

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический  
университет имени В.М. Шукшина»  
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

Факультет технологии и профессионально-педагогического образования  
Кафедра технологии

**Анализ качества образовательных услуг  
(на примере АГГПУ имени В.М. Шукшина)**

Выпускная квалификационная работа

**Допустить к защите**

\_\_\_\_\_  
Зав. кафедрой  
Технологии  
И.Б.Соловьева

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

Выполнила студентка  
Т-ПМ121 группы  
Муратова Лилия Юрьевна

\_\_\_\_\_  
**Научный руководитель:**  
канд. эк. наук, профессор  
Миляева Лариса Григорьевна

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Оценка

\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

Подпись \_\_\_\_\_  
(Председатель ГАК)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ

ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический  
университет имени В.М. Шукшина»  
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

## АННОТАЦИЯ

### на выпускную квалификационную работу бакалавра

студентки Муратовой Лилии Юрьевны группы Т-ПМ121

Направление: Менеджмент

Профиль: Производственный менеджмент

Тема: Analysis of quality of educational services ( for example AGPU named after V. M. Shukshin)

**Abstract:** Thesis topic – "Analysis of quality of educational services ( for example AGPU named after V. M. Shukshin) ". The volume of the thesis 50 pages, it contains 2 figures, 9 tables, references – 29, 5 apps, 3 formula.

As the object of observation stands Altai state humanitarian pedagogical University, faculty of technology and professional pedagogical education.

Subject of research – the quality of educational services. The aim of the thesis is a comparative analysis of quality of educational services in basic educational programs in directions of training: Professional training and Management.

During the execution of the thesis research was carried out by vyalenie assessing the quality of educational services, the choice of the methodology aimed at assessing the quality of educational services, developed a survey questionnaire Respondent – student, analyzed the quality of educational services of the faculty of technology and professional pedagogical.

Key words: quality of education, quality assessment of educational services, analysis, monitoring, pedagogical skills, behavioral style, material resources, social services, loyalty.

Автор ВКР

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Муратова Л.Ю./

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Миляева Л.Г

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Проблема качества образовательных услуг высшего учебного заведения	6
1.1 Оценка качества образования как инструмент оценки деятельности вузов	6
1.2 Система менеджмента качества как фактор конкурентоспособности вуза	9
2 Основы маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг	14
2.1 Понятие, структура и особенности качества образовательных услуг	14
2.2 Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг вуза	21
2.3 Методический инструментарий оценки качества образовательных услуг	24
3 Анализ качества образовательных услуг АГГПУ им. В.М. Шукшина	28
3.1 Характеристика объекта исследования: АГГПУ им. В.М. Шукшина	28
3.2 Методика оценки качества образовательных услуг	31
3.3 Корректировка методического инструментария оценки качества образовательных услуг	32
3.4 Анализ качества образовательных услуг ФТиППО АГГПУ им. В.М. Шукшина	34
3.5 Сравнительный анализ результатов опроса студентов по направлениям подготовки: Менеджмент и Профессиональное обучение	42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	47
ПРИЛОЖЕНИЕ А - Анкета студента-респондента	50
ПРИЛОЖЕНИЕ Б - Результаты количественной оценки педагогического мастерства преподавателя	53
ПРИЛОЖЕНИЕ В - Результаты количественной оценки стиля поведения преподавателя	54
ПРИЛОЖЕНИЕ Г - Результаты количественной оценки развития материальной базы	55
ПРИЛОЖЕНИЕ Д - Результаты количественной оценки социальной сферы	56

## ВВЕДЕНИЕ

Разработка и внедрение новых университетских образовательных стандартов является одним из ключевых факторов инновационных изменений содержания и форм образовательного процесса. В соответствии с требованиями нового поколения стандартов в целях обеспечения качества образования, оценки степени удовлетворенности качеством образования субъектов образовательного процесса вводится мониторинг качества преподавания учебных дисциплин. Зарекомендовавшей себя формой мониторинга являются опросы студентов относительно работы преподавателей.

Мнение студентов имеет существенное значение при оценке качества такой сферы деятельности преподавателей вузов, как педагогическая, потому что именно студенты испытывают на себе ее воздействие и являются партнерами педагога в образовательном процессе. Таким образом, актуальность дипломной работы представляется очевидной и не вызывает сомнений.

Объектом исследования выступают учреждения высшего профессионального образования. В качестве объекта наблюдения выступает Алтайский государственный гуманитарно - педагогический университет, факультет технологии и профессионально-педагогического образования (ФТиППО).

Предмет исследования – качество образовательных услуг.

Гипотеза: предполагается, что можно сформировать оценку качества образовательных услуг высшего учебного заведения при помощи результатов опроса респондентов.

Цель дипломной работы – разработать ряд рекомендаций по повышению качества образовательных услуг на основе анализа качества образовательных услуг по основным образовательным программам (ООП) по направлениям подготовки: Профессиональное обучение и Менеджмент.

Реализация указанной цели сопряжена с последовательным выполнением следующих задач:

- 1) проанализировать научную и методическую литературы по оценке качества образовательных услуг;
- 2) освоить теоретические аспекты качества образовательных услуг, а также выявить основы маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг;
- 3) выявить параметры качества образовательных услуг вуза;
- 4) разработать опросную анкеты респондента – студента;
- 5) проанализировать качество образовательных услуг ООП ФТиППО;
- 6) провести сравнительный анализ качества образовательных услуг по анализируемым ООП АГГПУ и предложить рекомендации.

Теоретическая база исследования основана на работах ведущих российских ученых, среди которых можно назвать Борисова Е., Добрыднев С.И., Романова И.Б, Сагинов К.А., Панкрухин А.П., Шевченко Д.А., Липкина Е.Д., Зайчикова С.А., Терещенко Н.Н.

Практическая значимость исследования заключается в том, что она может быть использована для оценки качества образовательных услуг.

В ходе исследования использовались результаты опросной анкеты студентов АГГПУ им. В.М. Шукшина.

Дипломная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Во введении обоснованы актуальность темы, цель, задачи, предмет и объект исследования, являющиеся предметом защиты.

Первая глава «Проблема качества образовательных услуг высшего учебного заведения» посвящена оценке качества образования как инструмент оценки деятельности вузов и системе менеджмента качества как фактор конкурентоспособности вуза.

Во второй главе «Основы маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг» раскрыты понятия, структура и особенности образовательных услуг, маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг высшего

профессионального образования, а также методический инструментарий оценки качества образовательных услуг вуза.

Третья глава «Анализ качества образовательных услуг АГГПУ им В.М. Шукшина» посвящена характеристике объекта исследования: АГГПУ им В.М. Шукшина, методике оценки качества образовательной услуги, корректировке методического инструментария оценки качества образовательных услуг, анализу качества образовательных услуг ФТиППО АГГПУ им В.М. Шукшина, а также сравнительному анализу результатов опроса студентов по направлению подготовки: Профессиональное обучение и по направлению Менеджмент.

В заключении подводятся основные итоги исследования.

# **1 Проблема качества образовательных услуг высшего учебного заведения**

## **1.1 Оценка качества образования как инструмент оценки деятельности вузов**

Важнейшей компонентой оценки деятельности вузов является оценка качества образования. Качество высшего образования является многомерным понятием, которое обязано включать всю деятельность и все его функции: преподавание и программы обучения, исследования ученых и аспирантов, персонал, студентов, здания, факультеты, оборудование, оказание услуг обществу и академическую среду.

Можно выделить три критерия качества образовательной деятельности:

а) качество подготовки студентов – при условии диверсификации образовательных программ, преодоления многопланового разрыва, существующего между средним и высшим образованием, и повышения роли механизмов учебно-профессиональной ориентации и мотивации современной молодежи;

б) качество персонала, которое определяется с помощью степени академической квалификации преподавателей и научных сотрудников вузов;

в) качество инфраструктуры и «физической учебной среды» высших учебных заведений, которое охватывает «всю совокупность условий» их функционирования, включая компьютерные сети и современные библиотеки, что может быть обеспечено за счет адекватного финансирования.

Качество образования – многоплановая категория, и критерии его оценки могут быть самыми разными. Европейский центр по высшему образованию (СЕ-ПЕС) ЮНЕСКО относит к критериям оценки качества образования:

- 1) институциональную миссию и цели учебного заведения;
- 2) параметры образовательной модели;

3) определенные стандарты данной программы или дисциплины.

Существуют три главных инструмента контроля качества высшего образования, осуществляемого с помощью оценки деятельности вузов:

- 1) аудит;
- 2) аккредитация;
- 3) оценка.

Под аудитом в данном случае понимается аудит качества, который призван оценить адекватность процедур планирования и принятия решений в вузе, соответствие предпринятых действий поставленным целям и эффективность действий с точки зрения достижения поставленных целей. В ходе аудита качества проводится оценка системы управления в вузе, качества персонала вуза, а также системы внутреннего контроля качества; оценивается участие сотрудников университета и других заинтересованных лиц в процессе такого контроля.

