

4. Серьезные игры в обучении [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.smart-edu.com/index.php/stati-e-learning/sereznye-igry-v-obuchenii.html>

5. 10 постулатов об играх и обучении [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://premiumconsult.blogspot.com/2011/04/10-postulatov-ob-igrah-i-obuchenii.html>

Надійшла 06.10.2011

УДК 333

И. А. КАЛАШНИКОВА

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти, Россия

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ВУЗА В РЕГИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Проведен анализ факторов, определяющих конкурентные преимущества вуза в региональном образовательном пространстве. Установлен и проранжирован перечень конкурентных преимуществ образовательных услуг. Сформулированы основные концептуальные положения развития вуза.

The analysis of the determinants of competitive advantage in a regional university educational space. Installed and ranked list of competitive advantages of educational services. The basic conceptual development of the university.

Ключевые слова: образовательные услуги, конкурентные преимущества, региональное образовательное пространство, факторы конкурентоспособности.

Постановка проблемы. Современные условия функционирования вузов характеризуются повышенной нестабильностью, нарастанием неопределенности внешней среды, сокращением бюджетного финансирования, усилением конкуренции на рынке образовательных услуг. Следует отметить, что конкурентная составляющая в сфере образовательных услуг с каждым годом расширяется. Конкурентная среда в сфере высшего профессионального образования становится все более сложной по степени взаимного влияния всех сил и интенсивности конкуренции. Особенно это отчетливо проявляется в региональном образовательном пространстве.

Для того чтобы выжить и устойчиво развиваться, вузам необходимо создать конкурентные преимущества предлагаемых услуг и обеспечить сильную конкурентную позицию. В свою очередь, конкурентное преимущество позволяет получать стабильно более высокую позицию по сравнению с другими высшими учебными заведениями.

Кроме того, складывается ситуация, когда вузы, имеющие идентичные структуры и механизмы взаимодействия образовательных элементов, имеют существенные различия в занимаемой конкурентной позиции. В этой связи возникла необходимость поиска дополнительных направлений, повышающих конкурентоспособность образовательных услуг.

Изложение материала. Анализ различных характеристик, которые могли бы дать конкурентные преимущества вузу, позволили прийти к выводу о важности и необходимости формирования конкурентных преимуществ образовательных услуг в региональном образовательном пространстве.

В процессе исследования нами был проведен анализ факторов, определяющих конкурентные преимущества вуза, а конкретно Поволжского государственного университета сервиса, в региональном образовательном пространстве. Установлен и проранжирован перечень конкурентных преимуществ образовательных услуг в региональном образовательном пространстве, состоящий из следующих групп: конкурентные преимущества образовательной услуги – средства существования; конкурентных преимуществ образовательной услуги – потребности; конкурентные преимущества образовательной услуги – поддержка; конкурентные преимущества образовательной услуги – «образ» и предложен перечень основных критериев конкурентоспособности образовательной услуги (табл. 1).

Таким образом, если меняющиеся условия макросреды вуза следует воспринимать как руководство к действию, объективную реальность мезосреды при умелом форсировании обстоятельств адаптировать к своим потребностям, то питательную внутреннюю среду, способствующую совершенствованию образовательных технологий, улучшению качества образования и научных исследований, развитию творческих способностей, вуз обязан сформировать сам. От того, насколько правильно и гармонично будут увязаны между собой все звенья внутривузовской среды, насколько верно, системно и последовательно будут расставлены приоритеты, зависит успех развития вуза в целом.

Рассмотренные выше факторы, оказывающие существенное влияние на всю систему высшего образования, позволяют сформулировать основные концептуальные положения развития вуза:

- повышение качества деятельности и перевод вуза на траекторию устойчивого динамического развития в условиях рыночной экономики,
- реализация предпосылок для создания вуза инновационного типа, вуза, главную продукцию которого – его выпускников – будет отличать высокая востребованность и конкурентоспособность на современном рынке труда;

