3.2

Характеристики направляющей организации

(%)



- **84%** выпускников **работают на том же месте работы**, что и до Программы.
- **10%** выпускников **работают на другом месте работы**
- **4%** выпускников **переходят на другое место работы** на данный момент
- **2%** выпускников в настоящее время **не работают**



НАИМЕНЕЕ «МОБИЛЬНЫЕ»*:

РЕГИОН

- **Б**урятия (91% остались на прежней работе)
- Алтайский край (93% остались на прежней работе)
- Пензенская обл. (92% остались на прежней работе)

ОТРАС

ЛИ
Нет значимых различий

ДОЛЖНОС

- **ТИ** управление персоналом (90% остались на прежней работе)
- Управление произв. проц. (88% остались на прежней работе)



НАИБОЛЕЕ «МОБИЛЬНЫЕ»*:

РЕГИОН

- **Б**урятия (28% перешли на новую работу)
- Тверская обл. (26% перешли на новую работу)
- Томская обл. (18% перешли на новую работу)

ОТРАС

- **ЛИ** финансы (25% перешли на новую работу)
- С/х (24% перешли на новую работу)
- Торговля (20% перешли на новую работу)

ДОЛЖНОС

- **ТИ** управление инвестициями (20% перешли на новую работу)
- Управление сбытом (17% перешли на новую работу)
- Маркетинг (16% перешли на новую работу)

* группы, в которых различия от среднего значения по выборке по указанным в скобках ответам значимо выше при условии достаточности выборки в группе

А1. Работаете ли Вы сейчас в той же организации (фирме), где работали до участия в Программе подготовки управленческих кадров?



(%)

ТИП ПО ЧИСЛЕННОСТИ



ТИП ПО ГОДОВОМУ ОБОРОТУ

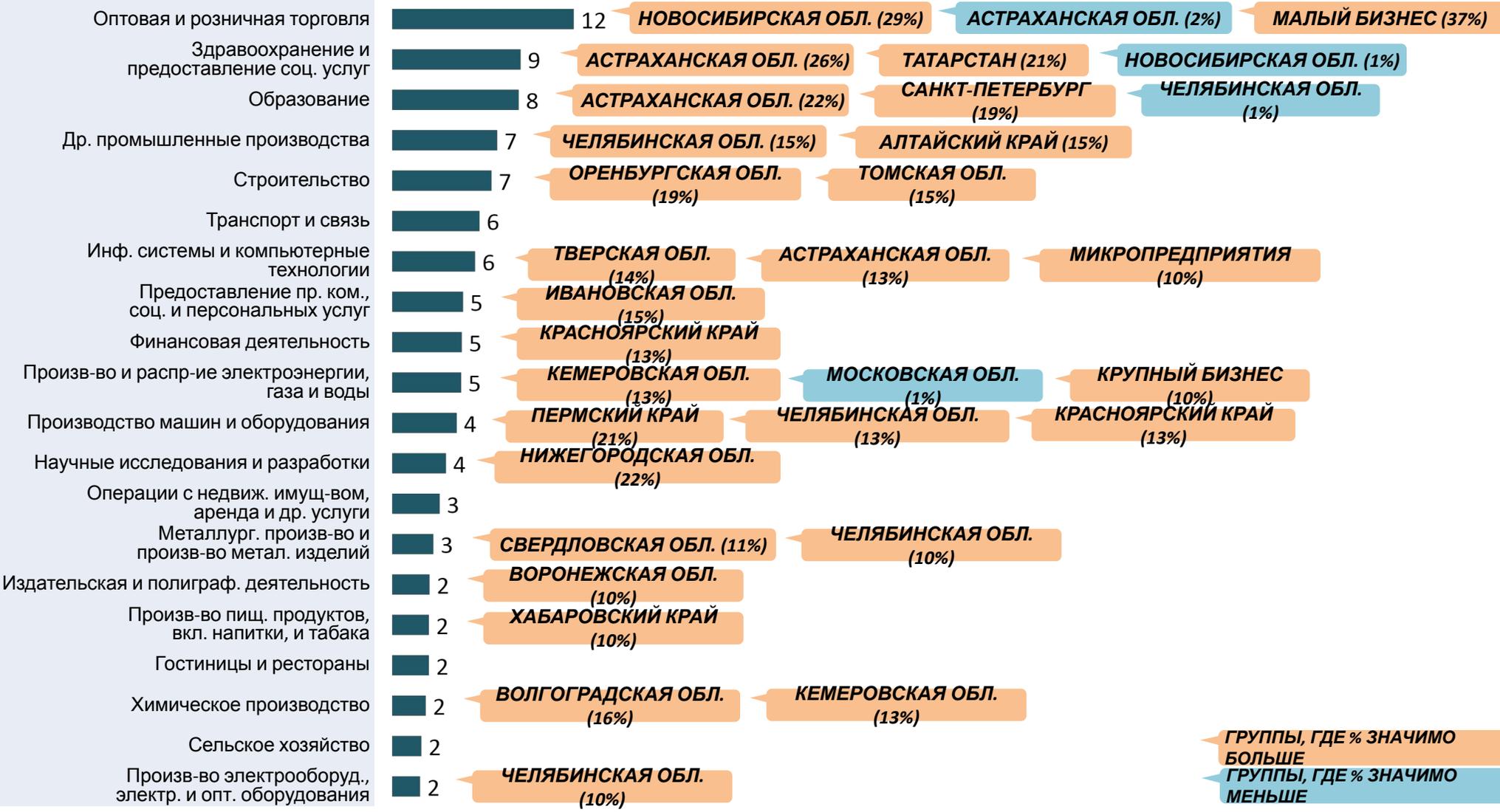


- Больше половины направляющих организаций – предприятия малого бизнеса (включая микропредприятия), как по численности организаций (53%) и по годовому обороту организаций (54%).
- На средний бизнес приходится всего 11% организаций по типологии, основанной на численности рабочих мест в организации, и 8% по годовому обороту организации.
- Направляющие организации, принадлежащие к сфере крупного бизнеса, занимают долю в 36% по численности организации, и 19% по годовому обороту.

Тип	Численность персонала	Годовой оборот
Микропредприятия	1-15 человек	До 60 млн. руб.
Малый бизнес	16-100 человек	60-400 млн. руб.
Средний бизнес	101-250 человек	400 млн.–1 млрд. руб.
Крупный бизнес	Более 250 человек	Более 1 млрд. руб.



(%)

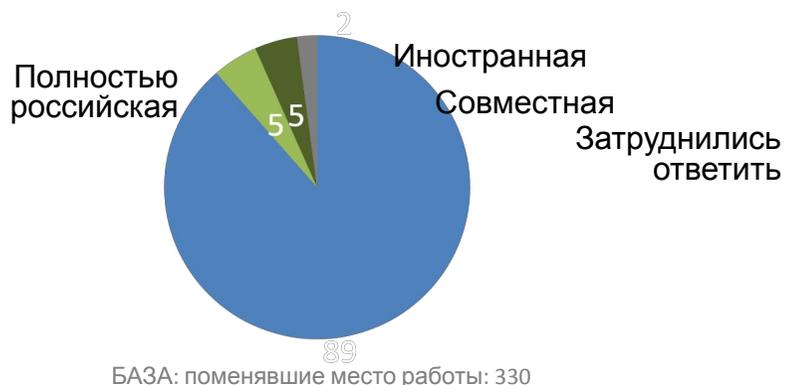


ГРУППЫ, ГДЕ % ЗНАЧИМО БОЛЬШЕ
ГРУППЫ, ГДЕ % ЗНАЧИМО МЕНЬШЕ



(%)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПО ПРИНАДЛЕЖНОСТИ КАПИТАЛА

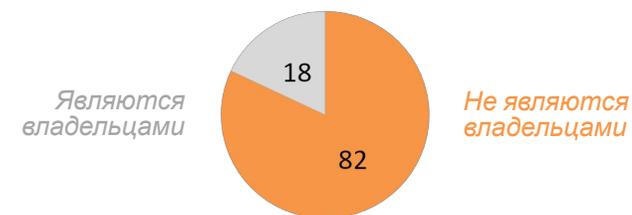


ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ ВЫПУСКНИК ВЛАДЕЛЬЦЕМ БИЗНЕСА



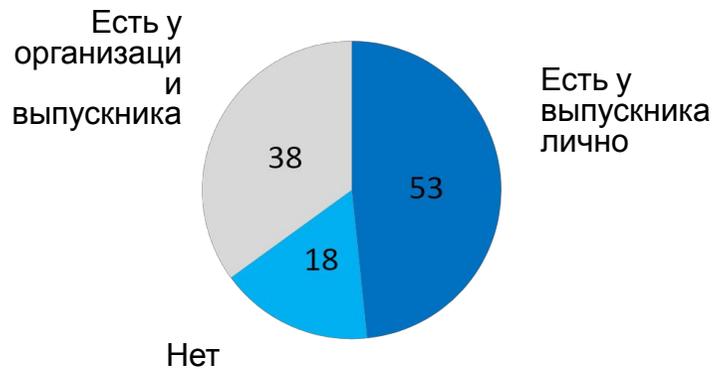
- Большинство компаний, в которых работают выпускники Президентской программы, успевшие за время обучения по Программе сменить место работы, являются полностью российскими.
- Большинство выпускников не являются владельцами / совладельцами / акционерами бизнеса.
- Количество владельцев бизнеса по сравнению с поступающими 2010 года не увеличилось.

ВЛАДЕЛЬЦЫ БИЗНЕСА СРЕДИ ПОСТУПАЮЩИХ 2010

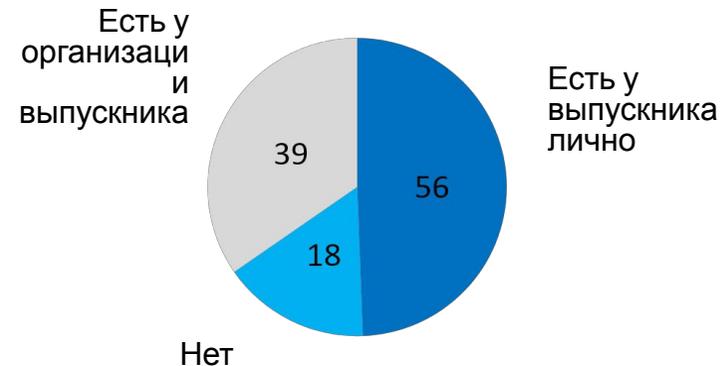


(%)

ДЕЛОВЫЕ КОНТАКТЫ В СНГ

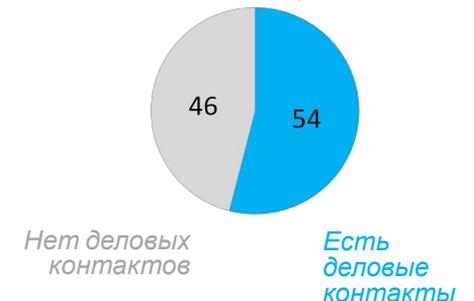


ДЕЛОВЫЕ КОНТАКТЫ ЗА ПРЕДЕЛАМИ СНГ



- Количество деловых контактов за рубежом за время обучения по Программе увеличилось: среди поступающих на Программу в 2010 году деловые контакты за рубежом есть у 54%. На момент окончания обучения деловые контакты есть уже у 61-62% выпускников.
- Количество личных деловых контактов в СНГ и в странах дальнего зарубежья у выпускников равно – по 18%. Среди деловых контактов организации немного больше контактов за пределами СНГ.

ДЕЛОВЫЕ КОНТАКТЫ У ПОСТУПАЮЩИХ 2010





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

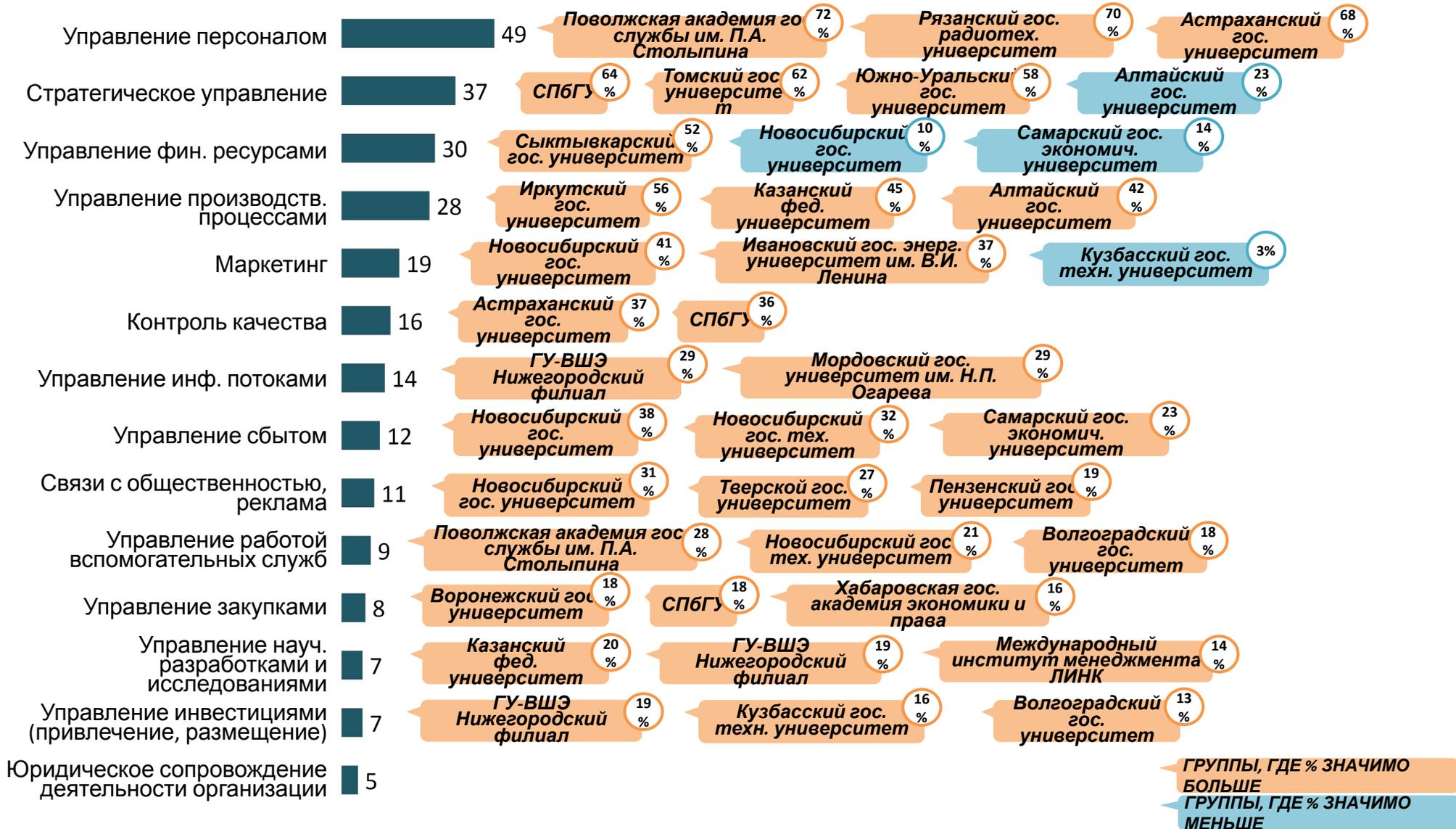
Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3.3

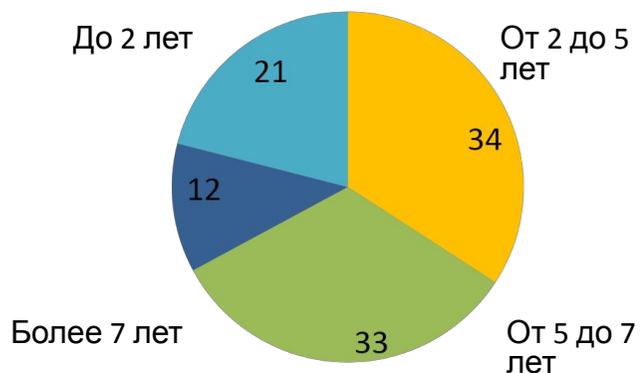
Включенность специалиста в организацию

(%)

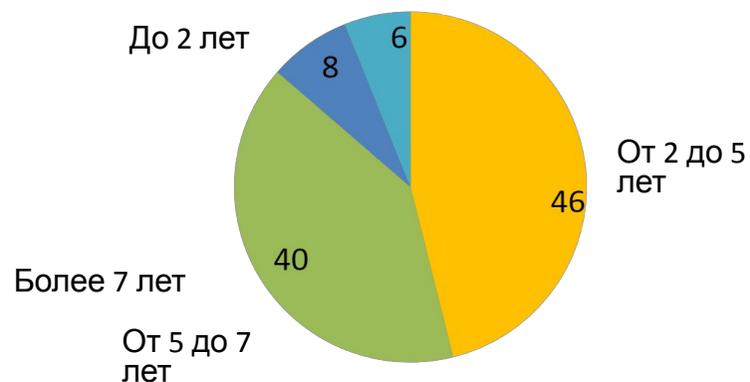


(%)

СТАЖ РАБОТЫ В ОРГАНИЗАЦИИ



СТАЖ РАБОТЫ НА ТЕКУЩЕЙ ДОЛЖНОСТИ



- Большинство выпускников работают в направляющей организации не более 5 лет (77%).
- 21% выпускников работают в организации более 7 лет.
- 86% выпускников работают на текущей должности до 5 лет.



RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

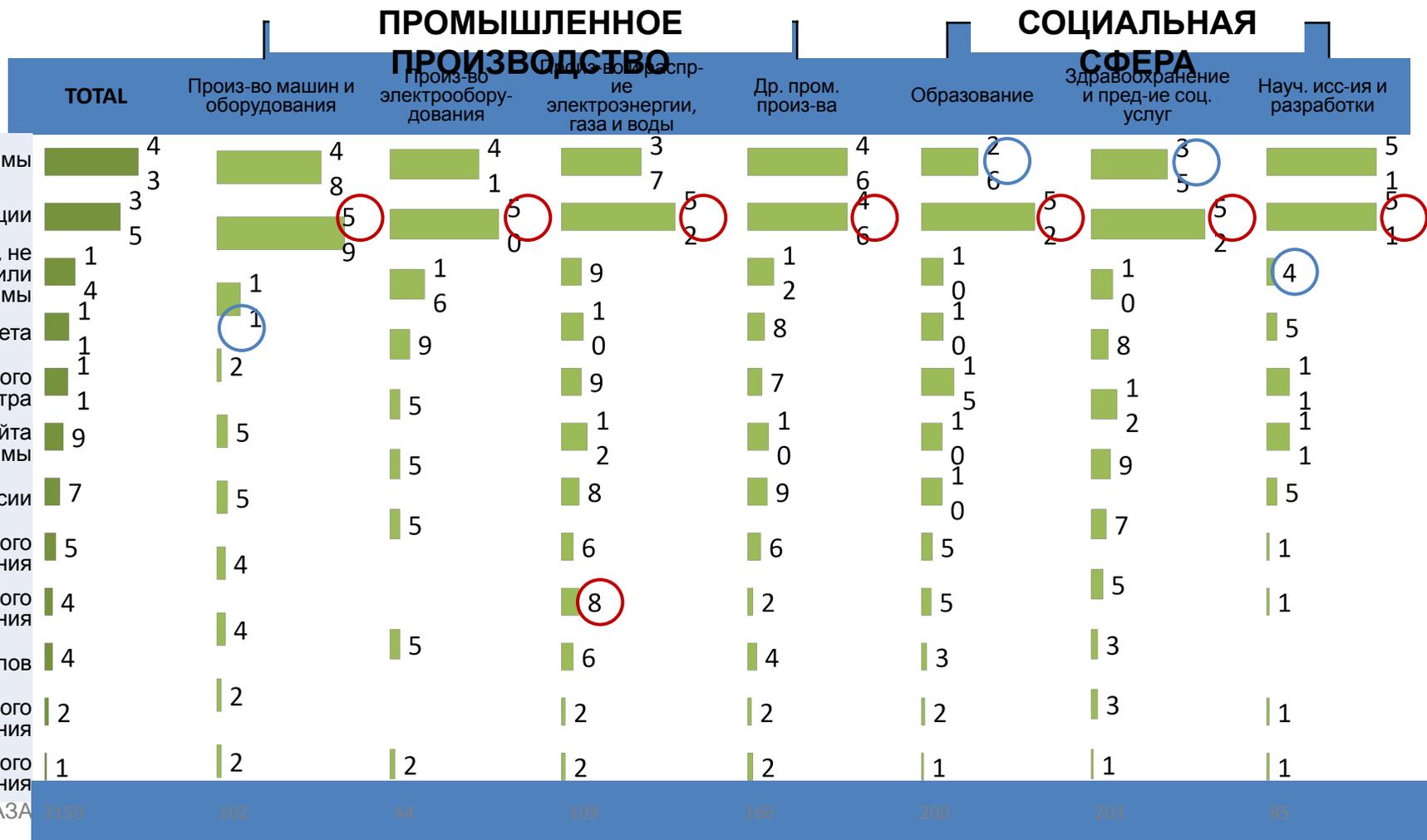
Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3.4 Оценка Программы

Источники информации о Программе: отрасли, где руководство явл. главным источником информации*

(%)



- Сотрудники организаций сферы промышленного производства (в особенности производство машин, электрооборудования, электроэнергии, газа и воды) и сотрудники организаций образования и здравоохранения чаще других узнают о Программе от руководства организации.

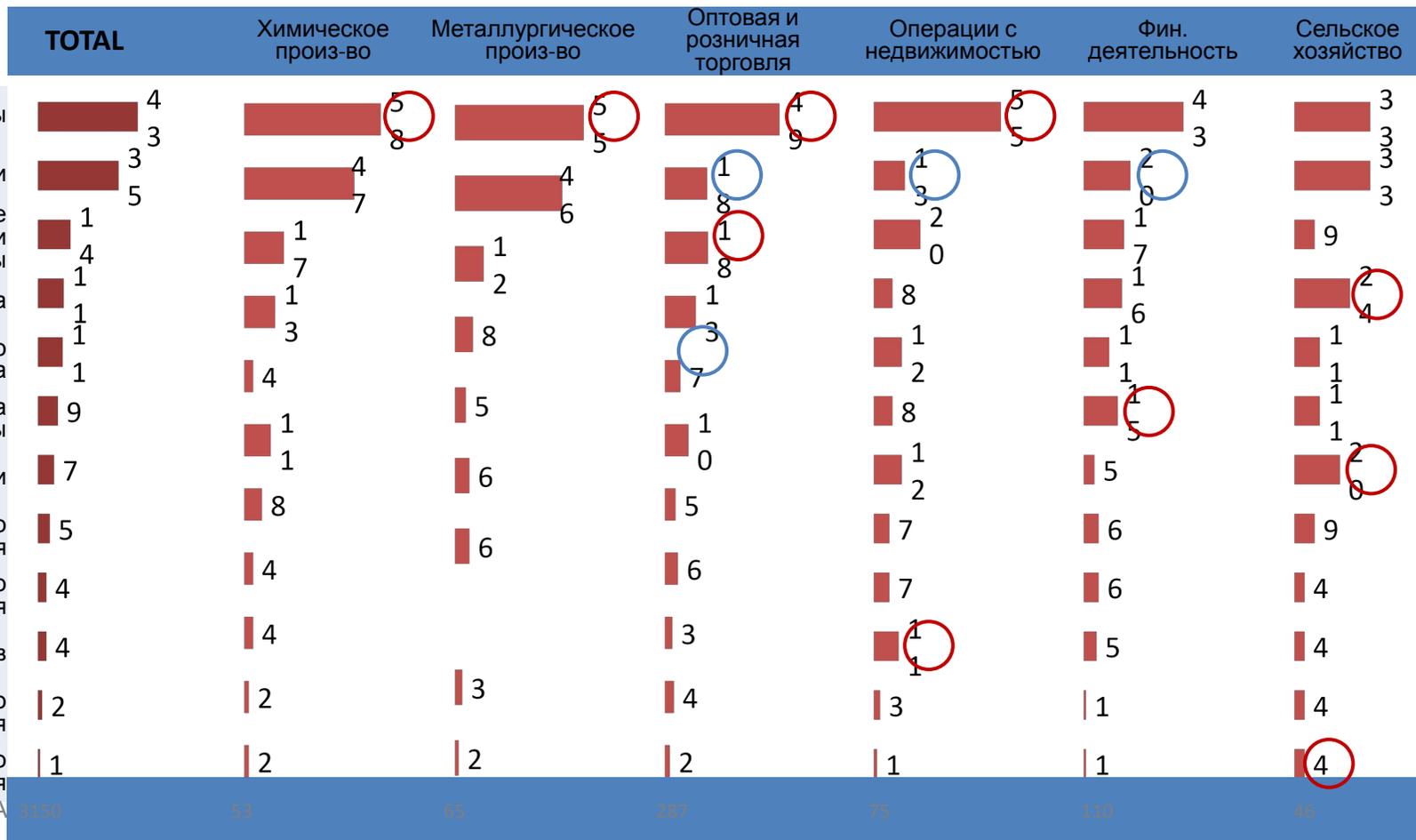
 Значимо выше, чем в среднем по выборке
 Значимо ниже, чем в среднем по выборке

Сотрудники организаций сферы промышленного производства и здравоохранения чаще других узнают о Программе от руководства организации.



Источники информации о Программе: др. отрасли с особенностями источников информации*

(%)



- Сотрудники организаций сфер химического и металлургического производства, торговли и недвижимости чаще других узнали о Программе от выпускников Программы.
- Финансовые организации чаще других узнали о Программе из официального сайта.
- Организации сельского хозяйства чаще других узнали о Программе из Интернета и от региональной комиссии.

○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
 ○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке

* Показаны отрасли с наиболее яркими значимыми различиями



Отбор кандидатов на участие в Программе*

(%)



- Отбор кандидатов на участие в Программе среди сотрудников организаций сфер химического и металлургического производства, производства машин и оборудования, производства и распределения электроэнергии, газа и воды происходил чаще всего посредством конкурса внутри организации.
- Сотрудников организации соц. сферы в обязательном порядке на Программу отправляют чаще, чем сотрудников других организаций.

 Значимо выше, чем в среднем по выборке
  Значимо ниже, чем в среднем по выборке

* Показаны отрасли с наиболее яркими значимыми различиями

S1. Как проходил отбор кандидатов на участие в Программе?



(%)

Цели, достигаемые чаще всего*

Цели, достигаемые реже всего

Поставленные цели / какие удалось достичь

Поставленные цели / какие удалось достичь	Знакомство с новыми технологиям и управления	Устан-ие новых деловых контактов	Анализ рыночной среды	Знакомство с новыми системами сбыта	Повышение качества продуктов или услуг	Знакомство с новыми технологиям и произв-ва	Увеличение объемов продаж, клиентов	Внедрение продуктов, расширение рынка	Проведение организац. изменений в компании	Внедрение новых технологий произв-ва
Знакомство с новыми технологиями управления	95	95	96	96	95	96	95	93	95	96
Установление новых деловых контактов	93	93	94	92	94	95	92	94	94	92
Анализ рыночной среды	90	98	91	90	90	90	92	91	90	91
Знакомство с новыми системами сбыта	83	84	83	83	81	89	86	87	85	82
Повышение качества продуктов или услуг	79	79	81	81	80	83	79	80	79	80
Знакомство с новыми технологиями производства	75	75	78	75	75	75	71	77	77	77
Увеличение объемов продаж, привлечение клиентов	74	75	76	80	76	77	75	79	73	77
Внедрение новых продуктов, расширение рынка компании	73	74	71	76	78	78	75	74	74	78
Проведение орг. изменений в компании	70	71	72	76	75	73	74	80	71	73
Внедрение новых технологий производства	65	63	65	67	68	66	67	68	63	64

* Здесь и далее: те цели, где доля достигнувших среди тех, кто поставил себе эти цели, выше. Н-р, среди тех, кто поставил своей целью «знакомство с новыми технологиями управления», 95% достигли этой цели. Доля 95% является самой большой среди целей организации, таким образом данная цель достигается в рамках Программы чаще всего.

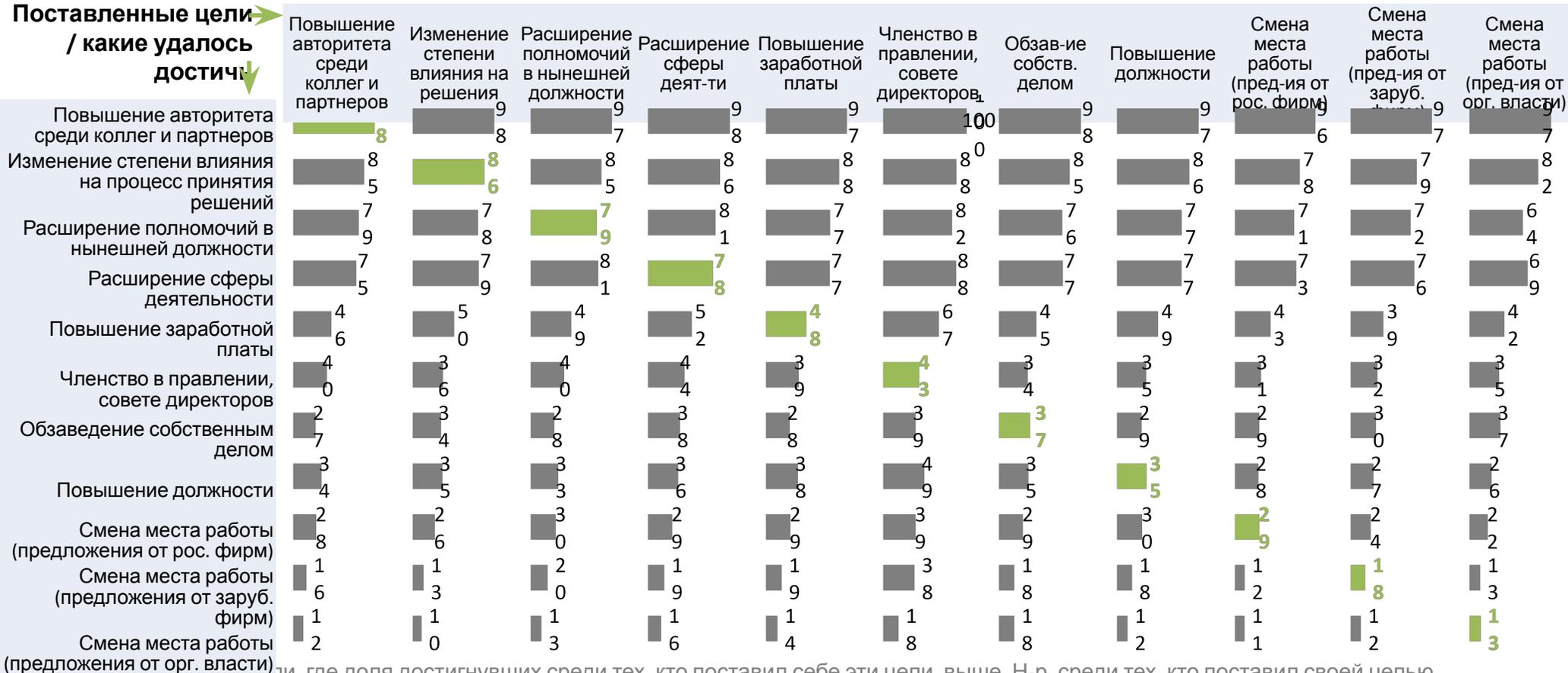
- Самые «достигаемые» цели выпускников в интересах организации – «знакомство с новыми технологиями управления», «установление новых деловых контактов» и «анализ рыночной среды».



(%)

Цели, достигаемые чаще всего*

Цели, достигаемые реже всего

Поставленные цели / какие удалось достичь


Цели, где доля достигнувших среди тех, кто поставил себе эти цели, выше. Н-р, среди тех, кто поставил своей целью «повышение авторитета среди коллег и партнеров», 98% достигли этой цели. Доля 98% является самой большой среди личных целей, таким образом данная цель достигается в рамках Программы чаще всего.

- Самые «достигаемые» личные цели выпускников – «повышение авторитета среди коллег и партнеров», «изменение степени влияния на процесс принятия решений» и «расширение полномочий в нынешней должности».



(%)



* Здесь и далее: те цели, где доля достигнувших среди тех, кто поставил себе эти цели, выше. Н-р, среди тех, кто поставил своей целью «новые профессиональные знания в сфере управления», 98% достигли этой цели. Доля 98% является самой большой среди целей получения новых профессиональных знаний, таким образом данная цель достигается в рамках Программы чаще всего.

- В целом, практически все выпускники Программы получают те новые профессиональные знания, которые ставили целью получить. Новые профессиональные знания в управлении и маркетинге являются самыми «достижимыми» целями выпускников.



(%)

Цели, достигаемые чаще всего*

Цели, достигаемые реже всего

 Поставленные цели
 / какие удалось
 достичь

ПРАКТИЧЕСКИЕ НАВЫКИ
**НОВАЯ
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**
**ПРАКТИЧЕСКИЕ
НАВЫКИ**
**НОВАЯ
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**


* Здесь и далее: те цели, где доля достигнувших среди тех, кто поставил себе эти цели, выше. Н-р, среди тех, кто поставил своей целью «получение новых практических навыков по управлению», 94% достигли этой цели. Доля 94% является самой большой среди целей получения новых практических навыков, таким образом данная цель достигается в рамках Программы чаще всего.

- В целом, практически все выпускники Программы получают новые практические навыки и новую специальность. Лидирующие области получения практических навыков и новой специальности – управление и маркетинг.