Аккредитация высших учебных заведений и учебных программ как инструмент контроля качества высшего образования широко используется в США, Австрии, Германии, Нидерландах, Чехии, скандинавских странах, странах Балтии и многих других. Аккредитация предполагает проверку вузов и программ на соответствие определенным критериям; в результате аккредитации вуз может быть либо аккредитован, либо нет. С ее помощью обеспечиваются минимальные гарантии качества обучения. В разных странах аккредитация осуществляется государственными органами или независимыми агентствами.

Оценка, в отличие от аккредитации, позволяет не просто проверить соответствие вуза неким критериям, но и оценить степень его конкурентоспособности, сравнить разные вузы между собой. Именно этот инструмент наиболее точно отвечает потребностям развития как системы высшего образования в целом, так и отдельных вузов [28].

Самооценка нужна, прежде всего, самому вузу для оценки его динамики по различным параметрам. Однако она является и ключевым элементом в оценке де-



тельности вуза в целом. Так, в странах ЕС самооценка используется в 68% стран при аккредитации и в 94% при собственно оценке.

Во всем мире, начиная с 90-х годов, наблюдается тенденция развития и распространения процессов самооценки. Преимущества самооценки организации очевидны:

- 1) систематический подход к совершенствованию деятельности;
- 2) получение объективных оценок, основанных на фактах, а не на личном восприятии отдельных работников или руководителей;
- 3) выявление и анализ процессов, в которые можно ввести улучшения;
- 4) внедрение различных инициатив по управлению качеством в повседневную деятельность организации;
- 5) использование при оценке своей деятельности и ее результатов единого комплекса критериев;
- 6) возможность сравнения с лучшими результатами;
- 7) обучение персонала использованию принципов всеобщего управления качеством;
- 8) определение динамики изменений, происшедших с момента предыдущей самооценки;

В качестве источников информации для проведения оценки используются;

- 1) статистические данные или показатели, которые можно рассчитать на основании статистических данных (численность студентов разных уровней, численность преподавателей, численность студентов, окончивших курс в установленные сроки, затраты на обучение одного студента или на один кредит и т.п.);
- 2) данные субъективной статистики (репрезентативные опросы студентов, работодателей и т.п.);
- 3) экспертные опросы.

Каждый из вышперечисленных источников имеет свои недостатки. Так, статистические данные могут не отражать аспектов, связанных именно с качеством обучения, поскольку качество сложно измерить. Данные субъективной ста-

истики могут быть манипулируемыми. Кроме того, для некоторых категорий, например, работодателей, сложно добиться репрезентативности выборки. На практике, как правило, опрашиваются в основном представители крупных компаний. По таким опросам не удается отследить, насколько выпускники вузов оказываются востребованными мелким и средним бизнесом. Экспертные опросы в академической или более широкой среде также являются весьма субъективными.

Главным инструментом является годовой отчет. Такой отчет должен содержать информацию об учебной, научной, международной деятельности вуза, студентах и преподавателях, инфраструктуре и т.п. Во многих странах требуется, чтобы в годовом отчете был отражен прогресс в достижении целей, зафиксированных в стратегических планах. В ряде случаев годовой отчет и стратегический план - это один документ, в котором содержится описание результатов деятельности по отношению к целям и задачам, поставленным в предыдущем периоде, а также цели и задачи на следующий период. Годовые отчеты не просто предоставляются в органы управления образованием, а публикуются и становятся достоянием общественности. Помимо годовых отчетов вузов публикации подлежат и результаты внешней оценки [26].

## **1.2 Система менеджмента качества как фактор конкурентоспособности вуза**

С переходом к рыночным отношениям количество высших учебных заведений выросло, что обусловило острую конкурентную борьбу на региональном и общенациональном рынке. Развитие рыночных отношений в России коренным образом изменило условия функционирования системы высшего образования. Конкурентоспособность вуза во многом определяется его способностью оказывать современные образовательные услуги. Для решения проблем необходима разработка и реализация стратегии повышения конкурентоспособности вуза и производимых им услуг.

Качество – необходимое условие конкурентоспособности высшего учебного заведения, именно оно дает возможность абитуриентам выбирать соответствующий вуз, а выпускникам строить в дальнейшем успешную карьеру.

Для решения задачи управления качеством образования необходимы:

1) система управления качеством образования, которая предоставляет определенные гарантии того, что в ходе планирования, создания и использования образовательных процессов и услуг будут обеспечены требуемые цели качества;

2) система показателей качества в виде согласованной иерархии показателей, объединяющей и систематизирующей взгляд производителя, т.е. самого вуза, и мнение всех групп потребителей образовательных услуг: учащихся, государства в лице Федерального агентства по образованию, работодателей;

3) методика оценки качества, метрик и критериев, по которым измеряют результаты действий образовательных процессов в контрольных точках жизненного цикла и оценивают, были ли цели качества достигнуты.

ECTS (European Credit Transfer System) - европейская система зачетного перевода (система кредитов ECTS) была разработана Европейской комиссией в 1997 г.

Среди целей ECTS можно выделить следующие:

1) увеличение возможности для студенческой мобильности, тем самым способствование академическому признанию;

2) модернизация имеющихся и создание новых образовательных программ в национальном масштабе;

3) способствование взаимному признанию квалификаций;

4) достижение прозрачности и совместимости учебных программ и квалификаций;

5) обеспечение доступа на рынок труда.

Введение ECTS в учебный процесс российских университетов полезно как для иностранных студентов, обучающихся в вузах государств-участников СНГ (облегчается вопрос академического признания дипломов и квалификаций, дела-

ются прозрачными образовательные программы и учебные планы), так и для российских студентов, имеющих финансовые возможности продолжить образование в зарубежных университетах или в рамках академической мобильности возвратиться в родной вуз после освоения части образовательной программы в принимающем учебном заведении. Система ECTS может быть применена и для организации обменов студентами между российскими вузами. Овладение и использование такой системы, в свою очередь повышает и конкурентоспособность вуза.

Высшие учебные заведения действуют в непрерывно развивающейся конкурентной среде. Усиление конкуренции связано с недостаточной сформированностью рынка труда и инвестиционных ресурсов образовательной деятельности.

В настоящее время в вузах России используются три основные модели управления качеством подготовки специалистов, основанные на следующих методах и подходах:

- 1) оценочный метод управления качеством деятельности вуза;
- 2) концепция, основанная на принципах Всеобщего управления качеством (TQM);
- 3) подход, основанный на требованиях международных стандартов качества ISO 9001:2008.

Модель управления, основанная на принципах TQM (Всеобщее управление качеством), также использует метод оценок, однако основана на более глубоком анализе деятельности вуза, как производителя продукции и услуг. Концепция TQM предполагает наличие у вуза четко и ясно сформулированной миссии, стратегических целей, которые выработаны в результате всесторонних исследований потребностей внешней среды в основных продуктах деятельности вуза. Составной частью системы управления образовательным учреждением являются периодическая внутренняя проверка системы управления на ее соответствие требованиям ИСО серии 9001 и постоянная учеба персонала образовательного учреждения на рабочих местах.

Опыт создания таких систем управления имеется в ряде российских вузов - Московском институте стали и сплавов (МИСиС), Московском технологическом университете "СТАНКИН", Московском экономико-статистическом институте, Томском политехническом университете, Ивановском энергетическом институте Новосибирском техническом университете, Новосибирской государственной академии водного транспорта и др. [27].

На сегодняшний день любой вуз, ставящий целью построение системы менеджмента качества, сталкивается с рядом проблем. Наиболее типичные из них:

1) неприятие профессорско-преподавательским составом новых принципов управления;

2) отсутствие квалифицированных менеджеров на среднем уровне управления университетов;

3) отсутствие необходимых методических пособий и рекомендаций по внедрению принципов менеджмента качества в образовательных учреждениях;

4) недостаточная связь с практикой связи с предприятиями промышленности и как результат ведение образовательной деятельности в отрыве от потребностей сегодняшнего дня.

**Вывод по 1 главе:** На основе проанализированной литературы были выявлены теоретические основы оценки качества образовательной услуги: рассмотрены три критерия качества образовательных услуг, а также три главных инструмента контроля качества высшего образования, осуществляемого с помощью оценки деятельности вузов. Изучено, что качество, как необходимое условие конкурентоспособности высшего учебного заведения, именно оно даёт возможность выбирать соответствующий вуз; также рассмотрены основные модели управления качеством подготовки специалистов, которые основываются на : оценочном методе, на концепции, основанной на принципах Всеобщего управления качеством (TQM) и на подходе основанном на международных стандартах качества ISO 9001:2008, и было выявлено, что для решения задачи управления качеством образования необходима :система управления качеством образования, система

показателей и методика оценки качества. На основании выше сказанного можно сделать вывод, что конкурентоспособность вуза во многом определяется его способностью оказывать современные образовательные условия .