Факторы (критерии) конкурентоспособности образовательной услуги

Факторы (критерии) конкурентоспособности образовательной услуги	Экономическое содержание
<p>I. Блок 1. Образовательная услуга – средство образовательной услуги – средство существования</p> <p>II. Образовательная услуга – потребность</p> <p>III. Образовательная услуга – произведенный товар</p> <p>IV. Образовательная услуга – поддержка</p> <p>V. Образовательная услуга – «образ»</p>	<p>1. Соответствие качества образовательной услуги государственному образовательному стандарту (ГОС ВПО);</p> <p>2. Перечень специальностей и специализаций, по которым осуществляется подготовка в вузе;</p> <p>1. Соответствие качества образовательной услуги государственному образовательному стандарту (ГОС ВПО);</p> <p>2. Перечень специальностей и специализаций, по которым осуществляется подготовка в вузе;</p> <p>3. Качество довузовской подготовки;</p> <p>3.1. доля студентов, поступивших на 1 курс специальности (направления) из числа слушателей системы довузовской подготовки;</p> <p>3.2. доля студентов, поступивших на 1 курс специальности (направления), у которых профиль довузовской подготовки соответствует профилю выбранной специальности (направления) вуза;</p> <p>3.3. доля слушателей подготовительных курсов от количества мест приема на специальность (направление);</p> <p>4. доступность вуза для абитуриентов;</p> <p>4.1. конкурс (по заявлениям);</p> <p>4.2. конкурс (при зачислении);</p> <p>4.3. средний балл аттестата о среднем (полном) образовании, результаты ЕГЭ;</p> <p>4.4. удельный вес студентов, окончивших 1 курс специальности (направления);</p> <p>4.5. средний балл оценок студентов за 1 курс специальности (направления).</p> <p>1. Перечень специальностей и специализаций, по которым осуществляется подготовка в вузе;</p> <p>1.1. качество довузовской подготовки;</p> <p>1.2. доступность вуза для абитуриентов;</p> <p>2. Возможность самостоятельного изучения студентами предметов;</p> <p>2.1. средний балл показателей структуры интеллекта студентов 1 курса специальности (направления) по результатам теста Proforientator;</p> <p>2.2. доля студентов, получивших или получающих дополнительное образование в вузе;</p> <p>2.3. доля активных студентов по результатам межсессионной аттестации;</p> <p>3. Доступность научно-исследовательской работы в вузе для студентов и глубина участия в ней:</p> <p>3.1. доля студентов, являющихся членами студенческого научного общества;</p> <p>3.2. доля студентов, поступивших в аспирантуру после окончания университета;</p> <p>3.3. доля студентов, занявших призовые места в предметных олимпиадах, конкурсах, студенческих научно-практических конференциях;</p> <p>4. масштабы роста интеллекта студентов;</p> <p>4.1. отношение среднего балла приложения к диплому о высшем образовании к среднему баллу аттестата о среднем (полном) образовании студентов по специальности (направлению) соответствующего года приема;</p> <p>4.2. отношение среднего балла приложения к диплому о высшем образовании к среднему баллу успеваемости студентов по итогам первого курса соответствующего года приема по специальности (направлению).</p> <p>1. Соответствие качества образовательной услуги государственному образовательному стандарту (ГОС ВПО);</p> <p>2. перечень специальностей и специализаций, по которым осуществляется подготовка в вузе;</p> <p>3. качество довузовской подготовки;</p> <p>4. доступность вуза для абитуриентов;</p> <p>5. возможность самостоятельного изучения студентами предметов;</p> <p>6. доступность научно-исследовательской работы в вузе для студентов и глубина участия в ней;</p> <p>7. масштабы роста интеллекта студентов;</p> <p>8. рациональность организации учебного процесса;</p> <p>8.1. коэффициент выполнения учебной нагрузки специальности (направления);</p> <p>8.2. коэффициент соответствия технологических карт дисциплин механизму рейтинговой системы;</p> <p>8.3. коэффициент соответствия журналов учета успеваемости студентов механизму рейтинговой системы журналов учета успеваемости студентов;</p> <p>9. эффективность системы контроля знаний, умений, навыков:</p> <p>9.1. процент успеваемости по итогам сессий;</p> <p>9.2. средний балл по итогам сессий;</p> <p>9.3. средний балл результатов контроля остаточных знаний студентов;</p> <p>9.4. средний балл по результатам сдачи ГОС экзаменов;</p> <p>9.5. средний балл по результатам сдачи ВКР;</p> <p>10. реализация практико-ориентированного подхода к разработке учебных планов специальности (направления);</p> <p>11. насыщенность (наполненность) учебного процесса инновационными учебно-методическими материалами и технологиями;</p> <p>12. наличие академических обликов, языковых курсов и стажировок;</p> <p>13. возможность участия в студенческих бизнес-инкубаторах с целью создания наукоемких компаний.