Оценка вступительного тестирования, проводимого региональной комиссией

(%, ТОП-2)

ОБЪЕКТИВНОСТЬ выявления знаний



БАЗА: 3150

Самые НЕобъективные РК*:

- **Хабаровская** (необъективные грамматика и устный ответ по ин. яз.; тест по инф. техн.)
- **Московская и МО** (грамматика и устный ответ по ин. яз.; презентация и проф. интервью)
- **Самарская** (тест по инф. техн.)
- **Тюменская** (презентация и проф. инт.)
- **Татарстанская** (грамматика и устный ответ по ин. яз.)
- **Томская** (проф. интервью)

СЛОЖНОСТЬ тестовых заданий



БАЗА: 3150

Самые «сложные» РК*:

- **Кировская** (проф. интервью)
- **Волгоградская** (презентация)
- **Новосибирская** (грамматика, устный ответ и чтение по ин. яз.)
- **Саратовская** (презентация и проф. инт.)
- **Ямало-Ненецкая** (чтение по ин. яз.)
- **Сахалинская** (презентация и проф. инт.)
- **Краснодарская** (чтение по ин. яз.)
- **Смоленская** (проф. интервью)

- Выпускники Программы считают, что выявление знаний, навыков и умений региональной комиссией при поступлении было в целом объективным – $\frac{3}{4}$ выпускников оценили объективность различных испытаний на «4» и «5».
- Сложности при поступлении возникли, в основном, с иностранным языком, особенно с тестом по грамматике и словарному запасу – 60% выпускников оценили сложность этого задания на «4» и «5».

* Самые НЕобъективные региональные комиссии – те, где оценки объективности вступительных испытаний значимо ниже, чем в целом по выборке (за оценку объективности берется доля оценивших объективность вступительных испытаний на 4 и 5 – ТОП-2). В скобках указаны те испытания, по которым доля ТОП-2 значимо ниже.

Самые «сложные» региональные комиссии – те, где оценки сложности вступительных испытаний значимо выше, чем в целом по выборке (за оценку сложности берется доля оценивших сложность вступительных испытаний на 4 и 5 – ТОП-2). В скобках указаны те испытания, по которым доля ТОП-2 значимо ниже.





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

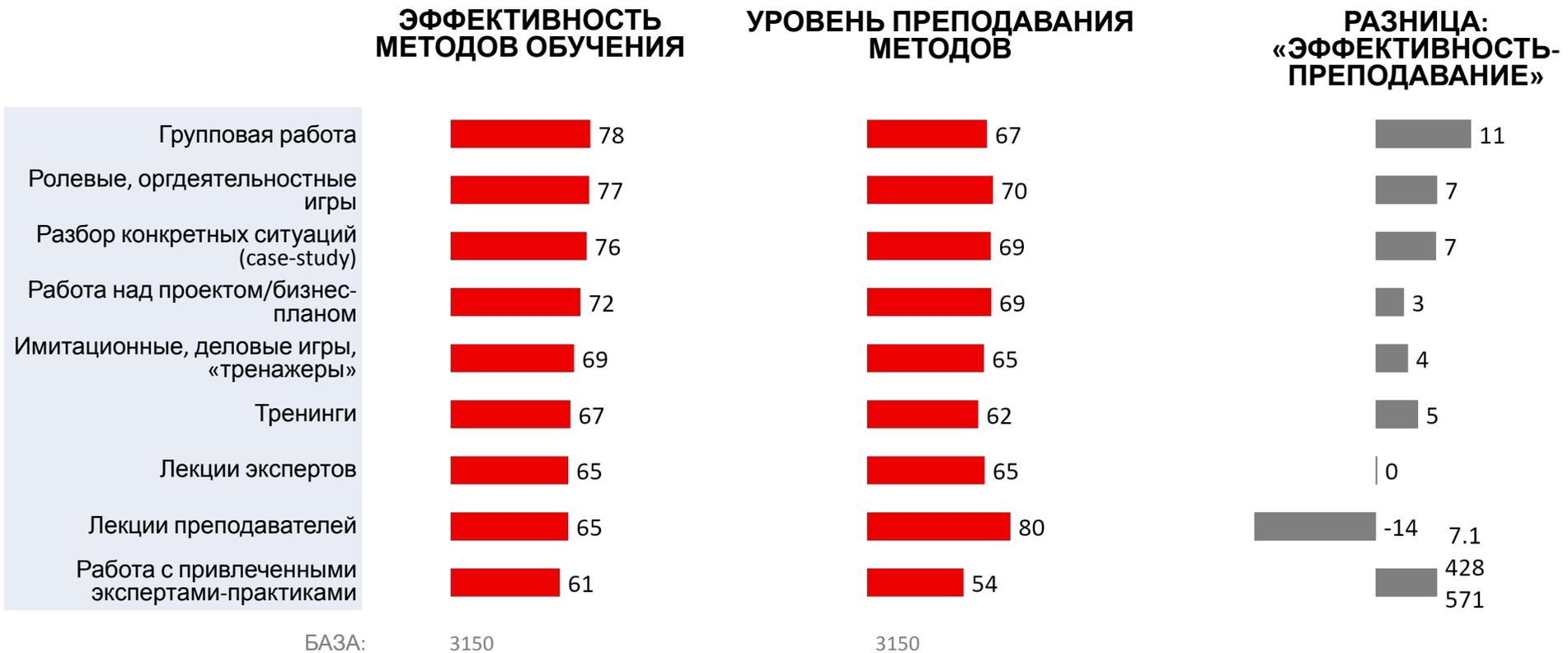
Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3.5 Подготовка в российском вузе

(% , ТОП-2)



- По большинству методов обучения эффективность выше качества (доля выпускников, оценивших эффективность метода на «4» и «5» выше, чем доля выпускников, оценивших метод на «4» и «5»). По наиболее эффективным для обретения знаний и навыков методам (групповая работа, ролевые игры и case-study) разница «эффективность – уровень преподавания» наибольшая. Это значит, что необходимо повышать уровень преподавания данных методов для повышения эффективности Программы.

Качество и применимость знаний: «длинные» программы

(%, ТОП-2)

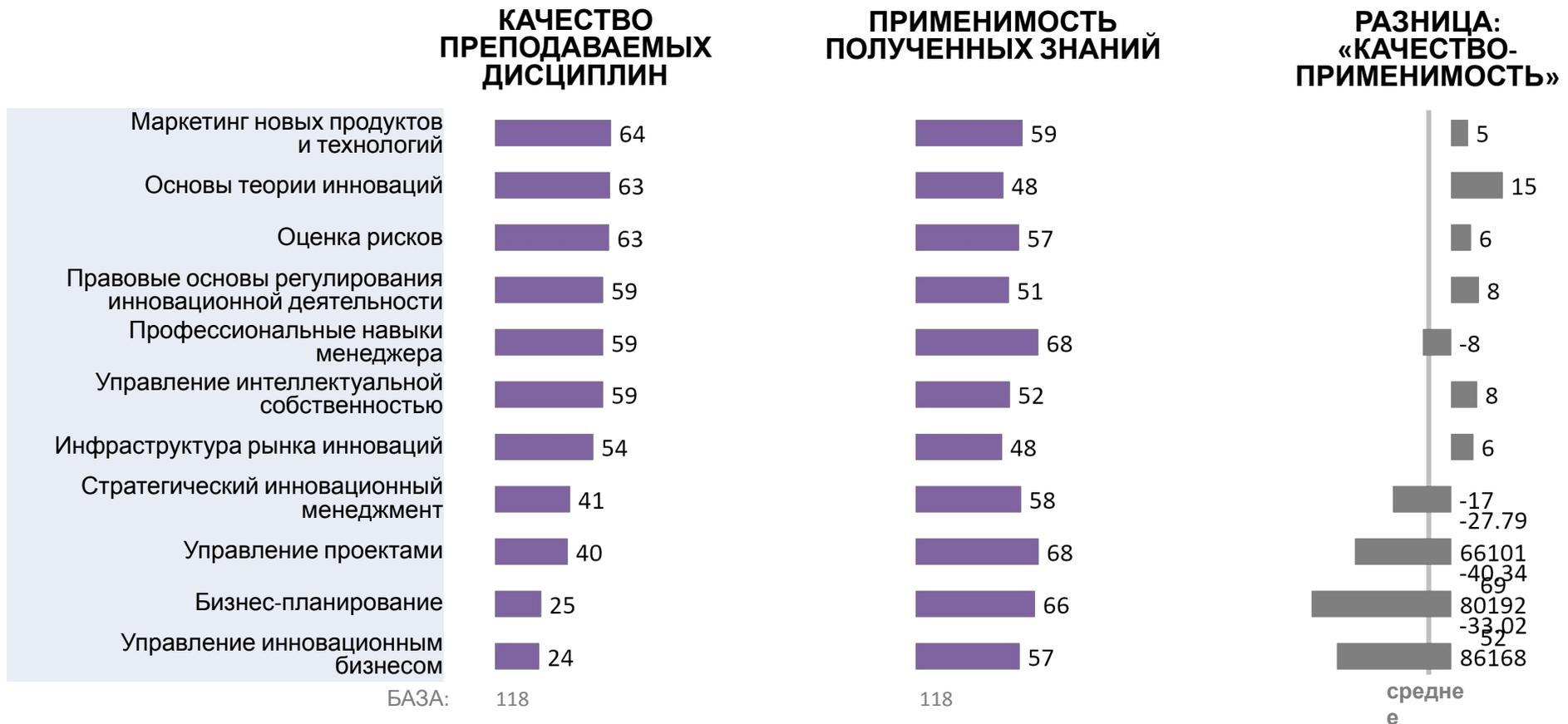


- Разница между качеством преподаваемых дисциплин условно показывает, насколько каждая дисциплина может быть применима в зависимости от качества преподавания.
- Такие дисциплины, как иностранный язык, экономика и финансы, преподаются на высоком уровне, однако применяются на практике в гораздо меньшей степени. Это значит, что курс по данным дисциплинам необходимо пересмотреть в сторону большей практической направленности.
- Курс по управлению организациями является наиболее удачным курсом по соотношению «качество преподавания – применимость знаний».



Качество и применимость знаний: «короткая» программа МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ ИННОВАЦИЙ

(% , ТОП-2)



Знания по таким дисциплинам, как стратегический инновационный менеджмент, управление проектами, бизнес-планирование и управление инновационным бизнесом, преподаваемым в рамках программы «Менеджмент в сфере инноваций», активно применяются выпускниками, однако качество преподавания их низкое. Это значит, что необходимо повысить качество данных дисциплин в первую очередь.

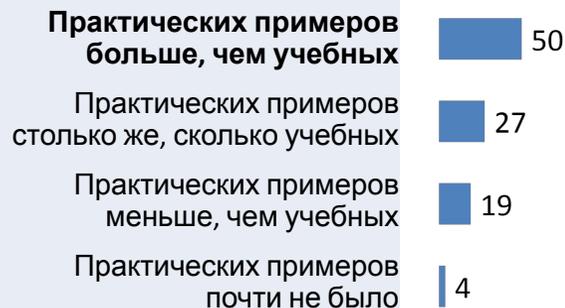


(%)

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ КУРСЫ И КУРСЫ ПО ВЫБОРУ



ПРИМЕРЫ «ИЗ УЧЕБНИКА» И ПРИМЕРЫ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ



ПРИМЕРЫ РОССИЙСКИЕ И ЗАРУБЕЖНЫЕ



- По оценке выпускников, в большинстве случаев обязательных курсов в Программе было больше, чем курсов по выбору (77%).
- Примеров из практики преподавателей было, как правило, больше, чем учебных примеров (50%), либо столько же (27%).
- Российских примеров было больше, чем зарубежных (50%), либо столько же (30%).

D9. Как бы Вы оценили соотношение обязательных курсов и курсов по выбору?

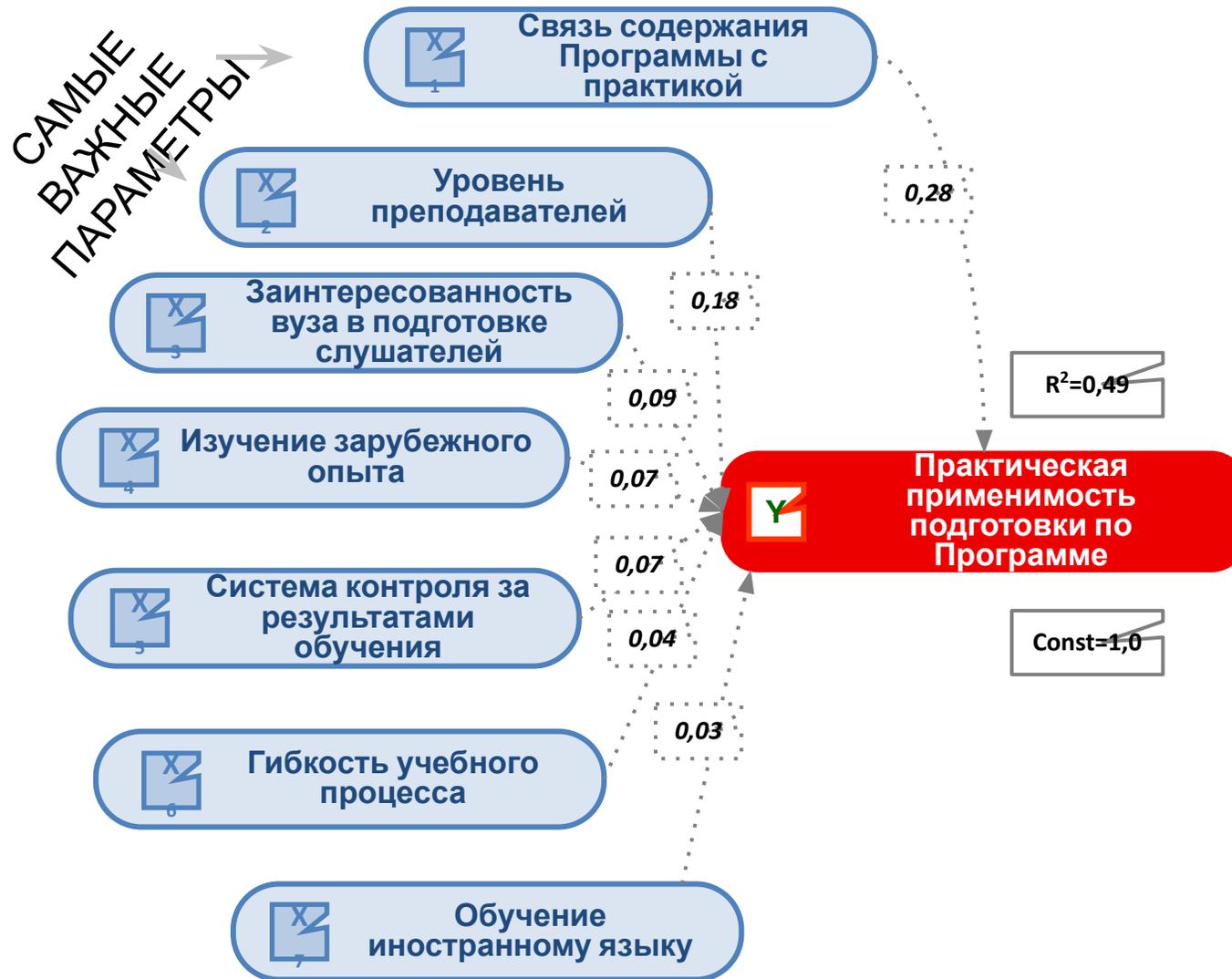
D10. Как бы Вы оценили соотношение примеров «из учебника» и примеров из практики преподавателей?

D11. Как бы Вы оценили соотношение примеров из практики российских и зарубежных предприятий?



Что важнее в практической применимости Программы?

Регрессионный анализ



- Для расчета важности параметров реализации учебного процесса была построена регрессионная модель влияния удовлетворенности различными параметрами реализации учебного процесса ($X_1 \dots X_8$; измеряются по 5-балльной шкале) на оценку практической применимости подготовки по Программе в целом (Y; измеряется по 5-балльной шкале).

- Модель значима на 0,001 уровне значимости. Показатель качества модели (R^2) равен 0,49. Таким образом, практическая применимость подготовки по Программе на 49% объясняется восьмью wybranными факторами.