## **2 Основы маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг**

### **2.1 Понятие, структура и особенности качества образовательных услуг**

Анализ профильной литературы показал, что большинство исследователей исходят из того, что основным направлением деятельности вуза является предоставление образовательных услуг, но не дают однозначного определения, в какой конкретной форме существует услуга, что понимать под товаром или продуктом вуза.

Так, например, Джапарова Р. под образовательной услугой понимает «деятельностную передачу системных знаний и привитие проверенных опытом практических навыков к определенному виду занятия путем непосредственной коммуникации с обучаемым» [4, с. 55].

Следовательно, образовательная услуга представляет собой взаимодействие между производителем и потребителем, в процессе оказания и приобретения этого специфического блага.

В ряде работ образовательную услугу рассматривают как процесс передачи определенной информации для усвоения, с целью получения определенного результата. С этой точки зрения образовательную услугу рассматривают многие авторы. Липкина Е.Д. под образовательной услугой понимает «совокупность знаний, умений, навыков и определенного объема информации, которые используются для удовлетворения специфической потребности человека и общества в интеллектуальном развитии и приобретении профессиональных умений и навыков» [11, с. 10].

По мнению Зайчиковой С.А., что под образовательной услугой понимается «система знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала» [6, с. 12].

Чтобы определить содержание образовательной услуги, как отмечает Терещенко Н.Н., это целый комплекс действий: воспитательного и обучающего характера, направленный на удовлетворение потребностей индивида, в результате осуществления которого происходит совершенствование имеющихся и приобретенных навыков [23, с. 21].

Иными словами, Терещенко Н.Н. рассматривает образовательную услугу как комплекс знаний, направленный на развитие индивида.

Некоторые авторы рассматривают образовательную услугу как деятельность образовательного учреждения, направленную на развитие интеллектуальных способностей человека, формирование профессиональных качеств, реализуемых в дальнейшем в процессе трудовой деятельности.

С точки зрения Романовой И.Б., под образовательной услугой понимает «трудовую деятельность экономической единицы, направленную на удовлетворение потребности некоторого субъекта в образовании (т.е. в приобретении систематизированных знаний, умений и навыков), осуществляемая с предварительного согласия данного субъекта» [20, с. 28]. Согласно позиции Романовой И.Б., в процессе потребления результаты образовательной услуги включаются в рабочую силу, качество которой зависит от затраченного труда преподавателей и обучающихся.

С нашей точки зрения, следует согласиться с Сагиновой О.В., которая высказывает противоположное мнение: «...нельзя принять однозначное утверждение автора о вузе как производителе товара в виде молодых специалистов. Ведь с тем же основанием производителем этого специфического товара можно назвать родителей, школу, среду и окружение самого выпускника. Кроме того, профессиональные качества нельзя рассматривать в отрыве от других характеристик личности, которые также значимы как при трудоустройстве, так и во время профессиональной деятельности. Поэтому на рынке труда вуз является производителем не выпускников, а образовательных программ в том виде, в котором они освоены его выпускниками [21, с. 50-52].



Образовательным услугам свойственны характерные черты. Специфика черт образовательных услуг проявляется в сочетании традиционных характеристик услуг (неосязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость) и присущим только им чертам.

Традиционная характеристика услуг проявляется через их неразрывную связь с источником: образовательная услуга не существует отдельно от вуза и его профессорско-преподавательского состава.

Еще одной характерной чертой образовательных услуг является длительный характер их оказания. Полный цикл формирования специалиста может занимать 20 и более лет: 4 года – начальная школа, 5 лет – основное общее образование; 2 года – среднее (полное) общее образование; 4-6 лет – бакалавриат, магистратура; 2-3 года – аспирантура, докторантура, а также в процессе трудовой деятельности работник может посещать курсы повышения квалификации, получать второе высшее образования, т.е. потребление образовательных услуг может осуществляться в течение всей сознательной жизни.

Кроме того, образовательные услуги дополняются сопутствующими услугами (общежитие, медицинские услуги, спортивные центры и др.), которые сопровождают и облагораживают процесс обучения, решают бытовые и культурные запросы потребителей, придавая вузу дополнительную ценность (привлекательность для потребителей и заинтересованных организаций).

Таким образом, учитывая специфические черты и особенности образовательных услуг, можно дать следующее определение: образовательная услуга — это комплексный процесс, направленный на передачу знаний, умений и навыков общеобразовательного, профессионального характера потребителю, с целью удовлетворения и развития личных, групповых и общественных потребности [13].

За последние годы Правительством РФ принят ряд нормативных и законодательных актов, направленных на преодоление имеющихся недостатков в сфере развития образования и определяющих первоочередные меры по их устранению. И в первую очередь это касается качества образования.

Так, в Федеральном законе «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» [24] говорится, что высшее учебное заведение должно создавать «необходимые условия для получения качественного образования» с целью реализации стоящих перед ним задач: «удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии», «формирование у обучающихся гражданской позиции, способности к труду и жизни в условиях современной цивилизации и демократии», «сохранение и приумножение нравственных, культурных и научных ценностей общества», «распространение знаний среди населения, повышение его образовательного и культурного уровня» и др.

Правительством РФ также утверждено Постановление «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016-2020 годы» [19], являющейся одним из основных документов в области развития системы обеспечения качества образовательных услуг. Программа нацелена на повышение качества профессионального образования через совершенствование содержания и технологий самого образования, через повышение роли работодателей в подготовке профессиональных кадров, через внедрение инновационных технологий в образовательный процесс, через активное включение обучающихся в научно-исследовательскую деятельность и др.

Прежде чем говорить о повышении качества образовательных услуг, необходимо рассмотреть само понятие «качество образовательной услуги», определить его структуру и критерии оценки.

С учетом отмеченного под качеством образовательной услуги следует понимать ее способность удовлетворять потребности и ожидания конкретного потребителя [15].

Качество образовательных услуг представляет собой:

1) степень, до которой неотъемлемые свойства (атрибуты) услуги, желаемые для потребителя, выявлены и включены в процесс обслуживания;

2) степень, в которой желательные уровни атрибутов воспринимаются потребителем как достигнутые.

Поскольку потребности различны, то степень совершенства качества образовательной услуги должна задаваться для каждого сегмента. Это означает, что каждому ожидаемому уровню качества и приемлемому диапазону цен соответствует различный набор выгод, получаемых потребителем. Таким образом, в задачу учебного заведения входит развертывание требований потребителя (ожидаемых им выгод) в параметры качества (характеристики образовательной услуги, обеспечивающие требуемое качество).

Существует разработанная модель (см. рис. 1), которая выявляет разрыв между восприятием и действительностью [18]

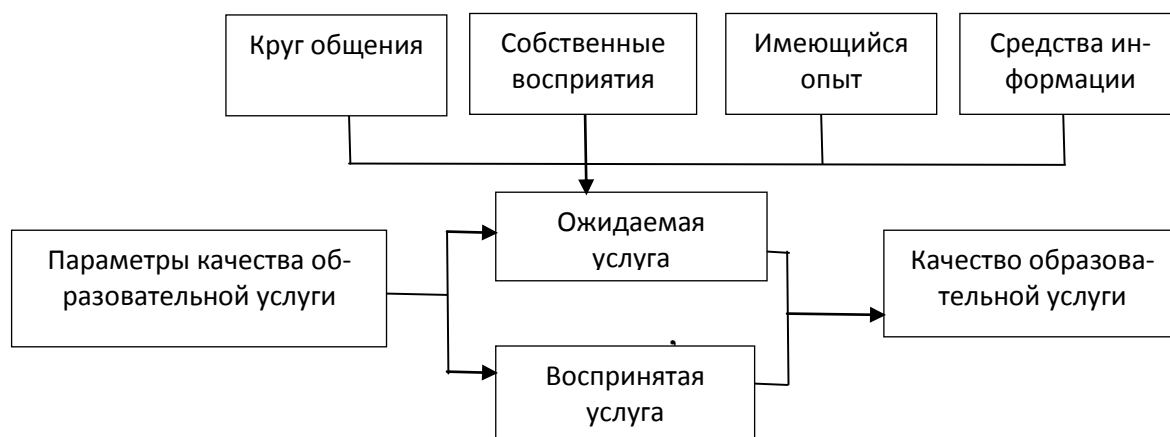


Рисунок 1 – Структура ожиданий потребителя образовательной услуги

]. Данная модель отражает расхождение нескольких видов:

- 1) между ожиданиями потребителя (обучающегося) и тем, как руководство образовательного учреждения представляет себе эти ожидания;
- 2) между тем, как руководство учебного заведения представляет себе ожидания обучающегося и свойствами (характеристиками) услуги;
- 3) между свойствами (характеристиками) услуги, и восприятием этих свойств (характеристик) обучающихся.

