

Качество современных образовательных услуг – основа конкурентоспособности вуза

Фамилия И.О

АННОТАЦИЯ. Рассмотрены примеры услуг, предоставляемые вузами. Приведены примеры/предложения по улучшению качества и повышению уровня таких услуг. Приведены рекомендации по внедрению услуг.

Прогресс – это наверно самый ярый противник консерватизма. Он неумолимо развивается во всех сферах жизни современного общества, действует в тандеме со временем, ибо существование времени как самого консервативного явления в нашей жизни, становится бесцельным и бесполезным для людей, в отсутствии прогресса. И наша задача, как источника и распространителя знаний и накопленного опыта двигаться в унисон с прогрессом и развивать не только функцию приобретения профессиональных знаний, но и способность их распространения/внедрения/реализации.

Идти в ногу с прогрессом не всегда будет означать успех, но игнорировать прогресс всегда будет означать провал.

Для того чтобы понять как качество образовательных услуг повлияет на конкурентоспособность вуза, необходимо выделить критерии успешности вуза, а также определить свод правил благодаря которым критерии будут работать.

КРИТЕРИИ. При определении критериев нам необходимо учитывать некие величины с присутствием порога начинания и отсутствием «потолка», то есть критерии успешности должны всегда стремиться к развитию и идти в ногу с прогрессом. Например:

Критерии могут состоять из следующих показателей: уровень преподавательского состава (должна присутствовать система оценки уровня качества), количество определенных единиц преподавательского состава в каждой из факультетов учебного заведения (например: от 10 кандидатов наук и т.д.),

количества занятых коммерческих мест (например: от 1000 поступивших ежегодно), количества и качества мест проживания для иногородних студентов, и т.д. При чем для каждой из групп критериев может быть выделена подгруппа своих критериев качества. Для того чтобы критерии успешности непосредственно влияли на уровень конкурентоспособности вуза необходимо определить правила. Для этого необходимо либо разработать свою систему правил, либо взять существующую. Например: любой вуз является субъектом/участником рынка образовательных услуг. Так как рынок образовательных услуг – это прежде всего рынок, то и работает он именно по правилам свойственным рынкам. Такую рыночную систему правил, мы можем определить и применить для того, чтобы запустить в работу наши критерии успешности. Для поддержания высокого уровня конкуренции на рынке мы должны ввести в систему правил такие понятия как маркетинг, бренд/имя, качество продукта, стоимость продукта, цена или ценность продукта, специфика продукта. Если рассмотреть критерии успешности и правила работы критериев на примере документов, то критерии – это внутренний, можно сказать закрытый документ, а правила – общедоступный и понятный. Итак, рассмотрим, как работают правила: мы ввели понятие «Маркетинг». В наших правилах мы рассматриваем маркетинг не как часть системы образования, а как рыночное явление. Для нас – это знание своей целевой аудитории и выявление потенциальной. Инструментом маркетинга будет являться донесение наших преимуществ до первой аудитории – целевой, и привлечение внимания второй – потенциальной аудитории. Целью будет являться конечная сделка – поступление абитуриента в наш вуз. В нашем варианте, маркетинг, может играть основную первостепенную роль, в то время как другие пункты правил, бренд, цена, стоимость, вспомогательную, так как априори являются частью маркетинга, в отличии от специфики продукта, которая будет являться вводной составляющей, и будет работать за счет уровня качества образовательных услуг. Таким образом, получается следующая картина: в

качестве критерия успешности мы для себя установили качественно-высокий уровень услуг, т.к. была проведена действительная работа с кадровой политикой и мотивацией преподавательского персонала, внедрением современных технологий в образовательный процесс, расширение географического присутствия за счет ключевых филиалов, а также качественного дистанционного обучения, была проведена работа по аккредитации с коммерческими и государственными предприятиями позволяющими предоставлять места стажировки будущим соискателям с определенным баллом.

За счет предоставления качественных мест стажировки вуз привлекает внимание большего количества абитуриентов. За счет

Легкая и понятная в смысле донесения, но при этом качественно построенная система. Объяснять сложное просто. Разделить категории услуг. Выделить критерии успешности образования. Искать ответы в других источниках. Маркетинг – это знание своей целевой аудитории, выявление потенциальной (рассмотреть через призму маркетинга, пример) донести преимущества до одной (качество услуг, отсечь конкурентов) и привлечь другую потенциальную – изменение мышления (пример учись и будь успешным). И вуз будет успешным, если прогресс будет в каждом из критериев

Маркетинг (не как дисциплина, а как явление) не является частью системы образования, но является частью рынка Инновации – слово все чаще используемое в привычных продуктах для привлечения внимания к ним.

Качество образовательных услуг не всегда будет являться основой, т.к. об этом качестве необходимо сообщить целевой аудитории

В качестве критериев успешности КубГАУ мы условно выделили следующие:

Высокий уровень преподавательского состава за счет наличия в каждой кафедре: от 5 кандидатов в доктора наук, от 3 докторов наук, от 1 еще кого-то, от 10 лаборантов.

Доход вуза должен составлять от 30 000 000 рублей в год.

На коммерцию очного обучения суммарно должно поступить от 1000 человек (либо с разделением по кафедрам, тогда требуется дополнительное исследование рынка труда для определения наиболее востребованных профессий).

Поступившим иногородним студентам должно быть предоставлено от 800 мест проживания.

Для потенциальных клиентов мы должны преподнести критерии успешности на доступном языке – например: Высокий уровень преподавательского состава.

В начале статьи было введено понятие прогресса, для того чтобы понять, что благодаря прогрессу мы можем заимствовать и применять опыт различных сфер для целевой сферы деятельности