- Регрессионное уравнение можно записать в следующем виде:

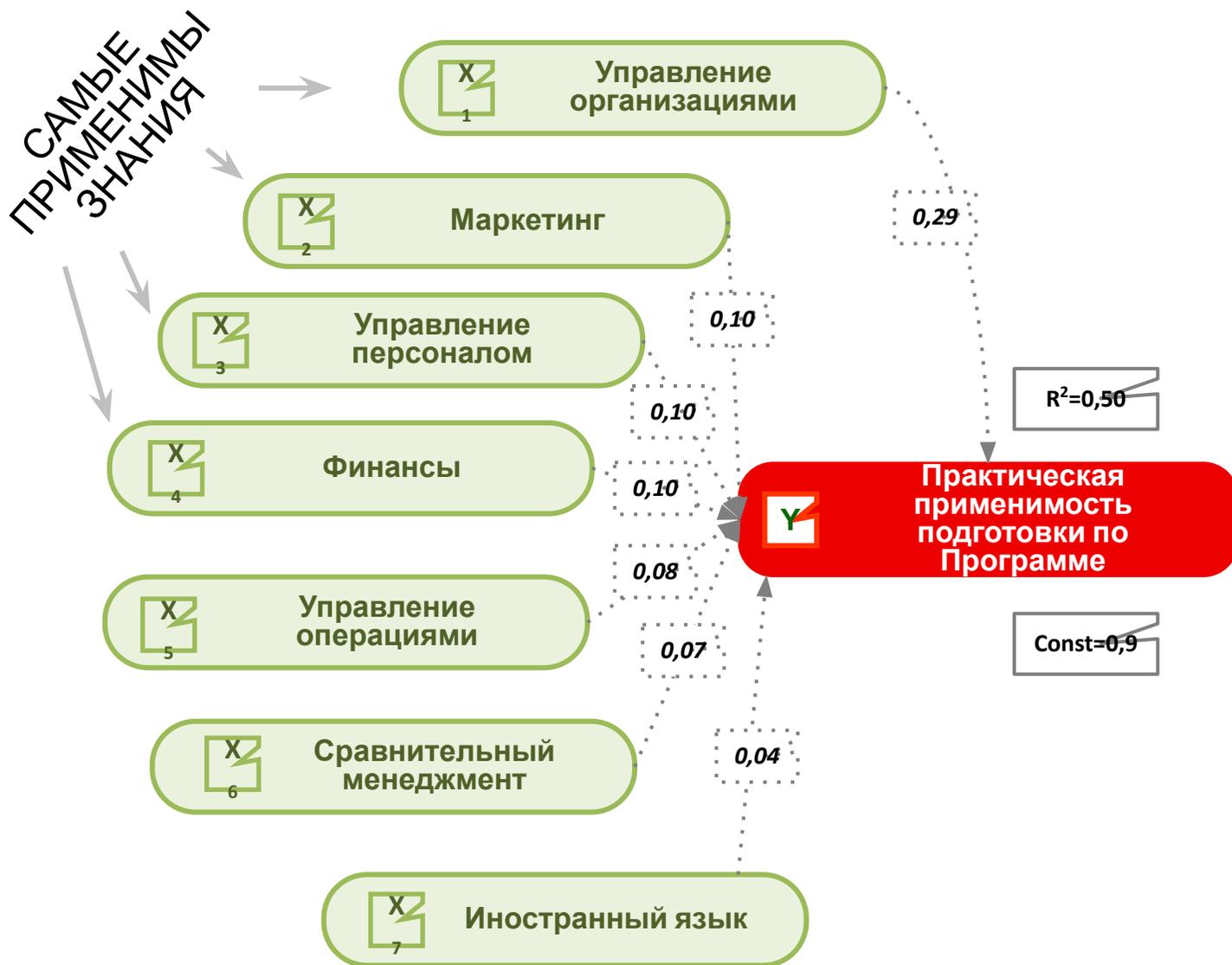
$$Y = 1,0 + 0,28X_1 + 0,18X_2 + 0,09X_3 + 0,07X_4 + 0,07X_5 + 0,04X_6 + 0,03X_7$$

- Коэффициенты регрессии показывают степень влияния каждой из переменных на общую практическую применимость. Таким образом, они могут использоваться как мера важности параметров.

- Так, связь содержания Программы с практикой и уровень преподавателей больше других параметров влияют на оценку практической применимости подготовки по Программе.

Какие знания важнее для практической применимости «длинной» Программы?

Регрессионный анализ



- Для расчета важности применимости знаний по областям была построена регрессионная модель влияния оценок применимости знаний по областям ($X_1 \dots X_n$; по 5-балльной шкале) на оценку практической применимости подготовки по Программе в целом (Y ; по 5-балльной шкале).

- Регрессионное уравнение можно записать в следующем виде:

$$Y = 0,9 + 0,29X_1 + 0,10X_2 + 0,10X_3 + 0,10X_4 + 0,08X_5 + 0,07X_6 + 0,04X_7$$

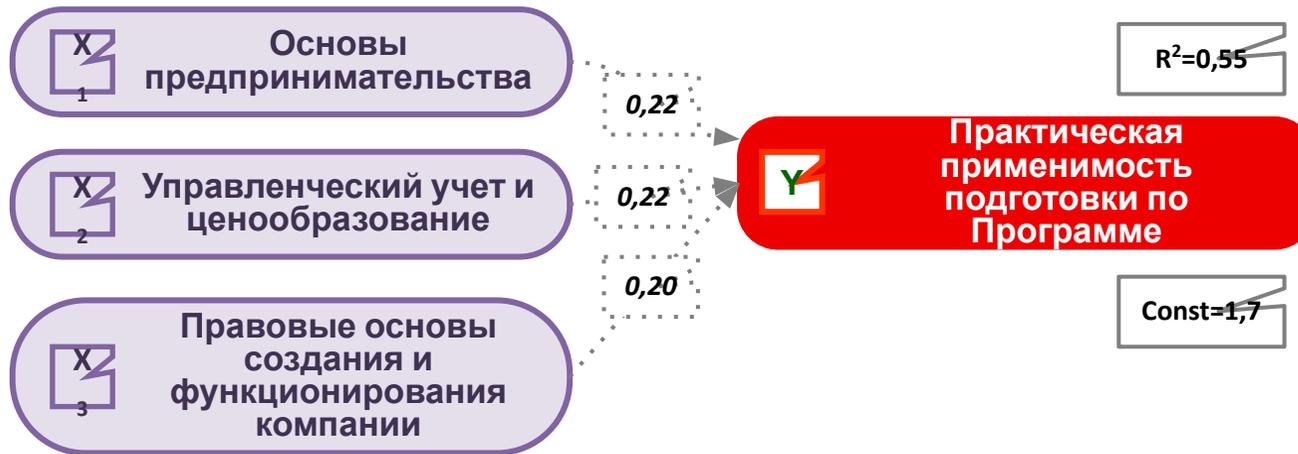
- Коэффициенты регрессии показывают степень влияния каждой из переменных на общую практическую применимость. Таким образом, они могут использоваться как мера важности параметров.

- Так, самыми важными предметами (т.е., если знания по ним применимы, то и общая практическая применимость Программы высока) являются управление организациями, маркетинг и управление персоналом.

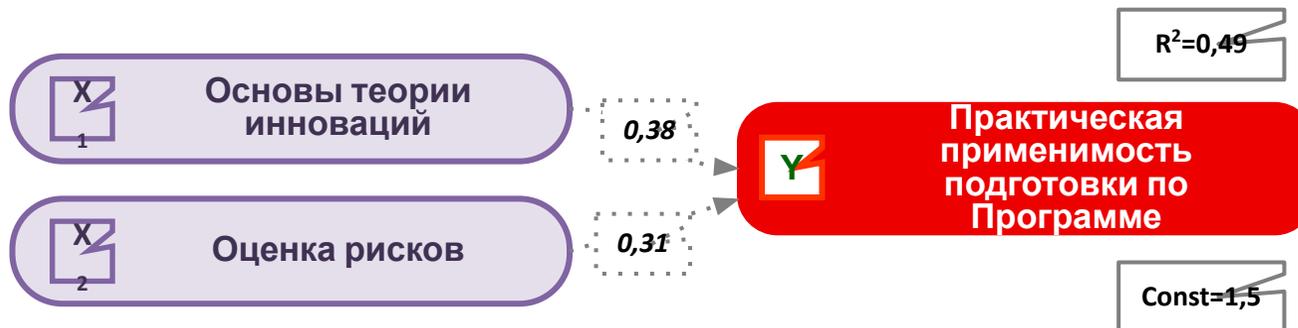
Какие знания важнее для практической применимости «коротких» Программ?

Регрессионный анализ

«Короткая» программа: Развитие предпринимательства



«Короткая» программа: Менеджмент в сфере инноваций



- Для расчета важности применимости знаний по областям для «коротких» программ повышения квалификации были построены две регрессионные модели влияния оценок применимости знаний по областям ($X_1 \dots X_n$; по 5-балльной шкале) на оценку практической применимости подготовки по Программе в целом (Y ; по 5-балльной шкале).

- Первое регрессионное уравнение для программы «Развитие предпринимательства» можно записать в следующем виде: $Y = 1,7 + 0,22X_1 + 0,22X_2 + 0,20X_3$. Второе регрессионное уравнение для программы «Менеджмент в сфере инноваций» можно записать в виде: $Y = 1,5 + 0,38X_1 + 0,31X_2$.

- Коэффициенты регрессии показывают степень влияния каждой из переменных на общую практическую применимость. Таким образом, они могут использоваться как мера важности параметров.

- Так, самыми важными являются основы предпринимательства, управленческий учет и ценообразование и правовые основы для программы «Развитие предпринимательства» и основы теории инноваций и оценка рисков для программы «Менеджмент в сфере инноваций».





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

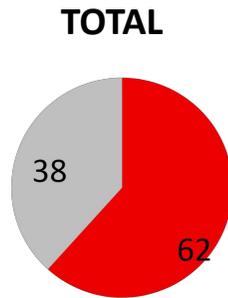
Приложение
(отчет в формате Word)

3.6 Работа над проектом

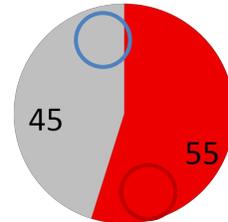
(%)

БЫЛО ЛИ ПОДГОТОВЛЕНО ПРОЕКТНОЕ ЗАДАНИЕ ДО НАЧАЛА ОБУЧЕНИЯ

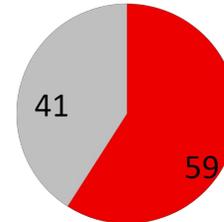
- Да
- Нет



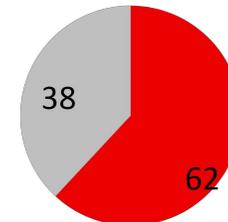
Микропредприятия
я*



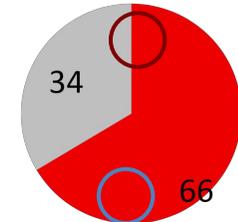
Малый бизнес



Средний бизнес



Крупный бизнес



КАК БЫЛ СФОРМУЛИРОВАН ПРОЕКТ



БАЗА: 3150

БАЗА: 516

БАЗА: 735

БАЗА: 260

БАЗА: 867

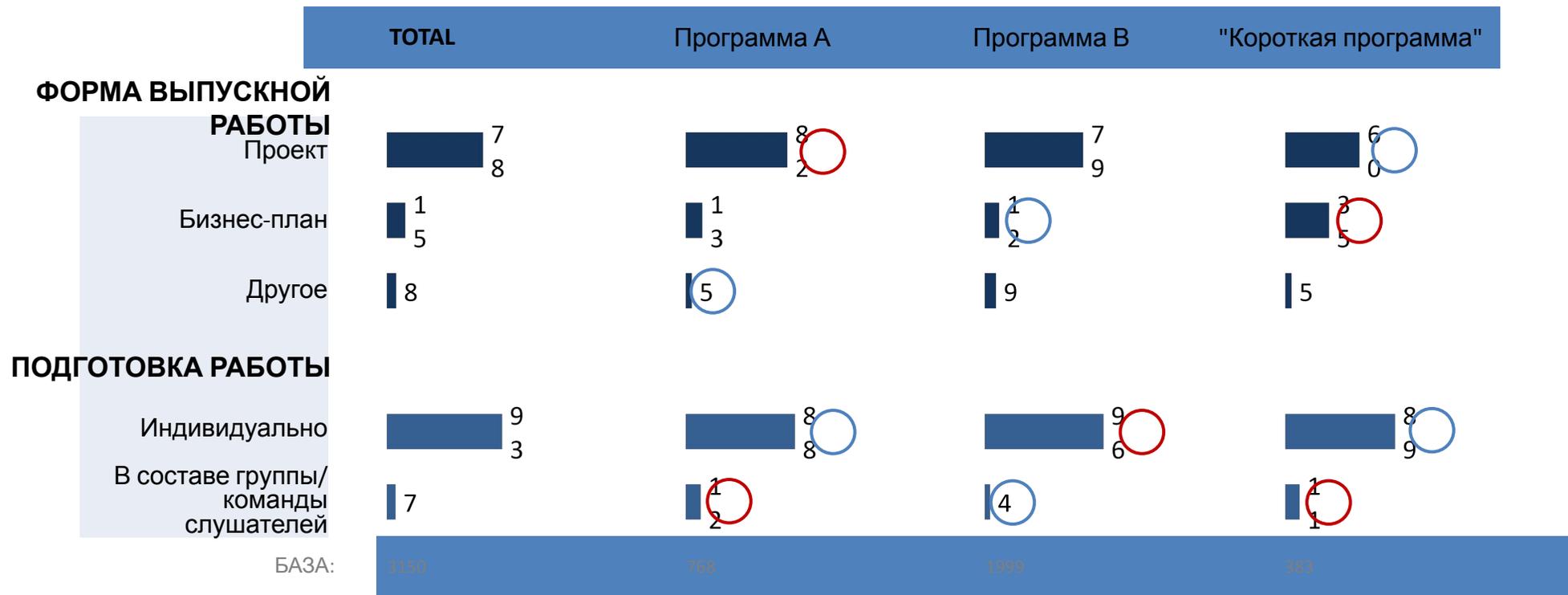
- У 2/3 выпускников перед началом обучения по Президентской программе было подготовлено проектное задание.
- Среди сотрудников предприятий крупного бизнеса доля тех, кто подготовил проектное задание перед началом обучения, значительно выше. Они также чаще формулировали проект после консультации с руководителем организации.
- Среди сотрудников микропредприятий, напротив, значительно больше тех, кто не подготовил проектное задание. Формулировать проект им чаще помогали преподаватели.

* Типы предприятий по численности

○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
 ○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке



(%)

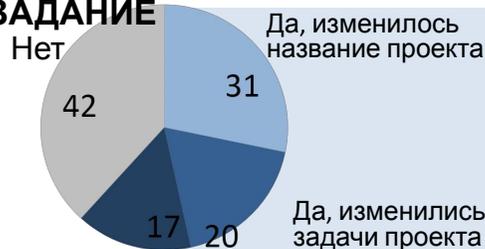


- Выпускная работа чаще всего выполняется в форме проекта. Среди учащихся «коротких программ» доля тех, кто в качестве выпускной работы делают бизнес-план, выше (доля таких среди учащихся «коротких программ» - 35% , в целом по выборке – 15%).
- Выпускную работу выполняют чаще всего индивидуально. Среди учащихся по программе В доля таких выше.

 Значимо выше, чем в среднем по выборке
 Значимо ниже, чем в среднем по выборке

(%)

МЕНЯЛОСЬ ЛИ ПРОЕКТНОЕ ЗАДАНИЕ



Да, изменился масштаб приложения проекта
БАЗА: 3150

ПОЧЕМУ ИЗМЕНИЛОСЬ ПРОЕКТНОЕ ЗАДАНИЕ

	TOTAL	Произ-во пищ. продуктов	Финансовая деятельность	Образование	Здравоохранение и пред-ие соц. услуг	Инф. сис-мы и комп. технологии
Изменилось понимание целей и задач проекта	4	3	3	4	5	4
Скорректировались или появились новые цели проекта	6	2	9	1	8	9
Расширился кругозор	3	2	6	4	0	8
Узнал новые методы решения целей и задач проекта	6	2	3	4	4	4
В результате совместной работы с экспертами и преподавателями	3	6	3	4	1	3
Изменилось понимание трудностей в реализации проекта	0	1	2	3	3	3
Изменилась должность во время обучения в рамках Программы	2	8	6	3	9	0
Во время обучения изменился набор функциональных обязанностей	9	1	2	9	3	3
Другое	1	1	1	2	2	2
	9	5	4	3	7	1
	1	2	1	1	9	1
	0	4	6	5	5	7
	9	2	1	7	5	1
	1	1	7	5	5	7
	6	1	4	4	5	6
БАЗА	1831	34	69	117	138	62

- Чаще всего проектное задание меняется у сотрудников организаций здравоохранения и предоставления социальных услуг.

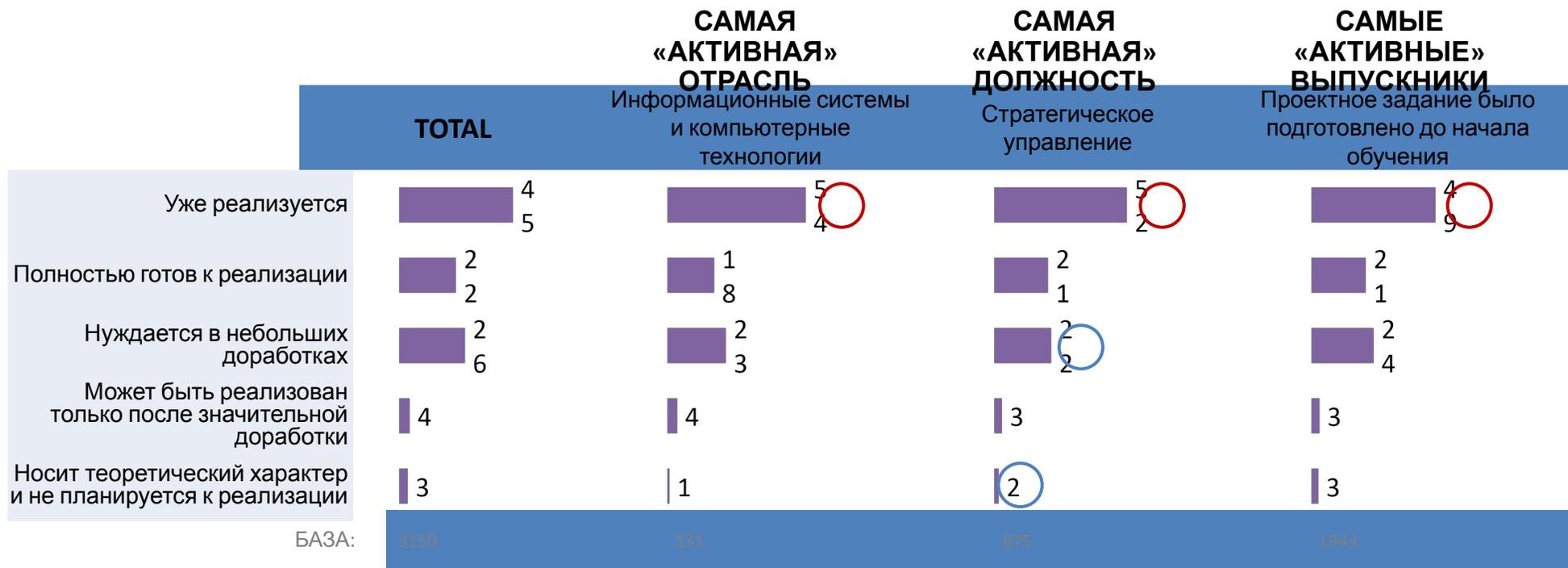
 Значимо выше, чем в среднем по выборке

Е6. Менялось ли Ваше проектное задание (выпускная работа, бизнес-план) во время обучения?