Также рекомендуется понимать качество услуги, как синтез качеств, используемых для предоставления услуги, технических средств, других материальных объектов и качества уровня предлагаемого потребителю сервиса. Причем по-

следний показатель, решающий в оценке потребителем качества обслуживания в учебном заведении [2].

Качество услуги, т.е. в какой степени она по своим параметрам качества будет соответствовать ожиданиям потребителя, зависит от качества выполнения предыдущих этапов жизненного цикла процесса предоставления услуги [9].

Проблема создания и освоения системы объективной проверки знаний студентов в образовании сегодня особенно актуальна. В связи с этим в настоящее время придается большое значение ее решению, так как активное использование таких систем помогает поддерживать нужный образовательный уровень студентов, предоставляет преподавателю возможность уделять больше внимания индивидуальной работе с обучаемыми [3].

Мониторинг является важнейшим инструментом проверки и оценки эффективности внедряемого содержания образования, используемых методик, служит основой для обоснованных путей устранения недостатков образовательного процесса в высшей школе, является основой для принятия эффективных управленческих решений.

Термин «мониторинг» пришел в педагогику из экологии и социологии. В экологии мониторинг - это непрерывное наблюдение за состоянием окружающей среды с целью предупреждения нежелательных отклонений по важнейшим параметрам. В социологии мониторинг подразумевает отслеживание небольшого числа показателей, отражающих состояние социальной среды [7].

Объектами мониторинга выступают как отдельные подсистемы образования, так и различные процессы, уровни образования, управления, отдельные аспекты деятельности, знания.

Под системой постоянного мониторинга (ПМ) понимают постоянное отслеживание состояния удовлетворенности потребителей образовательных услуг, соизмерение полученных результатов с требованиями и ожиданиями, выявление тенденций их изменений с целью принятия управленческих решений [10].

Объекты ПМ - внутренние потребители (абитуриенты, студенты, выпускники, преподаватели и сотрудники университета), внешние потребители (работодатели).

Субъекты ПМ - группа оценки качества образования, подчиняется проректору по учебной работе. Опросы потребителей проводят специалисты группы оценки качества образования, методисты деканатов, кураторы академических групп, уполномоченные по качеству структурных подразделений университета, студенты и аспиранты. Методы сбора первичных данных - анализ документов, интервью с деканами, работниками ректората, заведующими кафедрами, выступающими в качестве экспертов, анкетный опрос. Методика проведения последнего предусматривает проведение анкетирования каждой группы потребителей по разработанным анкетам или опросным листам.

Процедура ПМ включает следующие этапы [22]:

- 1) определение потребностей и ожиданий потребителей;
- 2) сопоставление ожиданий и фактической удовлетворенности потребителей;
- 3) результаты исследования доводятся до руководства университета;
- 4) оценка удовлетворенности потребителей качеством образовательных услуг, оказываемых университетом. Для каждого исследования вырабатываются критерии оценки, составляются анкета и программа ее обработки;
- 5) формирование планов корректирующих и предупреждающих мероприятий для улучшения качества предоставляемой образовательной услуги.

Значительная часть традиционных методик во многом пренебрегает статистическими закономерностями выборочного обследования, используют нерепрезентативные выборки обучающихся или оперируют статистическими данными без учета доверительных интервалов, что существенно снижает достоверность выводов [29].

## **2.2 Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг вуза**

Одной из специфических особенностей современного рынка образовательных услуг является обострение конкуренции продавцов за привлечение наибольшего количества покупателей.

Рассмотрим само понятие «рынок образовательных услуг».

Рынок образовательных услуг представляет собой форму «общественной связи между производителями и потребителями этих услуг с помощью посредников или без их участия, в процессе которой окончательно признается или отрицается общественная необходимость конкретного вида образовательной услуги, а продавцы и покупатели завершают процесс обмена ценностями» [14]. Кроме того, сегодня рынок образовательных услуг – это самый рациональный механизм удовлетворения массовых потребностей людей в части повышения ими своего образовательного уровня.

Традиционными объектами маркетинга являются товары, услуги, идеи. В числе других объектов – территории, включая зоны хозяйственной застройки, земли для строительства жилья или для отдыха и др., а также отдельные люди (артисты, политики и другие персоналии) [8].

Реальными участниками маркетинговых отношений являются далеко не только образовательные учреждения, но и потребители (отдельные личности, предприятия и организации), широкие круги посредников (включая службы занятости, биржи труда, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений и др.), а также общественные институты и структуры, причастные к продвижению образовательных услуг на рынке. Все это в совокупности формирует субъекты маркетинга образования [5].

Образовательные учреждения выступают в роли субъектов, формирующих предложение, оказывающих и продающих образовательные услуги. Остановимся, прежде всего, на образовательных учреждениях высшей школы. В высшей школе

Российской Федерации существуют следующие виды учебных заведений: университет, академия, институт, колледж.

Университеты развивают образование, науку и культуру путем проведения фундаментальных научных исследований, и обучения на всех уровнях высшего и послевузовского образования по наиболее широкому спектру направлений. Это ведущие центры развития образования в целом.

Академии действуют преимущественно в одной из областей науки, техники и культуры, выступают ведущими научно-методическими центрами в сфере своей деятельности. Они готовят специалистов высшей квалификации и переподготавливают руководящие кадры определенной отрасли (группы отраслей).

Институты как самостоятельные учебные заведения или как структурные подразделения университетов, академий, институтов реализуют образовательно-профессиональные программы на уровне не ниже базового образования по ряду направлений науки, техники и культуры и осуществляют научные исследования.

Колледжи реализуют образовательно-профессиональные программы высшего образования первого уровня и среднего профессионального уровня [25].

Роль государства и его органов управления особенно весома в маркетинге образовательных услуг, в отличие от маркетинга других товаров и услуг. Повсеместно в странах с рыночной экономикой государство осуществляет правовую защиту субъектов маркетинга (прежде всего потребителей) от монополизма, от недобросовестности в бизнесе, рекламе, обеспечении качества товаров и услуг, ведет статистику, содействует проведению масштабных рыночных исследований и др.

Маркетинговые исследования представляют собой сбор, обработку и анализ информации с целью уменьшения неопределенности при принятии управленческих решений.

Основными объектами исследований в маркетинге образовательных услуг являются: анализ спроса и предложения (экономические отношения между субъектами рынка образовательных услуг) ; границы рынка и его сегментов, их ем-

кость, в том числе по количеству потенциальных обучающихся и с учетом длительности оказания образовательных услуг; внешняя и внутренняя маркетинговые среды; конъюнктура образовательных услуг на данном рынке и его сегментах; конкурентоспособность образовательных услуг [12].

Таким образом, маркетинговые исследования образовательных услуг включают в себя основные направления – это исследования в области:

- 1) качества образовательных услуг;
- 2) стоимости образовательных услуг;
- 3) мотивации абитуриентов в получении высшего образования, выборе вуза и специальности;
- 4) конкурентоспособности образовательных учреждений, их структурных подразделений;
- 5) маркетинга образовательных услуг.

Результатом исследований маркетинга являются конкретные разработки и результаты, которые используются при выборе и реализации стратегии и тактики маркетинговой деятельности образовательного учреждения.

Одним из основных направлений маркетинговых исследований является качество образовательных услуг.

### **2.3 Методический инструментарий оценки качества образовательных услуг**

Большинство маркетологов согласны с тем, что оценка качества в сфере услуг включает в себя сравнение потребителем своих ожиданий качества перед потреблением услуги с восприятием качества в момент непосредственного её потребления. Именно это положение легло в основу методики SERVQUAL (от английского «service quality» – «качество услуги»).

Методика исследования SERVQUAL заключается в том, что потребителям предлагается заполнить анкету, состоящую из трёх частей. Первая часть, используя пятибалльную шкалу Лайкерта («полностью согласен, полностью не согласен») фиксирует ожидания потребителей относительно критериев качества услу-



ги. Вторая часть при помощи аналогичной шкалы фиксирует потребительские восприятия качества. В третьей части анкеты потребитель высказывает мнение относительно важности, значимости выделенных критериев качества услуги (при этом также используется пятибалльная шкала).

Следует отметить, что методика SERVQUAL уже достаточно известна и неоднократно описана не только в зарубежной, но и в отечественной литературе, например.

Методика «SERVQUAL» – количественное измерение удовлетворенности потреблением товара или услуги. Эта методика традиционно используется для:

- 1) создания уникального конкурентоспособного продукта на рынке;
- 2) периодической оценки динамики отношения потребителя к продукции/услуге;
- 3) оценки динамики качества работы отдела продаж в течение разных периодов времени;
- 4) проверки причин спада объема продаж.

Методика позволяет оценить уровень удовлетворенности сотрудничеством с компанией или несколькими компаниями/ удовлетворенности объектами. Основным преимуществом методики является возможность получения количественной оценки удовлетворенности.