</p> <p>1. Соответствие качества образовательной услуги государственному образовательному стандарту (ГОС ВПО);</p> <p>2. перечень специальностей и специализаций, по которым осуществляется подготовка в вузе;</p> <p>3. качество довузовской подготовки;</p> <p>4. доступность вуза для абитуриентов;</p> <p>5. возможность самостоятельного изучения студентами предметов;</p> <p>6. доступность научно-исследовательской работы в вузе для студентов и глубина участия в ней;</p> <p>7. масштабы роста интеллекта студентов;</p> <p>8. рациональность организации учебного процесса;</p> <p>9. эффективность системы контроля знаний, умений, навыков;</p> <p>10. реализация практико-ориентированного подхода к разработке учебных планов специальностей (направлений);</p> <p>11. насыщенность (наполненность) учебного процесса инновационными учебно-методическими материалами и технологиями;</p> <p>12. наличие академических обликов, языковых курсов и стажировок;</p> <p>13. возможность участия в студенческих бизнес-инкубаторах с целью создания наукоемких компаний;</p> <p>14. возможность трудоустройства выпускников:</p> <p>14.1. доля выпускников, трудоустроившихся в течение первого года после окончания вуза;</p> <p>14.2. социальный заказ на подготовку специалистов и трудоустройство выпускников;</p> <p>14.3. уровень стартовых зарплат и условия найма;</p> <p>14.4. наличие договоров с предприятиями, заинтересованными в получении квалифицированных специалистов с оказанием вузу материальной, финансовой или иной помощи в обмен на приоритетное право отбора и найма выпускников этого вуза в будущем;</p> <p>15. наличие Европейского приложения к дипломам;</p> <p>16. наличие сопровождения карьеры каждого выпускника через влиятельную Ассоциацию выпускников вуза; наличие дополнительных образовательных услуг;</p> <p>17. информированность потребителя об образовательных услугах;</p> <p>18. наличие условий, созданных в вузе, для внеучебной работы с обучающимися;</p> <p>19. наличие открытого доступа к библиотечным фондам (штрих-кодовый учет выдачи экземпляров);</p> <p>20. индивидуальный подход к студентам (студенческий профсоюз, институт кураторства, комплекс оздоровительных мероприятий, программы социальной поддержки);</p> <p>21. развитость социальной сети (комфортность общежития для иногородних студентов, наличие студенческих кафе, просторных рекреаций, усиленный охранно-пропускной режим, обеспечивающий безопасность нахождения в вузе, прогрессивность физкультурной инфраструктуры, чистота и современность интерьера);</p> <p>22. возможность сокращенных сроков обучения на базе колледжей и вузов;</p> <p>23. возможность получить два высших образования за 5 лет;</p> <p>24. возможность освоения прикладных компьютерных программ;</p> <p>25. достоверность информации о рынке труда, предоставляемая вузом потребителям.</p>
<p>Блок 2. Цена образовательной услуги:</p>	<p>1. Уровень цен на образовательные услуги, оказываемые с возмещением затрат;</p> <p>2. гибкость ценовой политики;</p> <p>3. условия и порядок расчетов (возможность оплаты кредитными средствами, наличие рассрочки платежей, возможность оплаты безналичным расчетом)</p>
<p>Блок 3. Реализация образовательной услуги</p>	<p>1. Прогрессивность форм обучения (дистанционное);</p> <p>2. интенсивность научно-исследовательской работы преподавателей:</p> <p>2.1. процент выполнения годового объема НИОКР выпускающей кафедры по данной специальности (направлению);</p> <p>2.2. процент выполнения годового объема НИОКР из внешних источников;</p> <p>2.3. количество публикаций ППС выпускающей кафедры по данной специальности (направлению);</p> <p>3. качественный состав преподавателей:</p> <p>3.1. доля преподавателей с ученой степенью/званием;</p> <p>3.2. доля преподавателей из числа докторов/профессоров;</p> <p>3.3. доля штатных преподавателей, обеспечивающих подготовку специалистов (бакалавров) по специальности (направлению);</p> <p>3.4. уровень повышения квалификации преподавателей за последние пять лет, занятых подготовкой специалистов (бакалавров) по специальности (направлению);</p> <p>3.5. наличие филиалов.</p>
<p>Блок 4. Продвижение образовательной услуги</p>	<p>1. Используемые виды и средства рекламы, частота и периодичность рекламных обращений к потребителям;</p> <p>2. мероприятия по связям с общественностью;</p> <p>3. обучение и подготовка персонала, занимающегося предпрофильной подготовкой.</p>