Е7. Почему изменилось Ваше проектное задание?



(%)



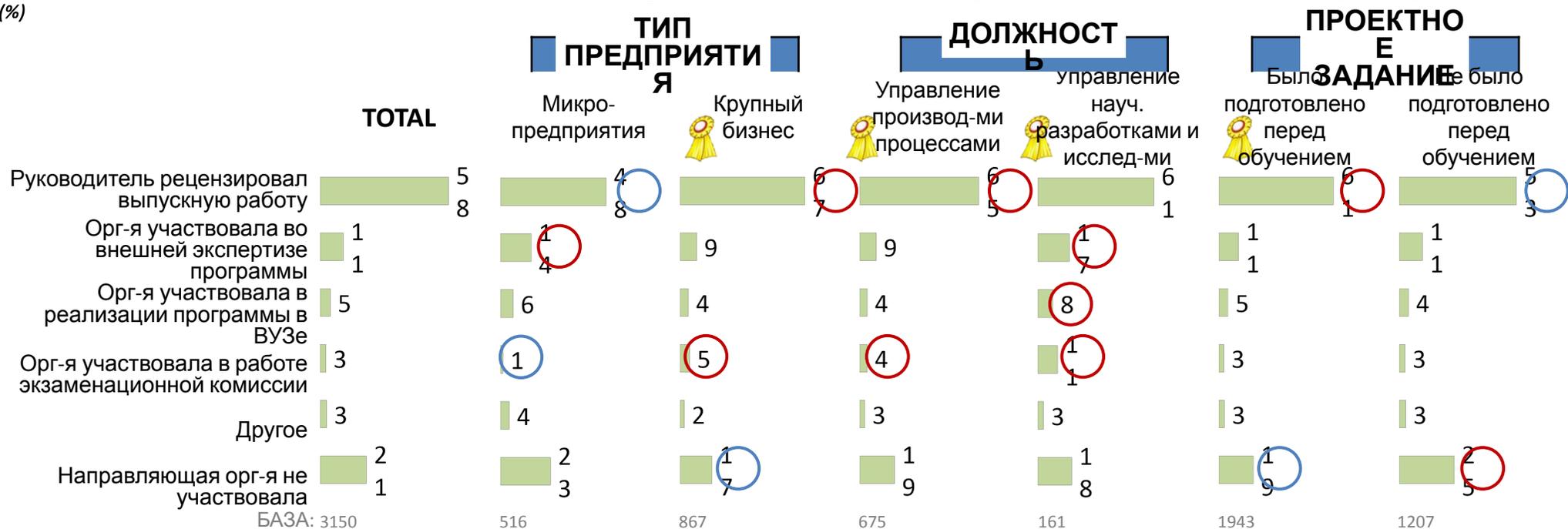
- Проект / бизнес-план реализуется выпускниками в среднем в 45% случаев. Еще у 22% выпускников проект полностью готов к реализации.
- Среди выпускников, работающих в отрасли информационных технологий, доля уже реализовавших проект значительно выше – 54%.
- Среди выпускников, в чьи рабочие обязанности входит стратегическое управление, доля уже реализовавших проект также значительно выше – 52%.
- Выпускники, подготовившие проектное задание до начала обучения по Программе, к концу обучения реализуют проект чаще.

 Значимо выше, чем в среднем по выборке

 Значимо ниже, чем в среднем по выборке


Участие направляющей организации в реализации образовательной программы

(%)



- В большинстве случаев направляющая организация в той или иной форме участвует в реализации образовательной программы. Около 20% выпускников сказали, что их направляющая организация не участвовала в реализации программы.
- Наиболее распространенная форма участия направляющей организации в реализации программы – участие руководителя в рецензировании выпускной работы.
- Представители крупного бизнеса являются наиболее активными участниками процесса реализации программы – среди них существенно выше, чем в среднем доля тех, кто рецензирует выпускные работы и участвует в работе экзаменационной комиссии.
- Представители микропредприятий, напротив, менее активны – существенно реже, чем в среднем по выборке, рецензируют работы выпускников и участвуют в работе экзаменационных комиссий. Зато чаще остальных участвуют во внешней экспертизе программы.
- Руководители выпускников, у которых было подготовлено проектное задание перед обучением по Программе, чаще чем остальные участвуют в рецензировании выпускных работ. А руководители тех выпускников, у которых не было подготовлено проектное задание перед обучением, напротив, рецензируют выпускные работы существенно реже. И даже чаще направляющая организация такого выпускника вовсе не участвует в реализации образовательной программы.

 Значимо выше, чем в среднем по выборке
  Значимо ниже, чем в среднем по выборке

Участие ассоциации выпускников в реализации образовательной программы

(%)



БАЗА: 3150

АССОЦИАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ

Самые активные*:

- Алтайская
- Бурятская
- Коми
- Красноярская
- Новосибирская
- Омская
- Саратовская

Самые пассивные**:

- Москва
- Московская область
- Ростовская
- Свердловская

- В большинстве случаев Ассоциации выпускников не принимают участия в реализации образовательной программы – так ответило 45% выпускников.
- При этом около трети выпускников затруднились с оценкой степени участия ассоциации выпускников в реализации программы. Это может быть следствием того, что деятельность ассоциаций выпускников настолько незначительна или неприметна, что выпускники даже не знают как именно ее оценить.
- Если Ассоциация выпускников и принимает участие в реализации образовательной программы, то в основном с помощью установления контактов с другими организациями, реализации программы в ВУЗе, и крайне редко – через участие во внешней экспертизе программы.

* Самые активные Ассоциации выпускников – ассоциации, которые существенно ЧАЩЕ, чем в среднем участвовали в реализации программы в ВУЗе, или во внешней экспертизе, или способствовали установлению контактов с другими организациями, и ПРИ ЭТОМ существенно РЕЖЕ вовсе не принимали никакого участия в реализации программы.

** Самые пассивные Ассоциации выпускников – ассоциации, которые существенно РЕЖЕ, чем в среднем участвовали в реализации программы в ВУЗе, или во внешней экспертизе, или способствовали установлению контактов с другими организациями, и ПРИ ЭТОМ существенно ЧАЩЕ вовсе не принимали никакого участия в реализации программы.





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

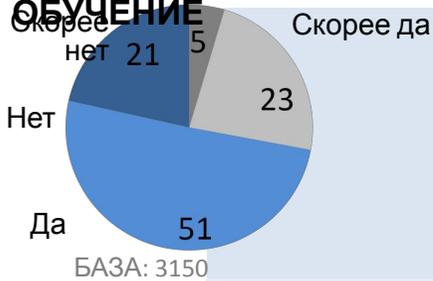
Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3.7 Постпрограммная работа

(%)

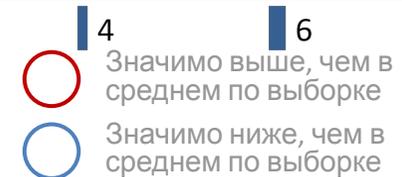
ПЛАНИРУЕТ ЛИ ДАЛЬНЕЙШЕЕ ОБУЧЕНИЕ



ДАЛЬНЕЙШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

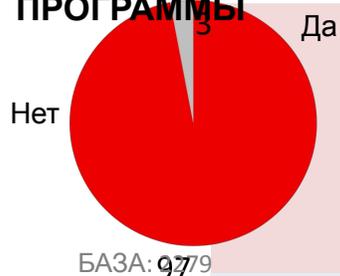
	TOTAL	Стратег. управление	Управление фин. ресурсами	Маркетинг	Управление сбытом	Управление закупками	PR, реклама
Обучение по программам MBA	41	47	47	48	50	47	43
Краткосрочные обучающие курсы	26	28	24	31	22	21	33
Курсы повышения квалификации	26	28	24	31	22	21	33
Второе высшее образование	62	33	22	11	88	33	55
Проф. переподготовка	19	19	19	20	17	27	20
Другое	15	15	13	12	11	11	13
Затрудняюсь ответить	12	12	11	11	9	10	11
БАЗА	2394	2394	2394	2394	2394	2394	2394

- Большинство выпускников планируют продолжить обучение в ближайшее время (72%).
- 41% из них планируют обучение по программам MBA. Среди выпускников, выполняющих в рамках своей работы функции стратегического управления, управления финансовыми ресурсами, маркетинга и управления сбытом, планирующих MBA значимо больше.

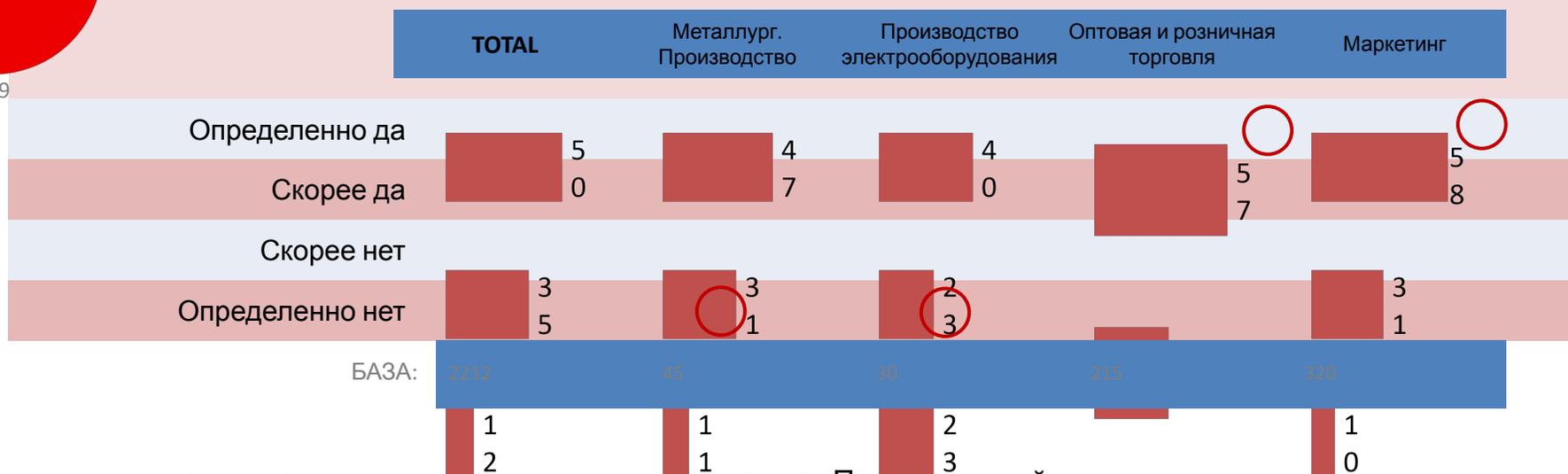


(%)

ЗНАЕТ ЛИ О ВОЗМОЖНОСТИ СТАЖИРОВКИ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ



ПЛАНИРУЕТ ЛИ ПРОЙТИ СТАЖИРОВКУ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ



- Большинство выпускников знают о возможности стажировки в рамках Президентской программы и планируют пройти ее.
- Среди выпускников, работающих в отрасли оптовой и розничной торговли, а также среди маркетологов, доля определенно планирующих стажировку в рамках Программы значительно выше.
- Среди работников металлургического производства и производства электрооборудования выше доля тех, кто точно не будет проходить стажировку в рамках Программы.

○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
 ○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке



(%)

Все, кто планирует пройти стажировку в России, хотят пройти ее в своем регионе

Больше в отрасли образования

Больше среди тех, в чьи цели обучения по Программе входило получение новых деловых контактов





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

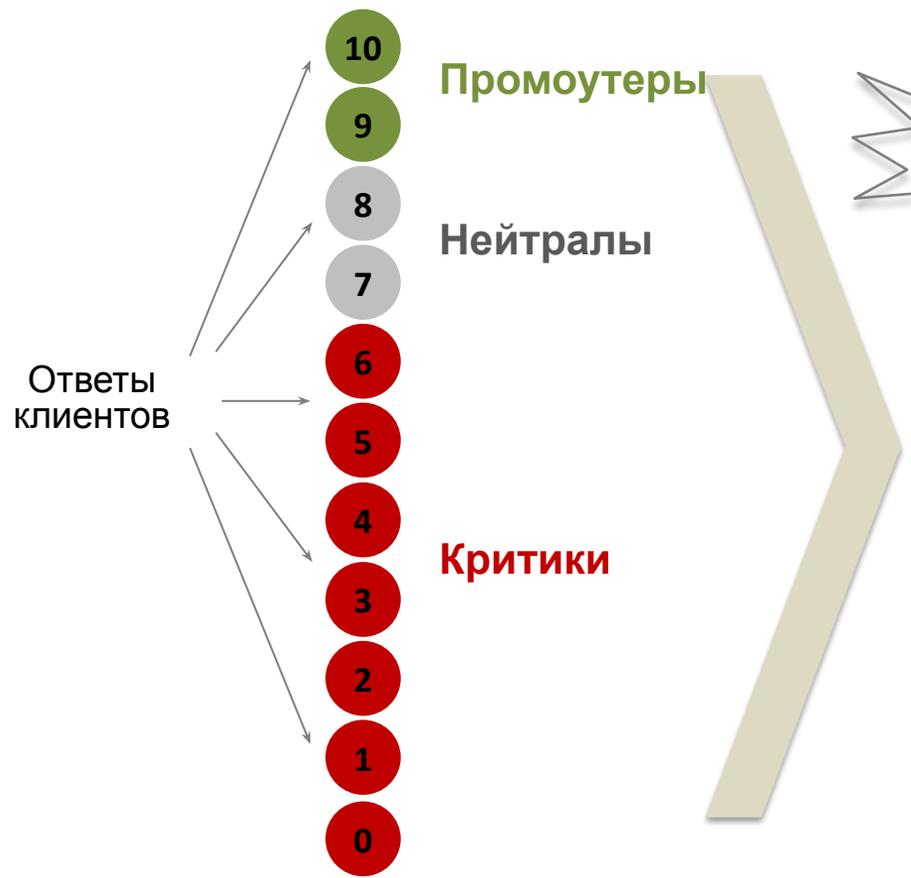
3.8

Лояльность выпускников

Описание методики Net Promoter Score (NPS)

Вопрос 1

Оцените, пожалуйста, по шкале от 0 до 10, насколько Вы готовы рекомендовать своим друзьям / знакомым компанию <...>, где 10 означает, что Вы точно порекомендуете, а 0 – точно не порекомендуете.



$$\text{NPS, \%} = \text{Промоутеры, \%} - \text{Критики, \%}$$

Вопрос 2

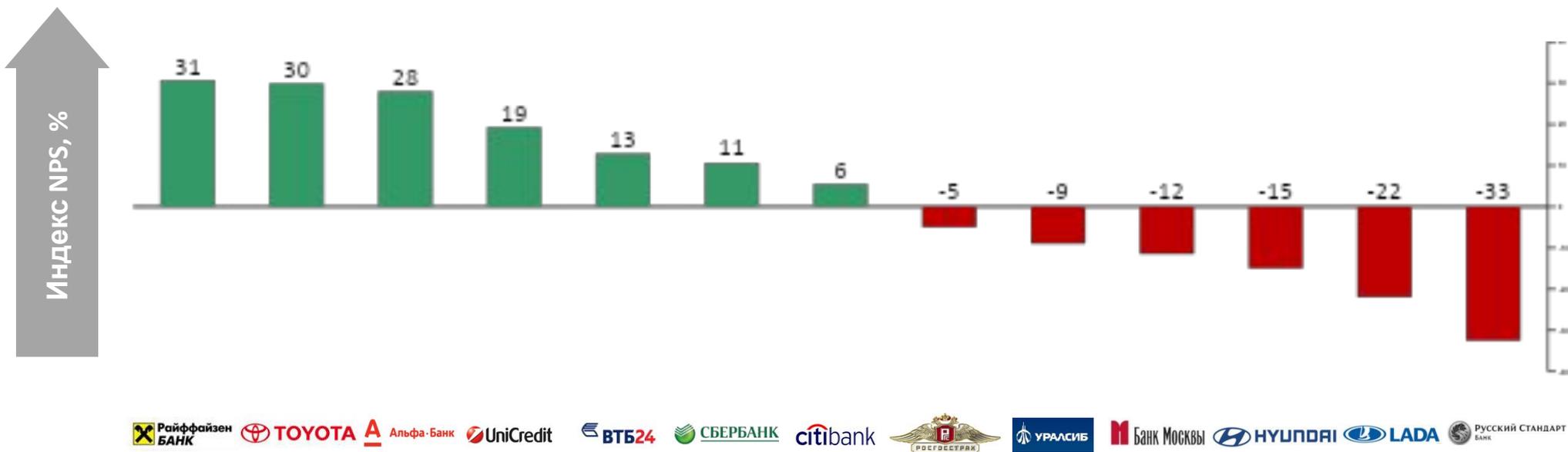
Почему Вы поставили именно такую оценку? Ответьте, пожалуйста, максимально подробно, если можно, приведите пример.