Методика может использоваться на рынках разных типов:

- 1) рынке продукта: определение удовлетворенности потребителей продукцией;
- 2) рынке услуг: определение удовлетворенности работой различных объектов, оказанием услуг;
- 3) рынке поставщиков: определение наиболее значимых характеристик поставщиков, определение удовлетворенности сотрудничеством [1].

На базе методики SERVQUAL специалистами Санкт-петербургского гуманитарного университета была разработана методика КАЧОБРУС (сокращённая аббревиатура от словосочетания «качество образовательных услуг»), учитываю-

щая специфику сферы образования. В методике КАЧОБРУС выделено 17 критериев качества образовательных услуг:

- 1) современная материально-техническая база;
- 2) состояние интерьера помещений;
- 3) приятная внешность преподавателей;
- 4) выполнение руководством своих обещаний;
- 5) помощь со стороны руководства и преподавателей в решении проблем студентов;
- 6) высокий авторитет диплома;
- 7) точное и своевременное выполнение приказов ректора;
- 8) дисциплинированность преподавателей;
- 9) высокий профессионализм преподавателей;
- 10) помощь со стороны преподавателей в решении учебных проблем студентов;
- 11) атмосфера доверия и взаимопонимания между студентами и преподавателями;
- 12) вежливость преподавателей по отношению к студентам;
- 13) удобное расписание занятий.

Обработка анкет сводится к расчёту средних баллов по выделенным критериям качества, а также к расчёту коэффициентов качества:

$$Q_i = P_i - E_i, \quad (2.1)$$

где  $Q_i$  – коэффициент качества услуги по  $i$ -му критерию;  $P_i$  – потребительское восприятие качества по критерию  $i$ ;  $E_i$  – потребительское ожидание качества по  $i$ -му критерию.

Презентация результатов исследования производится в графической форме (см. рис. 2): на оси абсцисс откладываются значения коэффициентов качества, на оси ординат – важность критериев качества услуги. Две оси делят результаты

опроса на четыре равных квадранта: квадрант I (высокие коэффициенты качества – высокая важность критериев); квадрант II (высокие коэффициенты качества – низкая важность); квадрант III (высокая важность – низкие коэффициенты качества); квадрант IV (низкие коэффициенты качества – низкая важность). Квадранты дают необходимую информацию для принятия руководством стратегических решений по совершенствованию качества: в частности, квадранты I и II указывают на положительное состояние дел, а квадрант III – на наличие проблем, требующих немедленного решения.

	КВАДРАНТЫ III	КВАДРАНТ I
	КВАДРАНТ IV	КВАДРАНТ I

Рисунок 2 – Графическая презентация результатов оценки качества образовательных услуг по методике КАЧОБРУС

Однако графическая презентация результатов исследования позволяет представить лишь относительную картину качества образовательных услуг, выявив наиболее проблемные, «болевые» точки. Таким образом, апробация методики КАЧОБРУС выявила необходимость дополнения графической презентации результатов исчислением частных и интегральных индексов качества услуги [14].

**Вывод второй главы:** представлены основы маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг: рассмотрено определение «Образовательной услуги» с разных точек зрения многих авторов. Изучены основные характерные черты образовательной услуги, её модель, а также инструмент проверки и оценки эффективности внедряемого содержания образования такой как «Мониторинг». Определен объект, субъект, методы сбора первичных данных и этапы постоянного мониторинга. Можно сделать вывод, что маркетинговых исследований на рын-

ке образовательных услуг много, отсюда следует, что точного конкретного понятия образовательной услуги нет.

### **3 Анализ качества образовательных услуг АГГПУ им. В.М. Шукшина**

#### **3.1 Характеристика объекта исследования: АГГПУ им. В.М. Шукшина**

АГГПУ им. В.М. Шукшина является единственным в городе Бийске Алтайского края самостоятельным образовательным учреждением высшего образования федерального подчинения. Выполняя функцию главного образовательного и культурного учреждения города-наукограда Бийска, вуз является системообразующим центром интеграционных процессов в образовании, успешно выполняет задачу обеспечения учительскими кадрами и специалистами социально-культурного профиля и тем самым вносит значительный вклад в программу социально-экономического и культурного развития Алтайского края.

Университет образован 27 июня 1939 г. как Бийский учительский институт, который в соответствии с постановлением Совета Министров от 11 августа 1952 г. и приказом Министра просвещения РСФСР от 2 сентября 1952 г. реорганизован в Бийский государственный педагогический институт.

Приказом Министерства образования Российской Федерации от 15 декабря 2000 г. Бийский государственный педагогический институт переименован в Бийский педагогический государственный университет, который приказом Министерства образования Российской Федерации от 3 октября 2001 г. переименован в Бийский педагогический государственный университет имени В.М. Шукшина. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2011 г. Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Алтайская государственная академия образования имени В.М. Шукшина» переименовано в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Алтайская государственная академия образования имени В.М. Шукшина».

Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2015 г. федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Алтайская государственная академия образования имени В.М. Шукшина» переименовано в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина» (АГГПУ им. В.М. Шукшина).

Для контроля за выполнением требований ГОС и ФГОС ВО к качеству подготовки студентов в Университете действует система, включающая:

1) предварительный (входной) контроль качества, который проводится при поступлении в Университет, а также используется как элемент диагностики при изучении дисциплин (модулей), направленных на формирование профессиональных компетенций;

2) текущий контроль знаний и умений студентов в межсессионный период;

3) контроль остаточных знаний студентов;

4) промежуточный контроль знаний студентов, проводимый в период экзаменационных сессий;

5) государственная итоговая аттестация выпускников, завершающая освоение образовательных программ высшего профессионального образования.

В целом университет демонстрирует отличную динамику в достижении целевых показателей результативности научно-исследовательской деятельности. Так, в рейтинге вузов Алтайского края Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина по индексу Хирша занимает четвертое место из 11 вузов региона, а по средневзвешенному импакт-фактору журналов, опубликовавших статьи сотрудников, – второе место.

Органами управления университетом являются конференция работников и обучающихся университета, ректор, ученый совет, попечительский совет университета. Конференция работников и обучающихся университета является коллеги-

альным органом управления. В структуру АГГПУ им. В.М. Шукшина входят 7 факультетов, 12 кафедр.

Факультеты:

- 1) естественно-географический факультет;
- 2) психолого-педагогический факультет;
- 3) факультет иностранных языков;
- 4) факультет истории и права;
- 5) факультет технологии и профессионально-педагогического образования;
- 6) физико-математический факультет;
- 7) филологический факультет.

В университете функционируют отделения, управления, центры. В вузе действует Первичная профсоюзная организация работников АГГПУ им. В.М. Шукшина, которая является организационным структурным звеном Профсоюза, входит в Алтайскую краевую организацию Профсоюза работников образования и науки Российской Федерации.

Общая численность студентов, обучающихся по образовательным программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры составляет 2479 человек [16].

В том числе:

- 1) по очной форме обучения: 1008 человек;
- 2) по очно-заочной форме обучения: 0 человек;
- 3) по заочной форме обучения: 1471 человек.

### **3.2 Методика оценки качества образовательных услуг**

Для оценки качества образовательных услуг целесообразно использовать разработанную методику центра качества АГГПУ им. В.М. Шукшина, акцентировав внимание на следующих некоторых моментах:

1) информационную базу методики составляют данные опросной статистики непосредственных потребителей образовательных услуг – учащихся вузов, молодых специалистов – выпускников вузов;

2) оценка каждого анализируемого параметра проводится по пятибалльной шкале (5 баллов – «полностью согласен с утверждением»; 1 балл – «полностью не согласен»);

3) независимо от категории потребителей (учащийся, молодой специалист, работодатель) для оценки уровня качества образовательных услуг используется следующий алгоритм, предполагающий выполнение некоторых этапов:

а) утверждение перечня анализируемых параметров, в совокупности формирующих представление потребителя о качестве образовательных услуг;

Анкета, разработанная для оценки соответствия содержания и качества образовательных услуг потребностям обучающихся, состоит из нескольких частей. Первая часть включает сведения о респонденте. Применительно к целям настоящего исследования в качестве респондентов выступают учащиеся высшего учебного заведения. Таким образом, первая часть анкеты включает следующие сведения:

- 1) пол респондента;
- 2) специальность, на которой обучается респондент;
- 3) курс обучения;
- 4) возраст.

Кроме того, в первой части приведены вопросы, касающиеся обобщенной оценки респондентами качества образовательных услуг вуза. Например:

Общие впечатления от обучения по сравнению с ожидаемым:

- 1) впечатления превзошли ожидания;
- 2) в целом соответствует ожидаемому;
- 3) значительно ниже ожидаемого.

С какими трудностями столкнулись при обучении:

- 1) слишком интенсивная нагрузка;



- 2) трудности самоорганизации;
- 3) большой объём учебного материала.