- развитие и углубление фундаментальных и прикладных научных исследований, инновационной деятельности;
 - обеспечение комплексной подготовки специалистов, научных исследований, образовательных и дополнительных услуг, соответствующих мировым стандартам;
 - создание в вузе культурно-образовательной среды международного уровня.
 - разработка и внедрение инновационных технологий в науке, управлении и учебном процессе;
 - укрепление в сознании студентов, преподавателей и сотрудников наряду с приоритетом академических ценностей в воспитании гармоничной и высоконравственной личности, стремления к воплощению в жизнь предпринимательских идей;
 - создание прочных и продуктивных связей с передовыми производственными организациями, ведущими академическими и образовательными учреждениями и центрами;
 - формирование в вузе духа лидерства и корпоративной культуры, умения жить и побеждать в конкурентной среде.
 - создание благоприятной внутривузовской среды, стимулирующей культ знаний, свободное выражение мыслей, идей, творческих способностей, открывающей учащимся путь к успеху.
- Высказанные концептуальные положения отражены в Миссии вуза и позволяют сформулировать основные цели и задачи его развития по каждому из направлений его деятельности.

Література

1. Кожухар В.М. К определению содержания образовательной услуги / В.М. Кожухар // Маркетинг в России и за рубежом, 2005. – № 3. – С. 31–41.
2. Ерохина Л.И. Система подготовки специалистов для сферы услуг: региональный аспект : [монография] / Ерохина Л.И., Горелик О.М., Наумова О.Н., Калашникова И.А. – СПб. : Изд-во «Инфо-да», 2009. – 228 с.
3. Ерохина Л.И. Теоретические аспекты развития регионального сегмента отрасли профессиональных услуг / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 3.

Надійшла 06.10.2011

УДК 004.9:378.1

М. С. КОВАЛЬЧУК, Н. В. СЕРДУНІЧ
Хмельницький національний університет

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті розглядається питання іміджу загалом та навчального закладу зокрема. Досліджується значення сучасних Інтернет-технологій для діяльності ВНЗ, а також їх вплив на формування іміджу університету. Проводиться аналіз такого інструменту комунікації як власний сайт, його роль та можливості у діяльності навчальних закладів. Вивчається сайт Хмельницького національного університету, його структура, переваги та недоліки. Визначається роль он-лайн конференцій, дистанційного навчання та електронних вступних заяв як напрямків сучасної діяльності у сфері інформаційних технологій для навчальних закладів.

The article discusses the image in general, and particularly in educational institution. Investigates the importance of modern Internet technologies for activity of HEI, and their influence on the image formation of the university. Analyzes such communication tools as own website, its role and opportunities in the educational institutions. Studies the website of Khmelnytsky National University, its structure, advantages and disadvantages. Determines the role of online conferences, distance education and electronic introductory statements as modern trends in the field of information technology for educational establishments.

Ключові слова: імідж, навчальний заклад, Інтернет-технології, комунікації, сайт, дистанційне навчання, Інтернет-конференції.

Імідж являє собою відносно стійке уявлення споживача про товар, марку, підприємство в цілому. Імідж – це своєрідний образ, і від багатьох факторів залежить, яким саме він буде: позитивним чи негативним. На сьогоднішній день навчальні заклади розуміють значення формування позитивного іміджу для забезпечення конкурентоспроможності та приваблювання абітурієнтів. Імідж навчального закладу починається від зовнішнього вигляду установи до професіоналізму викладачів. Як правило, позитивний імідж асоціюється у абітурієнтів з якісними знаннями, можливістю подальшого працевлаштування, державною формою ВНЗ, кваліфікованими викладачами, розвиненою інфраструктурою, тощо. Процеси трансформації маркетингової теорії до сучасної економічної діяльності обґрунтували у своїх працях такі вітчизняні вчені, як Амоша О.І., Балабанова Л.В., Буркинський Б.В., Дайновський Ю.А., Геєць В.М., Ілляшенко С.М., Куденко Н.В., Крикавський Є.В., Окландер М.А., Павленко А.Ф., Перерва П.Г., Примак Т.О., Решетнікова І.Л., Ромат Є.В., Старостіна А.О., Чухрай Н.І.