Промоутеры подсказывают направление развития

Критики указывают на слабые места



Данные для сравнения: значения индексов NPS в различных продуктовых категориях



Индексы NPS рассчитаны по данным проводимых РАДАРом исследований в 2009-2011 гг.
Категории: банки, страховые компании, автомобили.



Насколько выпускники готовы рекомендовать Программу: индекс NPS

Кто больше всего относится к Программе нейтрально?

Курский государственный университет
Удмуртский государственный университет
Курганский государственный университет
Поморский государственный университет им. Ломоносова



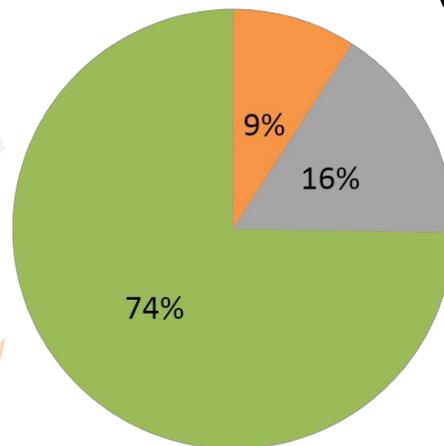
Организации по сферам деятельности:

Производство оборудования, электронного и оптического оборудования

Выпускники по должностным обязанностям:

Управление информационными потоками
Управление инвестициями (привлечение, размещение)

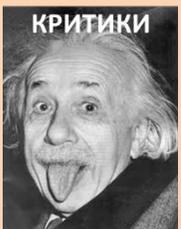
$$\text{Index NPS} = 74\% - 9\% = 65\%$$



Кто больше всего критикует

ВУЗы Программу?

Мордовский государственный университет
Санкт-Петербургский государственный политехнический университет
Тверской государственный университет
Южно-Уральский государственный университет



Волго-вятская академия

Организации по сферам деятельности:

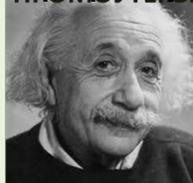
Добыча полезных ископаемых
Производство пищевых продуктов
Производство машин и оборудования
Научные исследования и разработки

Выпускники по должностным обязанностям:

Управление научными разработками и исследованиями

Кто больше всего хвалит/рекомендует

Программу?



ВУЗы:

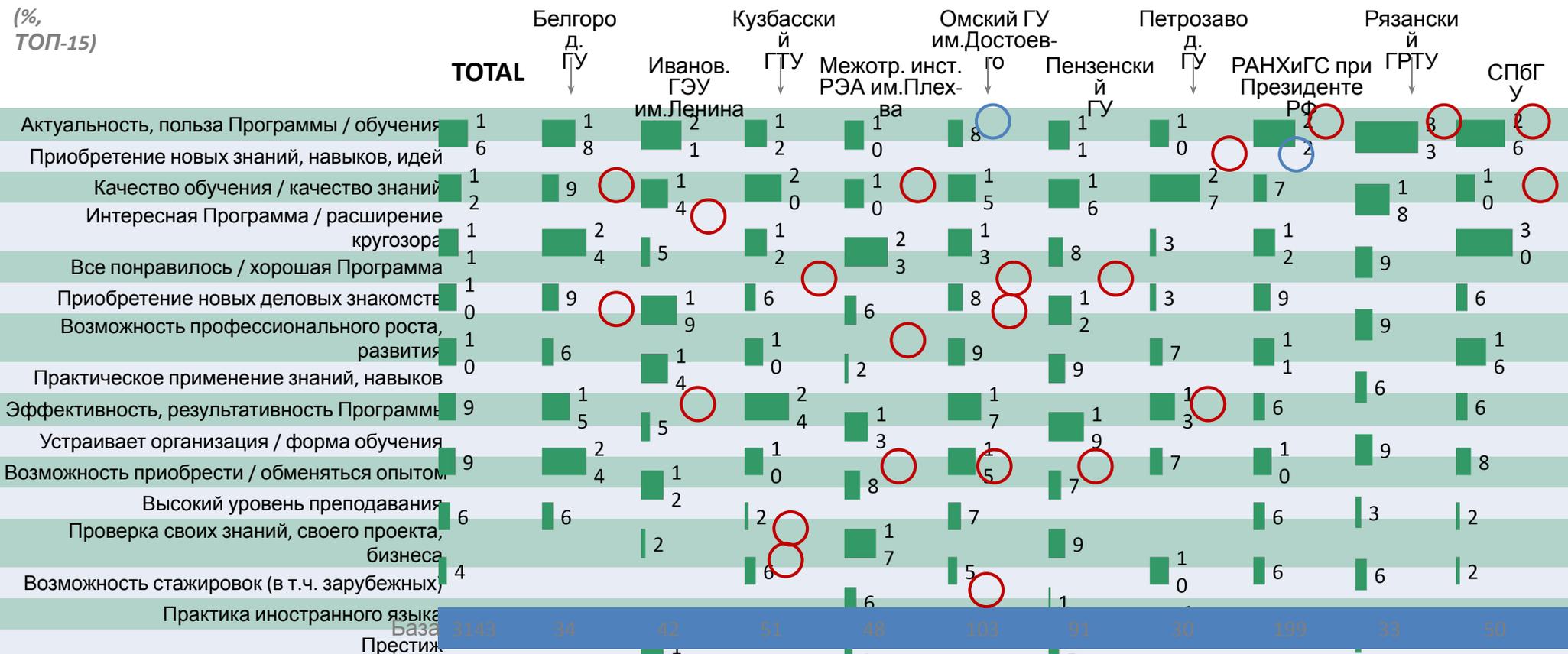
Хабаровская государственная академия экономики и права
Читинский государственный университет
Новосибирский государственный технический университет
Северо-Кавказский государственный технический университет
Сыктывкарский государственный университет

Организации по сферам деятельности:

Транспорт и связь



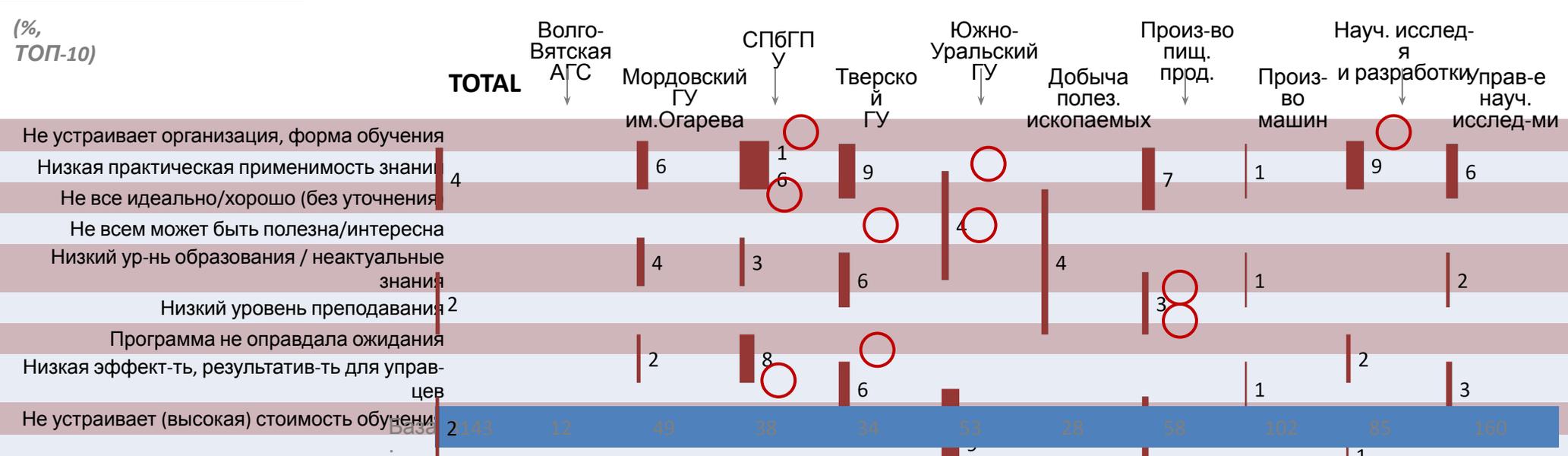
За что "промоутеры" готовы рекомендовать Программу



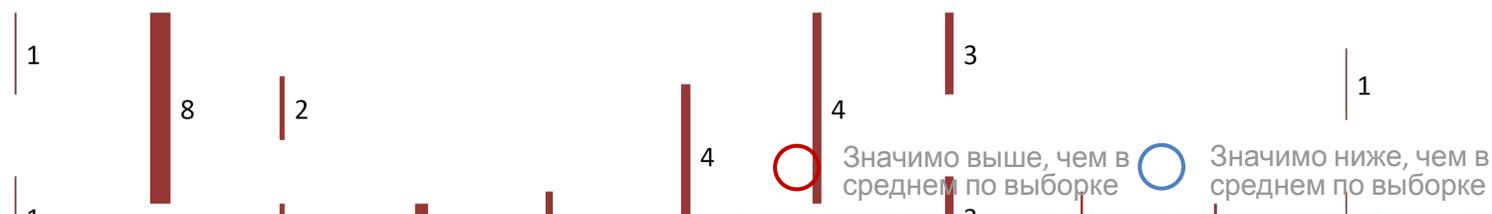
- Согласно Индексу лояльности NPS среди выпускников Программы существенно больше промоутеров, то есть тех, кто готов рекомендовать Программу другим.
- Основные преимущества Программы, за которые ее готовы рекомендовать выпускники, это ее актуальность и польза, возможность приобретения новых знаний и навыков, высокое качество обучения, предоставляемое в ВУЗах и то, что Программа является интересной и позволяет расширить кругозор.

○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
 ○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке

За что “критики” не готовы рекомендовать Программу



- Среди выпускников Программы 2011 года лишь 9% являются критиками согласно методике оценки лояльности NPS.
- При этом, около 80% - 90% затруднились прокомментировать низкую готовность рекомендации Программы друзьям/знакомым, заинтересованным в подобном образовании.
- Если Президентскую программу и критикуют, то в первую очередь за организацию/форму обучения («..на обучение по Программе требуется много времени и сил. Не всегда возможно эффективно совмещать работу и обучение»), за низкую практическую применимость полученных в ходе Программы знаний и навыков – многие говорят, что образование носит скорее теоретический, чем практический характер, и за низкий уровень образования и преподавания.





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3.9

Сегментация выпускников по достигнутым целям

Сегментация* выпускников по достигнутым целям



Сегмент 1

Лидеры 19%



Сегмент 3

Карьеристы
21%



Сегмент 2

Заурядные
28%



Сегмент 4

Аутсайдеры
32%

* Сегментация построена на основе достигнутых целей участия в Программе .
Использовался кластерный анализ методом K-means.



- Представители данного сегмента достигли практически всех поставленных целей – в интересах организации, личных, получения новых знаний и навыков.
- Среди лидеров выше доля тех, в чьи должностные обязанности входит стратегическое управление компанией.

Сегмент 1

Лидеры 19%

- Не добились личных целей и целей в интересах организации (% добившихся меньше, чем у лидеров и карьеристов)
- 96% представителей этого сегмента получили новые знания в области управления (единственная цель, по которой они находятся на первом месте)
- работают в организациях крупного бизнеса

Сегмент 2

Заурядные 28%

- Добились личных целей (больше, чем лидеры), целей в интересах организации (меньше, чем лидеры)
- Значимо меньше, чем лидеры, получили новые знания и навыки в области маркетинга и управления, практически не получили знаний и навыков в области экономики и финансов.
- среди карьеристов выше доля тех, в чьи рабочие функции входит маркетинг, реклама и PR.

Сегмент 3

Карьеристы 21%

- Среди аутсайдеров значимо ниже, чем в других сегментах, доля тех, кто добился целей (как целей в интересах организации, так и личных целей, получения новых знаний и практических навыков, новой специальности).
- Среди аутсайдеров значимо выше доля тех, кто работает на микропредприятиях (25% среди аутсайдеров; 22% в целом по выборке).

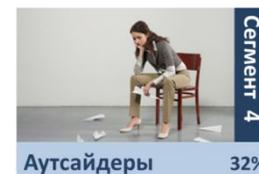
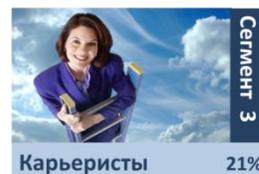
Сегмент 4

Аутсайдеры 32%

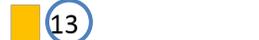


Достижимость целей среди сегментов выпускников: цели организации

(%)

TOTAL


- Знакомство с новыми технологиями управления
- Установление новых деловых контактов
- Проведение орг. изменений в компании
- Увеличение объемов продаж, привлечение клиентов
- Повышение качества продуктов или услуг
- Внедрение новых продуктов, расширение рынка компании
- Анализ рыночной среды
- Внедрение новых технологий производства
- Знакомство с новыми системами сбыта
- Знакомство с новыми технологиями производства



БАЗА:

3143

685

654

865

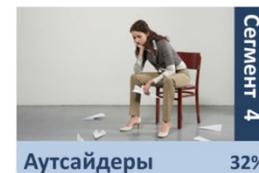
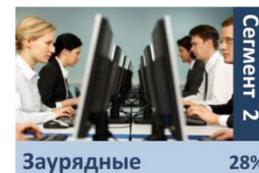
1019

- Лидеры и карьеристы больше чем остальные сегменты выпускников в той или иной степени достигли всех целей в интересах организации.
- Заурядные в значительной степени достигли таких целей в интересах организации, как знакомство с новыми технологиями управления и установление новых деловых контактов.
- Аутсайдеры меньше всех достигли каких-либо целей, связанных с интересами самой направляющей организации.

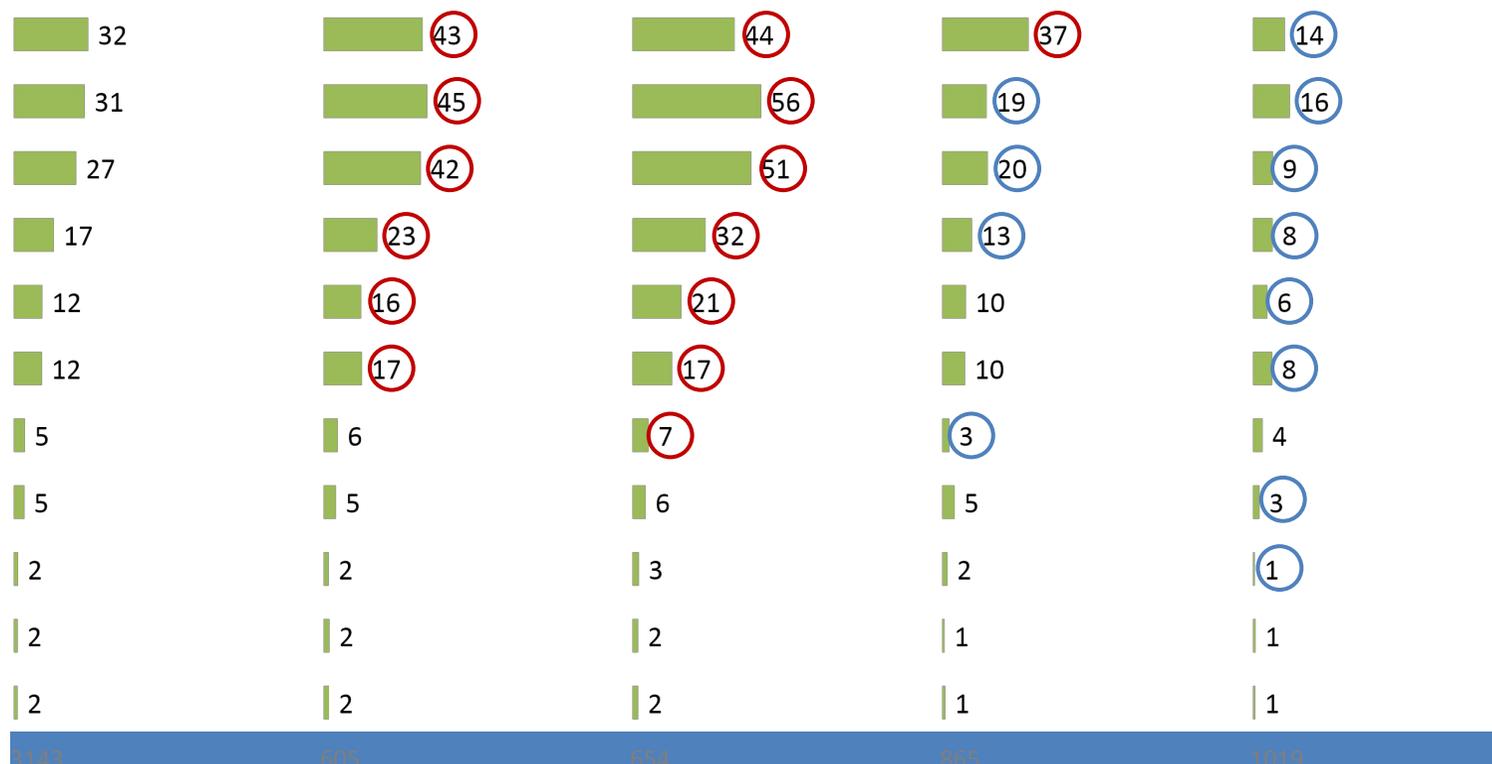
 ○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
 ○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке


Достижимость целей среди сегментов выпускников: личные цели

(%)

TOTAL


- Повышение авторитета среди коллег и партнеров
- Расширение сферы деятельности
- Изменение степени влияния на процесс принятия решений
- Расширение полномочий в нынешней должности
- Повышение заработной платы
- Повышение должности
- Обзаведение собственным делом
- Смена места работы (предложения от рос. фирм)
- Смена места работы (предложения от заруб. фирм)
- Смена места работы (предложения от орг. власти)
- Членство в правлении, совете директоров



○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке

- Наиболее «успешным» сегментом с точки зрения достижения личных целей являются Карьеристы – среди них значимо выше доля тех, кто достиг более половины поставленных личных целей.
- Карьеристы также преуспели в достижении личных целей. Но среди них уровень достижения каждой поставленной цели ниже, чем у Карьеристов.
- Заурядные в значительной степени достигли только повышение авторитета среди коллег. Аутсайдеры меньше всех достигли каких-либо личных целей.