Какая сторона в вузе кажется Вам наиболее значимой:

- 1) профессиональная теоретическая подготовка;
- 2) практическая направленность обучения;
- 3) возможность построения профессиональной карьеры;
- 4) знакомство со специалистом в будущей профессии.

Во второй части студентам предлагается оценить деятельность вуза по критериям, касающийся материальной и социальной базы, а также качество преподавания, взаимоотношение студента с преподавателями.

Третья часть анкеты предназначена для выявления мнения респондентов относительно лояльности студента в целом, а также специальности, по которой они получают высшее образование;

б) опрос респондентов (определенной категории потребителей) – оценка каждого анализируемого параметра по 5-балльной шкале;

в) оценка по каждому параметру рейтинга (средний балл).

4) Итоговым результатом использования данной методики является комплексная оценка уровня образовательных услуг.

### **3.3 Корректировка методического инструментария оценки качества образовательных услуг**

Согласно оценке качества образовательных услуг АГГПУ им В.М. Шукшина модернизированная анкета для оценки соответствия содержания и качества образовательных услуг потребностям обучающихся, состоит из шести частей (Приложение А). Первая часть включает сведения о респонденте. Применительно к целям настоящего исследования в качестве респондентов выступают учащиеся вуза. Таким образом, первая часть анкеты включает следующие сведения:

- 1) специальность, на которой обучается респондент;
- 2) курс обучения;
- 3) пол респондента;

4) уровень успеваемости респондента.

Во второй части студентам предлагается оценить уровень качества педагогического мастерства профессорско-преподавательского состава по следующим параметрам:

- 1) актуальность предлагаемого на занятиях материала;
- 2) ясность изложенного материала;
- 3) взаимосвязь лекций и практик;
- 4) содействие студентам в преодолении трудностей в процессе освоения курса;
- 5) способность заинтересовать своей дисциплиной;
- 6) развитие у студентов творческого мышления, инициативности;
- 7) грамотная речь.

Третья часть опросной анкеты предполагает оценку респондентами стиля поведения преподавателя и личностных характеристик, что немаловажно для качества образовательных услуг. Предлагаются следующие оценочные параметры:

- 1) требовательность;
- 2) доброжелательность (уважительное отношение);
- 3) вежливость;
- 4) объективность оценок;
- 5) дисциплинированность.

Материальная база учебного заведения так же входит в понятие «образовательная услуга». Оценка данного блока проводится по параметрам:

- 1) учебный план (содержание образования);
- 2) удобство расписания занятий;
- 3) интерьер аудиторий;
- 4) компьютерное обеспечение учебного процесса;
- 5) наличие помещений для самостоятельной работы (читальные залы);
- 6) доступность Интернет – ресурсов (WI – FI).

Следующая часть опросной анкеты «Социальная сфера» так же представляет немаловажный интерес:

- 1) качество спортивного инвентаря, спортзала;
- 2) наличие помещений для организации досуга (комната отдыха, актовый зал);
- 3) обеспеченность пунктами питания (столовая, буфеты и т. д.);
- 4) качество, ассортимент, доступность питания;
- 5) уровень предоставляемых социальных льгот (абонементы, проездные билеты);
- 6) содействие вуза в трудоустройстве выпускников;
- 7) обеспеченность местами в общежитиях;
- 8) обслуживание в библиотеке;
- 9) организация учебных и преддипломных практик.

Последняя часть анкеты предназначена для выявления мнения респондентов относительно специальности, по которой они получают высшее образование и сделали бы такой же выбор, если бы поступали снова.

Данные параметры были выбраны с учетом требований к качеству современного образования.

### **3.4 Анализ качества образовательных услуг ФТиППО АГГПУ им. В.М. Шукшина**

Анализ уровня качества образовательных услуг на ФТиППО базировался на результатах опросной статистики студентов, обучающихся четвертого курса очной формы обучения направления подготовки «Менеджмент», и третьего и четвертого курса направления подготовки «Профессионального обучения (Экономика и управление, Транспорт)». Процент опрошенных респондентов составил 90% (количество опрошенных респондентов N=26 человек).

Результаты анализа, представленные в таблице 1, показали, что среди опрошенных респондентов студентов 73,12 % женского пола, – 26,88 % мужского

го. Причем студентов, обучающихся на бюджетной основе, в 1,8 раза больше, чем студентов – контрактников.

Таблица 1 – Сведения об опрошенных респондентах ФТиППО АГГПУ им. В.М. Шукшина

Анализируемые параметры		Кол-во	% респондентов
		2	3
1. Пол:	1.1 мужской;	7	26,88
	1.2 женский	19	73,12
2. Основа обучения:	2.1 бюджетная;	17	64,52
	2.2 контрактная	9	35,48
3. Успеваемость :	3.1 в основном на «4»;	6	23,16
	3.2 между «4» и «5»;	8	25,16
	3.3 в основном на «5»	12	51,62

Что же касается успеваемости студентов, то 25,16 % ответили, что учатся на «4» и «5», 23,16% учатся в основном на «4», 51,62 % учатся в основном на «5».

Одни респонденты, будучи еще абитуриентами, выбрали поступление в АГГПУ им. В.М. Шукшина, руководствуясь собственным желанием. Другие учатся в АГГПУ им. В.М. Шукшина, так как нет возможности учиться в более престижном вузе в другом городе, а третьи при поступлении в АГГПУ им. В.М. Шукшина воспользовались советом своих родителей (таблица 2).

Таблица 2 – Причина поступления

Вопросы	Варианты ответов	Результат
Основная причина поступления  АГГПУ им. В.М. Шукшина:	1. по совету (родителей, друзей, знакомых);	3 место
	2. не было возможности в другом городе;	2 место
	3. свое желание;	1 место

Чтобы получить оценку по каждому параметру опросной анкеты необходимо среднее число самого параметра разделить на 5:

$$Y_n = \frac{N_{cp}}{5}, \quad (3.2)$$

где  $Y_n$  - оценка одного параметра;  $N_{cp}$  - это среднее число одного параметра.

Получим для педагогического мастерства одного параметра следующую оценку:

$$Y_o = \frac{4,4}{5} = 0,88,$$

Получили оценку параметра «Актуальность предлагаемого на занятиях» направления подготовки: Менеджмент одной группы 0,88, теперь необходимо получить оценку по каждому параметру и по каждому блоку, чтобы составить анализ качества образовательных услуг университета.

Итак, уровень педагогического мастерства по ФТиППО составил 0,82, что позволяет позиционировать его как «высокий уровень». Наиболее высокий уровень оценки (от 0,83 до 0,84) был получен по направлению подготовки Менеджмент четвертого курса соответственно 0,84; и по направлению подготовки: Профессиональное обучение (Экономика и управление) четвертого курса 0,81 (таблица 3).

Таблица 3 – Уровень педагогического мастерства преподавателей основных образовательных программ ФТиППО

Группы	Менеджмент		Итого	Профессиональное обучение				Итого	Всего
	Т-ПМ	Т-ИМ		Т-ПРОЭ	Т-ПРОА	Т-ПРОЭ	Т-ПРОА		
Параметры	121	121		121	121	131	131		

Актуальность предлагаемого на занятиях	0,88	0,88	0,87	0,83	0,76	0,73	0,76	0,78	0,84
Ясность изложенного материала	0,82	0,81	0,80	0,78	0,72	0,69	0,67	0,71	0,75
Взаимосвязь лекций и практик	0,84	0,78	0,80	0,79	0,76	0,78	0,76	0,77	0,79
Содействие студентам в преодолении трудностей в процессе освоения курса	0,84	0,78	0,82	0,81	0,65	0,77	0,74	0,70	0,76
Способность заинтересовать	0,87	0,82	0,85	0,82	0,64	0,69	0,71	0,71	0,78
Развитие у студентов творческого мышления, самостоятельности, инициативности	0,85	0,84	0,83	0,82	0,77	0,60	0,73	0,75	0,79
Грамотная речь	0,88	0,91	0,88	0,83	0,70	0,75	0,76	0,76	0,83
Итого	0,84	0,83	0,83	0,81	0,72	0,71	0,74	0,75	0,82

Наиболее слабой стороной оказалось развитие у студентов творческого мышления, самостоятельности, инициативности (0,6). По мнению студентов наибольшую важность (Приложение Б) получил параметр «Актуальность предлагаемого на занятиях» (0,84).

Уровень стиля поведения преподавателей ФТиППО составил 0,81, что позволяет позиционировать его как «высокий уровень» (таблица 4).