Достижимость целей среди сегментов выпускников: новые профессиональные знания, практические навыки и специальность

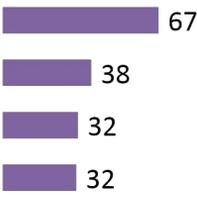
(%)

TOTAL



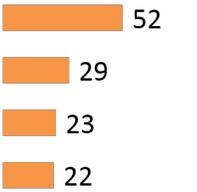
**НОВЫЕ ЗНАНИЯ
В
ОБЛАСТИ:**

Управление
Маркетинг
Финансы
Экономика



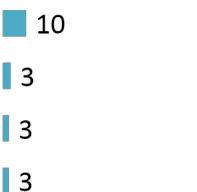
**ПРАКТИЧ.
НАВЫКИ
В
ОБЛАСТИ:**

Управление
Маркетинг
Финансы
Экономика



**НОВАЯ
СПЕЦ-ТЬ
В
ОБЛАСТИ:**

Управление
Маркетинг
Финансы
Экономика



БАЗА:



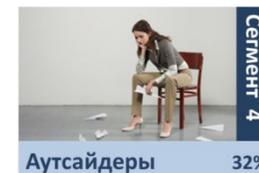
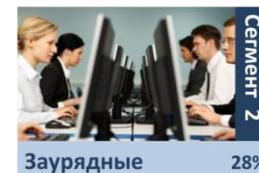
○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке

- Лидеры значительно больше, чем остальные сегменты достигли всех целей без исключения.
- Аутсайдерам, напротив, плохо удалось достичь поставленных целей в области приобретения новых знаний, практических навыков и получения новой специальности.



Тип направляющего предприятия

(%)

TOTAL

ТИП ПО ЧИСЛЕННОСТИ:

Микропредприятия



Малый бизнес



Средний бизнес



Крупный бизнес



БАЗА:

1143

605

634

865

1019

- Среди Лидеров и Аутсайдеров треть работают в малом бизнесе, еще треть – в крупном бизнесе, около четверти работают на микропредприятиях, а около 12% - в среднем бизнесе.
- Среди Заурядных значимо выше доля тех, кто работает на предприятии, относящемся по численности персонала к крупному бизнесу, и значимо меньше работников микропредприятий.
- Среди Аутсайдеров значимо больше тех, кто работает на микропредприятиях – около четверти. Работники микропредприятий чаще остальных не достигают поставленных перед прохождением Программы целей.



Значимо выше, чем в среднем по выборке



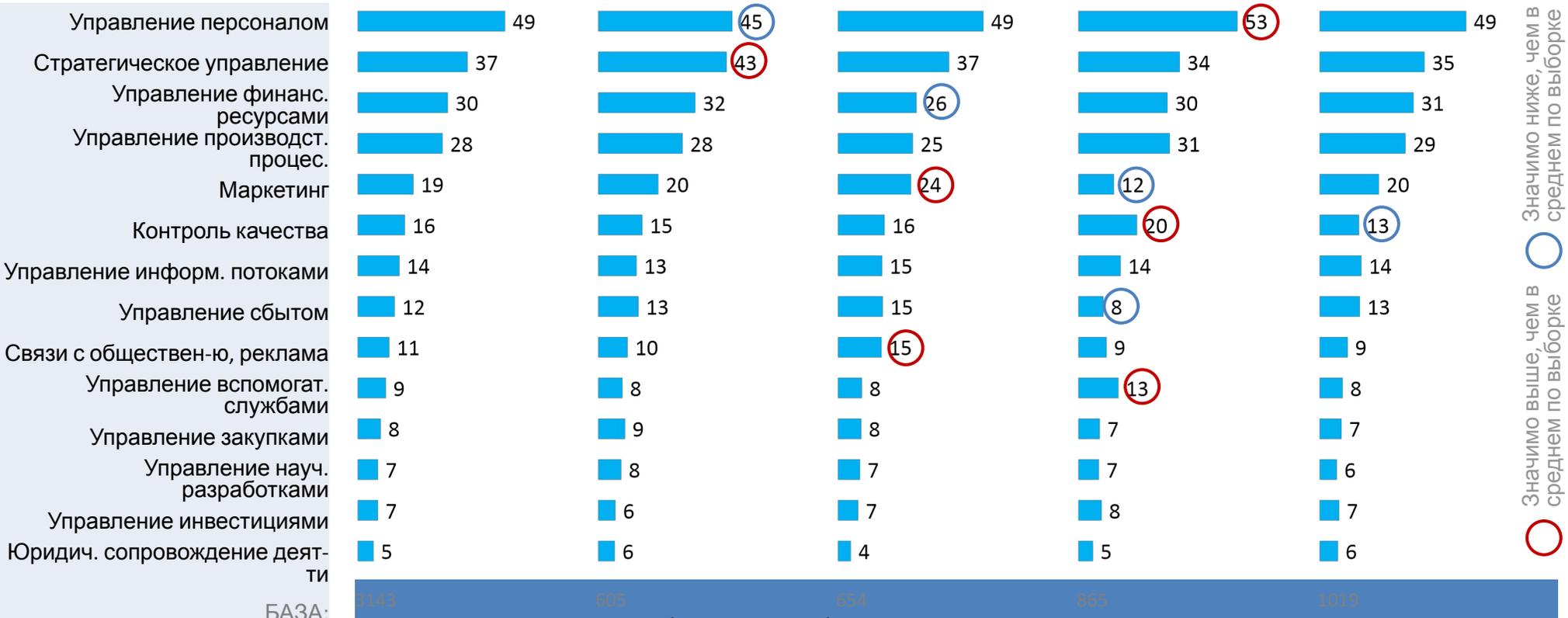
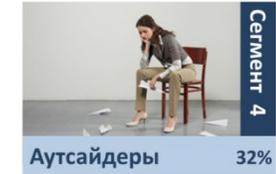
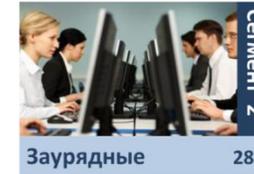
Значимо ниже, чем в среднем по выборке



Рабочие функции сегментов выпускников

(%)

TOTAL



○ Значимо выше, чем в среднем по выборке
○ Значимо ниже, чем в среднем по выборке

выше доля специалистов, работающих в области стратегического управления.

- Карьеристы значительно чаще, чем остальные работают в маркетинге, рекламе и связи с общественностью, и значительно реже в управлении финансовыми ресурсами.
- Сегмент Заурядных характеризуется работой в области управления персоналом, контроля качества и управления вспомогательными службами.





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

3.10 Оценка эффективности Президентской программы

Оценка эффективности Президентской программы

Описание методики оценки эффективности Программы среди выпускников

ОСНОВАНА НА МЕТОДИКЕ ДОНАЛЬДА Л. КИРКПАТРИКА (1959)

Показатель по Киркпатрику	Описание показателя по Киркпатрику	Индекс в модели оценки эффективности Программы	Параметры для расчета индекса
Реакция	Какова реакция обучаемого на само обучение: насколько интересно построено обучение, насколько хорошо работает система мотивации, насколько полезным является материал курса и т. д?	Индекс удовлетворенности	Оценка удовлетворенности Программой по параметрам (вопрос D12)
Обучение (усвоение)	Что обучаемый усвоил в процессе тренинга? Количественными индикаторам на данном этапе могут служить результаты традиционных тестов и других форм аттестации и проверки.	Индекс уровня знаний	Оценка общего уровня полученных знаний (вопрос D24)
Поведение	Как сильно изменилось поведение обучаемого после прохождения обучения? Речь идет о применении полученных навыков и знаний на рабочем месте.	Индекс применимости знаний	Оценка практической применимости по предметам (вопрос D19-D21)
Результаты	Насколько увеличилась эффективность компании в следствие прохождения обучения? Результат может быть представлен в кардинальном изменении рабочих процессов, взаимодействии с клиентами.	Индекс достижения целей	Достижение целей для организации (вопрос С3)
-	-	Индекс лояльности	Рекомендации друзьям и знакомым – индекс NPS (вопрос G1)



Наиболее важные для практической применимости параметры*

Стандартизованные коэффициенты важности исходя из регрессионной модели**

$$\begin{aligned}
 \text{ИНДЕКС УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ И} &= \left\{ \begin{array}{l} \text{Связь содержания} \\ \text{программы с практикой.} \end{array} \times 0,37 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{Уровень} \\ \text{еподавателей.} \end{array} \times 0,24 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{интересованность} \\ \text{зуза в подготовке} \\ \text{слушателей} \end{array} \times 0,12 \right\} + \\
 &+ \left\{ \begin{array}{l} \text{Изучение} \\ \text{рубежного} \\ \text{опыта} \end{array} \times 0,09 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{Истема контроля} \\ \text{а результатами} \\ \text{обучения} \end{array} \times 0,09 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{Гибкость} \\ \text{чебного} \\ \text{роцесса} \end{array} \times 0,09 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{Обучение} \\ \text{остранном} \\ \text{языку} \end{array} \times 0,04 \right\}
 \end{aligned}$$

* В расчете индекса удовлетворенности участвуют только те параметры, которые положительно и значимо влияют на общую практическую применимость Программы (исходя из регрессионной модели, где зависимая переменная – практическая применимость Программы; независимые переменные – параметры удовлетворенности). Для расчета индекса берется значение ТОП-2 оценки параметра (% тех, кто поставил «4» и «5» по 5-балльной шкале)

** Коэффициенты регрессии модели, стандартизованные для приведения максимального значения индекса к 100

$$\text{ИНДЕКС УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ И} = 63,8$$

$$= \left\{ 5\% \times 0,3 \right\} + \left\{ 2\% \times 0,24 \right\} + \left\{ 6\% \times 0,12 \right\} + \left\{ 1\% \times 0,09 \right\} + \left\{ 2\% \times 0,09 \right\} + \left\{ 0\% \times 0,09 \right\} + \left\{ 4\% \times 0,04 \right\}$$



$$\text{ИНДЕКС УРОВНЯ ЗНАНИЙ} = \left\{ \begin{array}{l} \text{для оценивших общий} \\ \text{уровень знаний на «5»}^* \end{array} \times 0,85 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{для оценивших общий} \\ \text{уровень знаний на «4»} \end{array} \times 0,5 \right\}$$

* Для расчета индекса уровня знаний используется методика расчета потенциала SOMCON (доли снижаются, так как респонденты склонны завышать оценки)

$$\text{ИНДЕКС УРОВНЯ ЗНАНИЙ} = 51,4$$

$$= \left\{ 4\% \times 0,8 \right\} + \left\{ 5\% \times 0,5 \right\}$$

Индекс применимости знаний: «длинные» программы

Подробное описание и расчет

Наиболее важные для практической применимости знания*

Стандартизованные коэффициенты важности исходя из регрессионной модели**

ИНДЕКС ПРИМЕНИМОСТИ ЗНАНИЙ = { Управление организациями × 0,37 } + { маркетинг × 0,13 } + { управление персоналом × 0,13 } + { финансы × 0,13 } + { Управление операциями × 0,10 } + { сравнительный менеджмент × 0,09 } + { иностранный язык × 0,05 }

* В расчете индекса удовлетворенности участвуют только те параметры, которые положительно и значимо влияют на общую практическую применимость Программы (исходя из регрессионной модели, где зависимая переменная – практическая применимость Программы; независимые переменные – параметры удовлетворенности). Для расчета индекса берется значение ТОП-2 оценки параметра (% тех, кто поставил «4» и «5» по 5-балльной шкале)

** Коэффициенты регрессии модели, стандартизованные для приведения максимального значения индекса к 100

ИНДЕКС ПРИМЕНИМОСТИ ЗНАНИЙ = 65,8

= { 5% × 0,37 } + { 5% × 0,13 } + { 9% × 0,13 } + { 1% × 0,10 } + { 4% × 0,10 } + { 9% × 0,09 } + { 4% × 0,05 }



Индекс применимости знаний: «короткие» программы

Подробное описание и расчет

Наиболее важные для
практической применимости
знания*

Стандартизованные коэффициенты
важности исходя из регрессионной
модели**

$$\text{ИНДЕКС ПРИМЕНИМОСТИ ЗНАНИЙ Развитие предпринимательства} = \left\{ \begin{array}{l} \text{Основы предпринимательства} \\ \text{а} \end{array} \times 0,35 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{Управленческий} \\ \text{учет и} \\ \text{образование} \end{array} \times 0,34 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{равовые основы} \\ \text{создания и} \\ \text{функционирования} \\ \text{компании} \end{array} \times 0,31 \right\}$$

предпринимательства

$$\text{ИНДЕКС ПРИМЕНИМОСТИ ЗНАНИЙ Менеджмент в сфере инноваций} = \left\{ \begin{array}{l} \text{Основы теории} \\ \text{инноваций} \end{array} \times 0,55 \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{ценка рисков} \end{array} \times 0,45 \right\}$$

Менеджмент в сфере
инноваций

* В расчете индекса удовлетворенности участвуют только те параметры, которые положительно и значимо влияют на общую практическую применимость Программы (исходя из регрессионной модели, где зависимая переменная – практическая применимость Программы; независимые переменные – параметры удовлетворенности). Для расчета индекса берется значение ТОП-2 оценки параметра (% тех, кто поставил «4» и «5» по 5-балльной шкале)

** Коэффициенты регрессии модели, стандартизованные для приведения максимального значения индекса к 100

$$\text{ИНДЕКС ПРИМЕНИМОСТИ ЗНАНИЙ Развитие предпринимательства} = 47,8$$

$$= \left\{ \begin{array}{l} \text{7\%} \times 0,3 \end{array} \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{9\%} \times 0,34 \end{array} \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{7\%} \times 0,31 \end{array} \right\}$$

$$\text{ИНДЕКС ПРИМЕНИМОСТИ ЗНАНИЙ Менеджмент в сфере инноваций} = 52,2$$

$$= \left\{ \begin{array}{l} \text{3\%} \times 0,5 \end{array} \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{7\%} \times 0,45 \end{array} \right\}$$



$$\text{ИНДЕКС ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ} = \left\{ \begin{array}{l} \text{Доля сегмента «Лидеры»} \\ \text{Доля сегмента «Заурядные»} \end{array} \right\} + \left\{ \begin{array}{l} \text{Доля сегмента «Карьерис»} \\ \text{Доля сегмента «Аутсайде»} \end{array} \right\}$$

* Сегментация построена на основе достигнутых целей участия в Программе

Использовался кластерный анализ методом K-means.

** Индекс стандартизован по 100-балльной шкале

$$\text{ИНДЕКС ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ} = 40$$



**ИНДЕКС
ЛОЯЛЬНОСТИ** = Индекс Net Promoter Score*

* Доля промоутеров (тех, кто рекомендует Программу на «9» и «10» баллов) – доля критиков (те, кто рекомендует Программу на «6» и ниже), стандартизованная по 100-балльной шкале

**ИНДЕКС
ЛОЯЛЬНОСТИ = 82,5**



Общий индекс эффективности Программы: описание расчета и содержательный смысл частных индексов

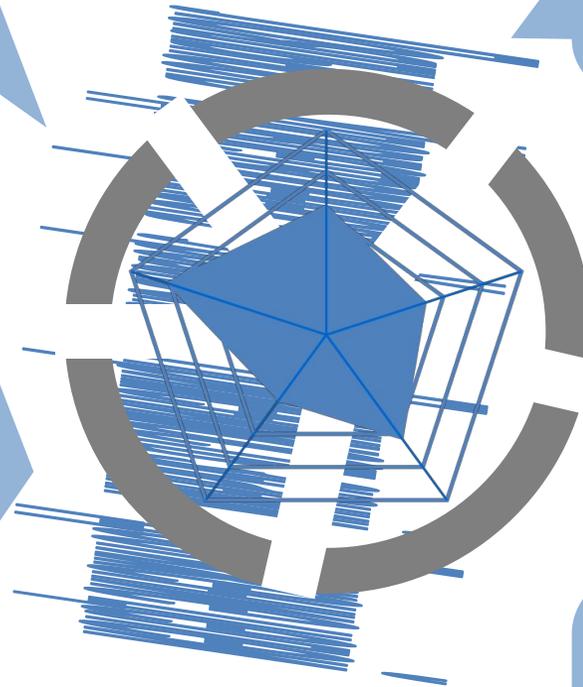
Индекс лояльности

показывает, насколько выпускники готовы рекомендовать Программу заинтересованным в образовании знакомым. Лояльность – один из непрямых параметров оценки удовлетворенности и эффективности Программы – чем больше выпускники готовы рекомендовать Программу, тем она эффективнее.

Индекс достижения целей

рассчитывается с использованием кластерного анализа. С помощью кластерного анализа делается сегментация по достигнутым в ходе Программы целям. В результате сегментации получаются 4 кластера, 2 из которых («лидеры» и «карьеристы») достигают поставленных целей (т.е., Программа для них эффективна), 2 других («заурядные» и «аутсайдеры») практически не достигают целей. Индекс рассчитывается как разница первых двух сегментов, достигших целей, и двух сегментов, не достигших целей.

P.S. Если цели не достигнуты, это не значит, что Программа не эффективна в принципе. Это значит, что участники Программы ждут от нее не того, что она им дает, и Программа в данном



Индекс удовлетворенности

говорит о том, насколько выпускники удовлетворены теми параметрами, которые влияют на практическую применимость Программы (параметры взяты из регрессии). Таким образом, в данном индексе удовлетворенность меряется не «напрямую», а в зависимости от практической применимости Программы. Чем выше индекс удовлетворенности, тем выше практическая применимость Программы.

Индекс уровня знаний

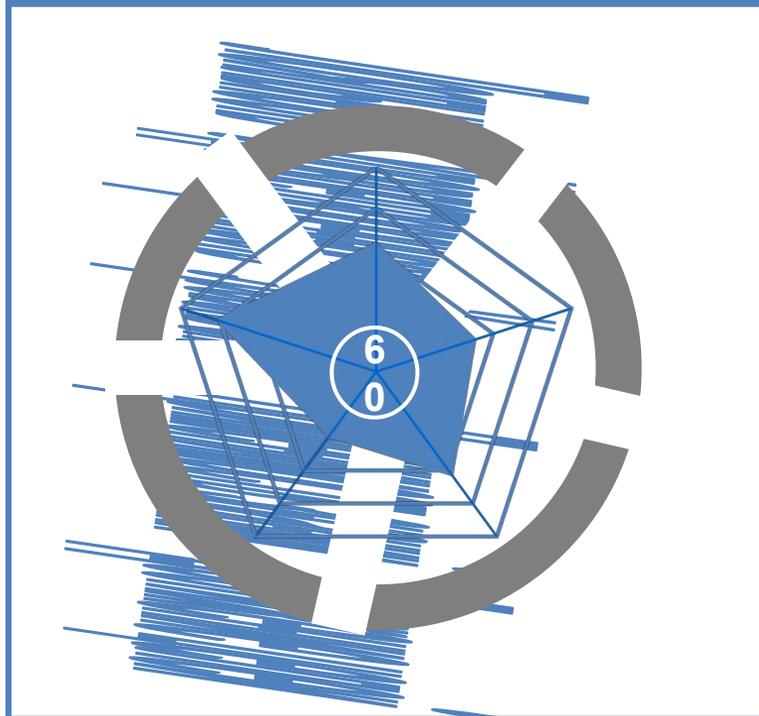
меряется прямым вопросом «Оцените общий уровень полученных в образовательном учреждении знаний». «Снижающие» коэффициенты 0,85 и 0,5 введены, т.к. респонденты в прямых вопросах склонны завышать свои оценки. Коэффициенты взяты из методики расчета потенциала компании Comcon.

Индекс применимости знаний

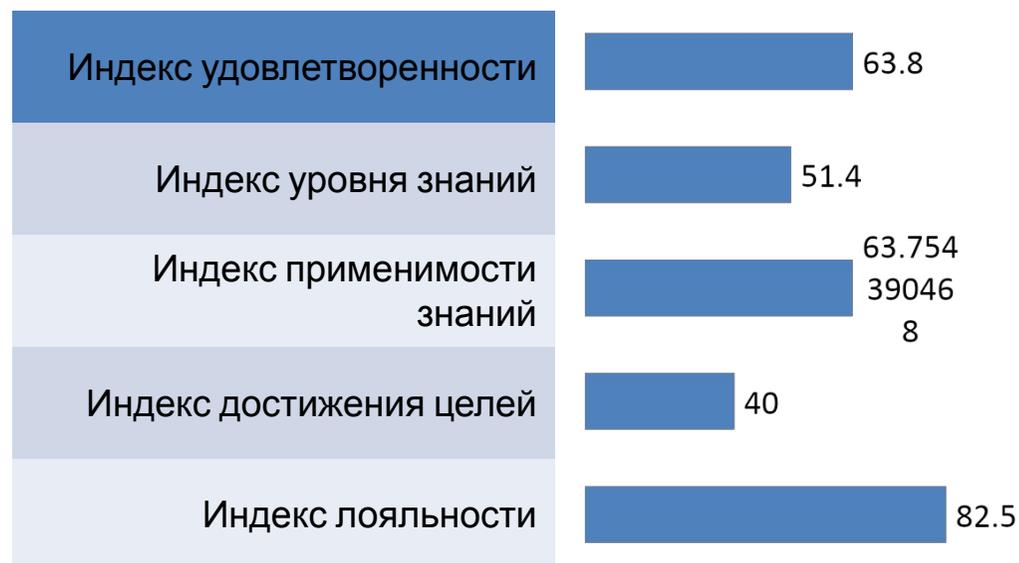
меряет практическую применимость тех дисциплин, которые влияют на общую практическую применимость Программы (дисциплины взяты из регрессии). Т.е., в этом индексе показывается практическая применимость знаний по дисциплинам, которые повышают общую практическую применимость Программы. Чем выше индекс применимости знаний, тем выше общая практическая применимость Программы.

(%)

ИНДЕКС ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ПРОГРАММЫ



ЗНАЧЕНИЯ ЧАСТНЫХ ИНДЕКСОВ



- Наиболее сильная черта Президентской программы – лояльность. Среди выпускников высока доля тех, кто порекомендует Программу своим друзьям и знакомым, заинтересованным в получении дополнительного образования.
- Самая слабая черта Программы – достижимость поставленных перед обучением целей. Среди выпускников доля тех, кто благодаря Программе достиг целей (сегмент «Лидеры», достигшие всех целей, и сегмент «карьеристы», достигшие личных целей и в меньшей степени целей организации), ниже, чем доля тех, кто не достиг поставленных целей (значение индекса меньше 50 означает, что доля достигших меньше доли не достигших целей).



Индекс эффективности: типы программ

(%)

**ОБЩИЙ
ИНДЕКС**

**ДЛИННЫЕ
ПРОГРАММЫ**

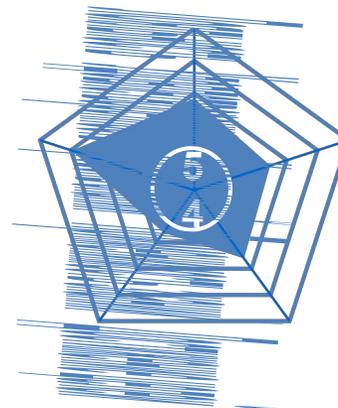
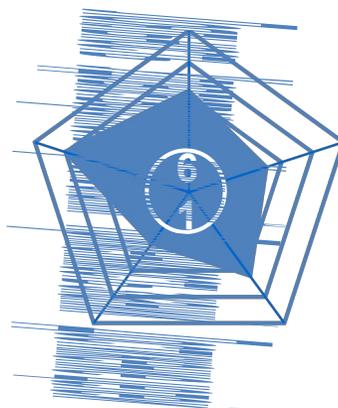
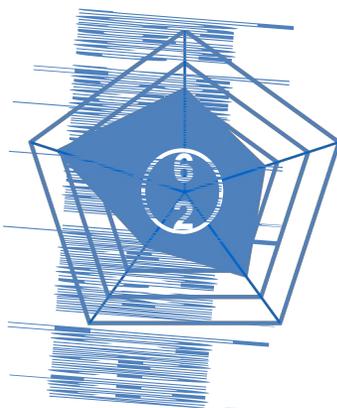
**КОРОТКИЕ
ПРОГРАММЫ**

Программа А

Программа В

Менеджмент в сфере
инноваций

Развитие
предпринимательства



**ЧАСТНЫЕ
ИНДЕКСЫ**

Удовлетворенность



65

64

57

61

Уровень знаний



53

52

49

47

Применимость
знаний



65

66

52

50

Достижение целей



42

40

32

37

Лояльность



84

82

79

82

- Эффективность коротких программ ниже, чем длинных. Причем, короткие программы «проигрывают» по всем частным индексам.

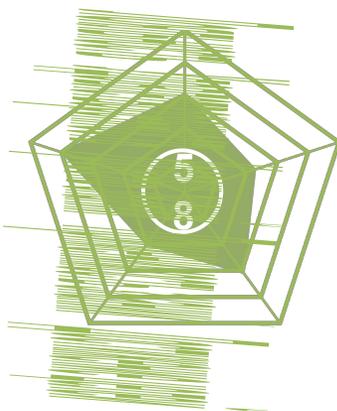


Индекс эффективности: типы организаций

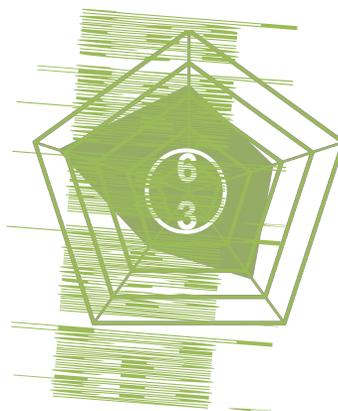
(%)

ОБЩИЙ ИНДЕКС

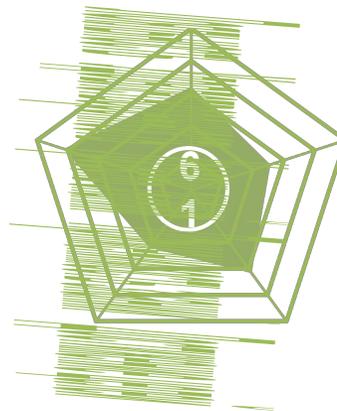
Микропредприятия



Малый бизнес



Средний бизнес



Крупный бизнес



ЧАСТНЫЕ ИНДЕКСЫ

Удовлетворенность



Уровень знаний



Применимость знаний



Достижение целей



Лояльность



- Программа является более эффективной для сотрудников предприятий малого бизнеса и наименее эффективной – для сотрудников микропредприятий.



Индекс эффективности: сферы деятельности

(%)

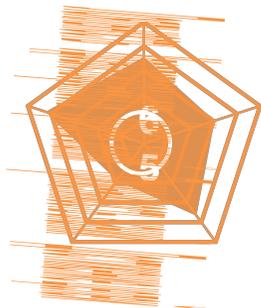
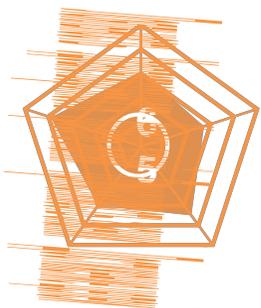
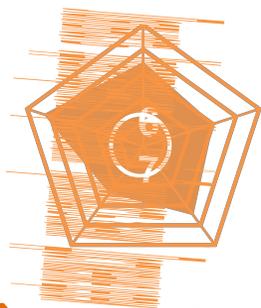
ОБЩИЙ ИНДЕКС



ВЫСОКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Образование

 Производство
 пищ. продуктов

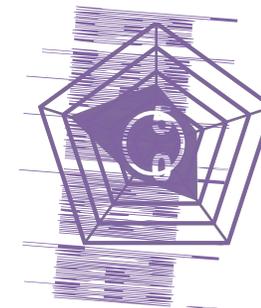
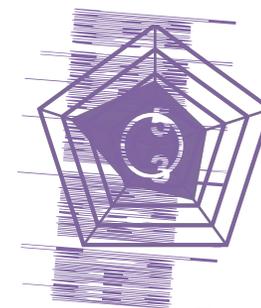
 Здравоохранение
 и соц. услуги


НИЗКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ



Торговля

 Научные
 исследования

 Производство
 транспорта


ЧАСТНЫЕ ИНДЕКСЫ

	Образование	Производство пищ. продуктов	Здравоохранение и соц. услуги	Торговля	Научные исследования	Производство транспорта
Удовлетворенность	70	62	71	64	54	50
Уровень знаний	60	54	61	48	45	35
Применимость знаний	70	70	73	63	55	57
Достижение целей	47	60	38	11	39	33
Лояльность	86	78	84	83	74	75

- Наиболее эффективна Программа для работников сферы образования, производства пищевых продуктов, здравоохранения. Наименее эффективна – для работников сферы оптовой и розничной торговли, научных исследований и производства транспортных средств.
- Среди работников сферы торговли (а таких среди учащихся большинство) самый низкий частный индекс – индекс достижения целей, т.е. торговые работники ставили перед собой те цели, которых не смогли достигнуть в рамках Программы.



Индекс эффективности: должностные обязанности

(%)

ОБЩИЙ ИНДЕКС

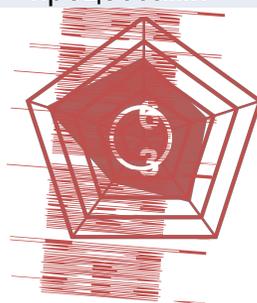
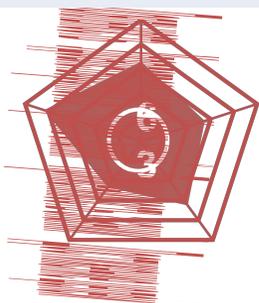


ВЫСОКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Юридическая деятельность

Контроль качества

Управление произв. процессами



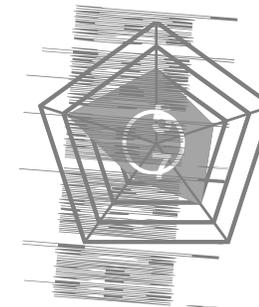
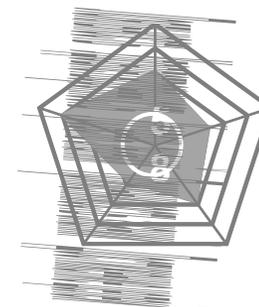
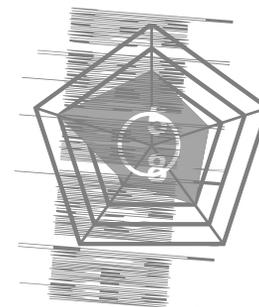
НИЗКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ



Управление инф. потоками

Маркетинг

Управление науч. разработками



ЧАСТНЫЕ ИНДЕКСЫ

	Юридическая деятельность	Контроль качества	Управление произв. процессами	Управление инф. потоками	Маркетинг	Управление науч. разработками
Удовлетворенность	63	66	67	62	63	62
Уровень знаний	52	55	55	50	48	49
Применимость знаний	61	65	65	60	59	62
Достижение целей	55	46	45	38	38	34
Лояльность	83	84	85	81	83	77

- Наиболее эффективна Программа для сотрудников, занимающихся юридической деятельностью, контролем качества и управлением производственными процессами.
- Наименее эффективна Президентская программа для сотрудников, управляющих информационными потоками, маркетингом и научными разработками.





RADAR

Все, что можно измерить, можно улучшить

Содержание и описание
исследования

Основные выводы

Результаты
исследования

Приложение
(отчет в формате Word)

4

Приложение (отчет в формате Word)



Исследовательская компания РАДАР

Все, что можно измерить, можно улучшить

Наши контакты

Марк Шафир

Tel: +7 | 495 | 9896247

Mob: +7 | 910 | 4094939

E-mail: Mark@radar-research.ru

Александр Земсков

Tel: +7 | 495 | 9896247

Mob: +7 | 916 | 1685808

E-mail: Zemskov@radar-research.ru

www.radar-research.ru