Таблица 4 – Уровень стиля поведения преподавателей основных образовательных программ ФТиППО

Группы	Менеджмент		Итого	Профессиональное обучение				Итого	Всего
	Т-ПМ 121	Т-ИМ 121		Т-ПРО Э121	Т-ПРОА 121	Т-ПРОЭ 131	Т-ПРОА 131		
Требовательность	0,88	0,78	0,84	0,87	0,82	0,81	0,79	0,82	0,83
Доброжелательность	0,80	0,83	0,80	0,79	0,8	0,74	0,85	0,8	0,8
Вежливость	0,77	0,86	0,80	0,76	0,77	0,75	0,82	0,78	0,79
Объективность оценок	0,80	0,86	0,81	0,79	0,85	0,74	0,8	0,78	0,8
Дисциплинированность	0,83	0,89	0,85	0,82	0,84	0,75	0,81	0,81	0,83
Итого	0,81	0,84	0,81	0,80	0,81	0,76	0,81	0,78	0,81

Наиболее высокий уровень оценки (от 0,80 до 0,84) был получен по направлению подготовки: Менеджмент четвертого курса соответственно 0,84; и направление подготовки: Профессиональное обучение четвертого курса 0,80, а низкий уровень оценки стиля поведения преподавателей среди студентов третьего курса направления подготовки :Профессиональное обучение (Экономика и управление) 0,76 (Приложение В).

Уровень материальной базы составил 0,81, что позволяет позиционировать его как «высокий уровень». Диапазон изменения уровня по институту от 0,76 до 0,84 (таблица 5).

Таблица 5 – Уровень развития материальной базы

Группы	Менеджмент		Итого	Профессионального обучения				Итого	Всего
	Т-ПМ 121	Т-ИМ 121		Т-ПРОЭ 121	Т-ПРОА 121	Т-ПРОЭ 131	Т-ПРОА 131		
Учебный план	0,88	0,86	0,87	0,87	0,8	0,83	0,81	0,83	0,85
Удобство расписания занятий	0,87	0,76	0,82	0,82	0,68	0,79	0,81	0,78	0,81
Компью-	0,78	0,75	0,77	0,70	0,64	0,76	0,79	0,72	0,75

терное обеспечение учебного процесса									
Доступность необходимой информации	0,87	0,80	0,84	0,84	0,85	0,79	0,82	0,83	0,83
Учебные помещения	0,82	0,77	0,80	0,81	0,87	0,82	0,79	0,82	0,81
Наличие помещений для самостоятельной работы	0,68	0,69	0,69	0,67	0,69	0,66	0,68	0,68	0,69
Доступность Интернет-ресурсов	0,8	0,76	0,78	0,79	0,69	0,79	0,74	0,75	0,76
Итого:	0,81	0,79	0,8	0,79	0,75	0,78	0,78	0,79	0,79

Студенты отметили, что в вузе недостаточно наличия помещений для самостоятельной работы. А наиболее важным из параметров оказался «Учебный план», который составил 0,85 (Приложение Г).

Уровень социальной сферы составил 0,64, что позволяет позиционировать его как «низкий уровень» (таблица 6).

Таблица 6 – Уровень социальной сферы

Группа	Менеджмент		Итого	Профессиональное обучение				Итого	Всего
	Т-ПМ 121	Т-ИМ 121		Т-ПРО Э121	Т-ПРО А121	Т-ПРО Э131	Т-ПРО А13 1		
Параметры									
Качество спортивного инвентаря, спортзал	0,77	0,73	0,75	0,72	0,7	0,71	0,72	0,72	0,74



Наличие помещений для организации досуга(комнаты отдыха, акт. зал)	0,77	0,67	0,72	0,67	0,62	0,69	0,64	0,66	0,69
Организация питания в университете	0,50	0,45	0,48	0,48	0,43	0,4	0,45	0,42	0,45
Уровень предоставляемых социальных льгот(проездные билеты, льготы)	0,85	0,84	0,85	0,89	0,87	0,8	0,81	0,84	0,85
Организация учебных и преддипломных практик	0,38	0,35	0,37	0,87	0,83	0,85	0,81	0,84	0,61
Содействие вуза в трудоустройстве выпускников	0,35	0,32	0,34	0,48	0,51	0,61	0,58	0,55	0,45
Обеспеченность местами в общежитии	0,88	0,81	0,85	0,84	0,83	0,87	0,85	0,85	0,85
Качество, ассортимент, доступность питания	0,6	0,57	0,59	0,57	0,59	0,49	0,5	0,54	0,55
Обслуживание в библиотеке	0,63	0,60	0,62	0,58	0,55	0,6	0,57	0,58	0,6
Итого	0,64	0,60	0,62	0,68	0,65	0,68	0,66	0,64	0,64

Наиболее высокий уровень оценки от 0,65 до 0,68 был получен четвертым и третьим курсом направления подготовки: Профессиональное обучение (Экономика и управление, Транспорт) (Приложение Д).

По мнению студентов наиболее «больными» точками являются: организация питания в вузе (0,45); содействие вуза в трудоустройстве выпускников(0,45),а также качество, ассортимент, доступность питания(0,55).

Наиболее важными были отмечены параметры «Уровень предоставляемых социальных льгот» (0,85) и параметр «Обеспеченность местами в общежитиях» (0,85).

Для оценки качества образовательных услуг по исследуемым параметрам воспользуемся формулой (1.3):

$$U_{коу} = \sqrt[4]{U_{пм} \times U_{сп} \times U_{мб} \times U_{сф}}, \quad (3.3)$$

где - $U_{коу}$ - качество образовательных услуг;  $U_{пм}$ - уровень педагогического мастерства;  $U_{сп}$ -уровень социальной сферы;  $U_{мб}$ -уровень развития материальной базы;  $U_{сф}$ -уровень развития социальной сферы.

Получим:

$$U_{коу} = \sqrt[4]{0,82 \times 0,81 \times 0,79 \times 0,64} = 0,76$$

По мнению студентов ФТиППО АГГПУ им. В.М. Шукшина уровень качества образовательных услуг составляет 0,76, что соответствует критерию «средний».

Исходя из таблица 7 можно отметить, что мнения студентов, в общем, распределились одинаково. Несмотря на средние и низкие оценки по некоторым параметрам в целом программа, факультет и специальность их устраивает.

Таблица 7 – Результаты оценки качества образовательных услуг анализируемых направлений подготовки

Анализируемый параметр	Количественная оценка параметра	Качественная оценка параметра
------------------------	---------------------------------	-------------------------------

1.Уровень педагогического мастерства (Упм)	0,82	Высокий уровень(ВУ) (0,80-1,00)
2.Уровень стиля поведения(Усп)	0,81	ВУ
3.Уровень материальной базы (Умб)	0,79	Средний уровень(СУ) (0,70-0,79)
4.Уровень социальной сферы (Усф)	0,64	Низкий уровень(НУ) (0,60-0,69)
5.Уровень качества образовательных услуг (Укоу)	0,76	СУ

Наиболее высокий уровень получил блок «Педагогическое мастерство» (0,82), а относительно проблемным стал блок «Социальная сфера»(0,64).

По результатам анкетирования направлений «Менеджмента» и направления подготовки: Профессиональное обучение (Экономика и управление, Транспорт) можно сделать вывод, что при поступлении снова они бы не изменили свои предпочтения и поступали бы на свой факультет и на свою специальность.

### **3.5 Сравнительный анализ результатов опроса студентов по направлениям подготовки: Менеджмент и Профессиональное обучение**

Проведем сравнительный анализ результатов оценки.

Студенты направления «Менеджмент» выше оценили уровень педагогического мастерства преподавателей (0,83), чем студенты направления «Профессиональное обучение» (0,75). Возможно, это объясняется общей тенденцией, что студенты, которые лучше успевают, чаще всего выше оценивают уровень преподавания.

Но инфраструктуру студенты «Менеджмента» оценили ниже относительно студентов «Профессионального обучения». Предположительно завышенные требования обуславливаются тем, что мнения формируют в основном студенты-контрактники (таблица 8).

Таблица 8– Результаты оценки качества образовательных услуг по направлениям «Менеджмент» и направление подготовки: Профессиональное обучение

№	Параметры	Направление подготовки: Профессиональное обуче-	Все-го	Направление подго-товки «Менеджмент»	Все-го
---	-----------	---	--------	--------------------------------------	--------

		ния					
		Экономика и управление	Транспорт		Информационный менеджмент	Производственный менеджмент	
1	Уровень педагогического мастерства преподавателя	0,76	0,73	0,75	0,83	0,84	0,83
2	Уровень стиля поведения преподавателя	0,78	0,81	0,79	0,84	0,81	0,81
3	Уровень развития материальной базы	0,79	0,77	0,78	0,79	0,81	0,8
4	Уровень социальной сферы	0,68	0,66	0,68	0,6	0,64	0,62
5	Уровень качества образовательных услуг	0,75	0,74	0,75	0,78	0,77	0,76

По результатам анкетирования направлений менеджмента и профессионального обучения можно сделать вывод, что при поступлении снова они бы не изменили свои предпочтения и поступали бы на свой факультет и на свою специальность. Исходя из таблицы 9, можно отметить, что мнения студентов, в общем, распределились одинаково.

Таблица 9 – Результаты оценки лояльности студентов

№	Вопросы	Варианты ответов	Профессиональное обучение %	Менеджмент %
1	Почему вы поступили в АГППУ им. В.М. Шукшина?	1) совет родителей или близких 2) нет возможностей в другом городе 3) собственное желание	1) 19,34 2) 10,43 3) 70,23	1) 24,46 2) 35,11 3) 40,43
2	Если бы вы поступали снова, выбрали бы АГППУ им. В.М. Шукшина?	1) да 2) нет	1) 78,02 2) 21,98	1) 66,81 2) 33,19
3	Если бы вы поступали снова, выбрали бы этот же факультет?	1) да 2) нет	1) 91,48 2) 8,52	1) 67,45 2) 32,55
4	Если бы вы поступали снова, выбрали бы ту же специальность?	1) да 2) нет	1) 95,28 2) 4,72	1) 70,20 2) 29,80
5	Обобщающий уровень лояльности	-	0,88	0,68

Рекомендации по повышению качества образовательных услуг:

- 1) уделить внимание ведению дискуссий между преподавателем и студентами во время лекций, что поможет повысить интерес к дисциплинам;
- 2) оборудовать учебные места для самостоятельной работы студентов;
- 3) организовать доступность качественного питания студентов;
- 4) обеспечить точку доступа Wi-Fi;
- 5) способствовать трудоустройству выпускников по специальности.

**Вывод по 3 главе:** Представлена краткая характеристика исследуемого высшего учебного заведения, а также проведена корректировка опросной анкеты, в которой сформулированы и добавлены блоки для более подробного и точного анализа и оценки качества образовательных услуг, проведен опрос студентов-респондентов на основе модернизированной анкеты. Исходя из результатов уровень качества образовательных услуг составил 0,76.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время сложилось ясное понимание того, что макроэкономический рост и благосостояние страны зависят от уровня развития базовых отраслей общественного производства, среди которых исключительно важную роль играет образование. В любом государстве образование является системообразующим фактором, а качественное образование – основой социального развития и устойчивого экономического роста.

В процессе выполнения дипломной работы подтверждена высокая актуальность.

Целью дипломной работы было проведение сравнительного анализа качества образовательных услуг по основным образовательным программам (ООП) по направлениям подготовки: Профессиональное обучение и Менеджмент.

В ходе поставленной цели были решены следующие задачи:

1. Проанализирована научная и методологическая литература по оценке качества образовательных услуг;
2. Рассмотрены теоретические основы качества образовательных услуг, а также основы маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг;
3. Выявлены параметры качества образовательных услуг вуза;
4. Проведена модернизация опросной анкеты, заключающаяся в расширении некоторых целевых блоков (добавлены блоки «Стиль поведения» и «Лояльность студентов») и в корректировке данной опросной анкеты;
5. Проведён анализ качества образовательных услуг ООП ФТиППО:
  - а) в процессе анализа параметра «Педагогическое мастерство» в разрезе ООП было выявлено, что уровень составил 0,83, позволивший позиционировать его как «высокий». Наиболее успешными параметрами, по мнению студентов, выступают актуальность предлагаемого на занятиях и грамотная речь;

б) уровень стиля поведения преподавателей составил 0,81, что соответствует градации «высокий». Наиболее высокие оценки получили параметры: требовательность и дисциплинированность преподавателя;

с) уровень материальной базы составил 0,8, что соответствует градации «высокий уровень». Самые высокие оценки получили следующие параметры: учебный план, удобство расписания занятий, доступность информации, учебные помещения;

д) блок «Социальная сфера» отнесен к градации «низкий уровень» и составляет 0,62;

е) показатель лояльности соответствует уровню «средний» и составляет 0,78.

6. Сравнительный анализ качества образовательных услуг показал, что по результатам опроса респондентов показатель уровня качества образовательных составляет 0,76 и характеризуется как «средний».

7. Предложены рекомендации для повышения качества образовательных услуг АГГПУ им. В.М. Шукшина.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Айтыкова, И.Р.** Конкурентоспособность качества подготовки специалистов в малых городах России (на примере филиала ОмГПУ в Таре)[Текст]/ И.Р. Айтыкова, Т.А. Новгородцева/ Молодежь и рынок труда: конкурентоспособность в современных социально-экономических условиях: материалы Международной научно-практической конференции. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. – 94-97 с.
2. **Борисова, Е.** Качество образования и место высшей школы в обществе[Текст]/ Е. Борисова / Вестник высшей школы. – 2012. – №11. – 9-14 с.
3. Два в одном: как совместить разные аспекты модели выпускника? [Текст]//Аккредитация в образовании. – 2014. – №5.
4. **Джапарова, Р.** Маркетинг услуг профессионального образования[Текст]/ Р. Джапарова / Маркетинг. – 2011. – №4. – 55 с.
5. **Добрыднев, С.И.** К вопросу определения продукта ВУЗа[Текст] // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 4. – 26-31 с.
6. **Зайчикова, С.А.** Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования: монография[Текст] / С.А. Зайчикова, И.Н. Маяцкая. – М.: Изд-во РГСУ, 2012. – 12 с.
7. **Ильенкова, С.Д.** Показатели качества образования[Текст] / С.Д. Ильенкова / Менеджмент и маркетинг. –2011. – 45 с.
8. Измерение в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный, / <http://cfin.ru>.
9. **Контарева, Н.А.** Совершенствование организационно-экономического механизма подготовки кадров высшей квалификации вузов России[Текст] / Н.А. Контарева: автореф. дис. к.э.н. – Москва, 2014. – 28 с.
10. **Кортов, С.В.** Управление качеством профессиональной переподготовки на региональном уровне с использованием процедур сертификации компетентности [Текст]/ С.В. Кортов, Г.В. Турчанинова. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2011. – 204 с.



11. **Липкина, Е.Д.** Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг: монография[Текст] / Е.Д. Липкина. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2012. – 10 с.

12. **Мамонтов, С.** Изучение конкуренции на Карагандинском региональном рынке образовательных услуг вузов[Текст]/ С. Мамонтов // Маркетинг. – 2012. – №1. – 61-72 с.

13. **Никитин, Н.Ш.** Качество высшего образования. Риски при подготовке специалистов[Текст] / Н.Ш. Никитин, П.Е. Щеглов// Университетское управление: практика и анализ. – 2013. – № 1.

14. **Новаторов, Э.В.** КАЧОБРУС: маркетинговый инструмент для измерения качества образовательных услуг[Текст]/ Э.В. Новаторов// Маркетинг. – 2011. – №6. – 54 – 67 с.

15. **Нуферов, Р.К.** Качество образования[Текст]/Р.К. Нуферов//Высшая школа образования. –2012.–№ 4.–132 с.

16. Официальный сайт ФГБОУ ВО «Алтайского государственного гуманитарно-педагогического университета им. В.М. Шукшина»[Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный, / <http://www2.bigpi.biysk.ru/wwwsite/news.php>

17. **Панкрухин, А.П.** Маркетинг образовательных услуг в высшем образовании[Текст]: Учебное пособие. – М.: «Интерпракс», 2015. – 486 с.

18. **Панкрухин, В.П.** Образовательные услуги: точка зрения маркетолога[Текст]/ В.П. Панкрухин // Вестник высшей школы. – 2011. – март. – 360 с.

19. Постановление Правительства РФ от 23 декабря 2014 № 803 «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016-2020 годы».

20. **Романова, И.Б.** Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения[Текст]/ И.Б. Романова. – Ульяновск: Средневолжский научный центр, 2011. – 28 с.

21. **Сагинова, О.В.** Маркетинг образовательных услуг [Текст]/ О.В. Сагинова// Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №5. – 48-59 с.

22. **Сагинов, К.А.** Маркетинг образовательных услуг региона [Текст]/Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – 125-131 с.

23. **Терещенко, Н.Н.** Исследование рынка образовательных услуг высшей школы: монография [Текст]/ Н.Н. Терещенко. – Красноярск: Краснояр. гос. ун-т, 2011. – 21 с.

24. Федеральный закон от 21 декабря 2012 года № 125-ФЗ (ред. от 1.02.2011) «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (принят ГД ФС РФ 19.07.1999) (с изм. и доп. От 4.06.2014).

25. **Хайрец, А.А.** Интеллиджен-маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности вуза[Текст] / А.А. Хайрец: автореф. дис. к.э.н. – Волгоград, 2012. – 27 с.

26. **Черникова, Т.В.** Управление развитием образовательного учреждения[Текст]/Т.И. Черникова.–Учебное методическое пособие.–М.: Сфера, 2011.–№4

27. **Чельшков, М.Б.** Управление качеством образования[Текст]/ М.Б. Чельшкова.–Учебное пособие.–Ростов н-Д: Логос,2013.–151 с.

28. **Шамова, Т.И.** Управление образовательными системами[Текст]/ Т.И. Шамова.–Учебное пособие для студентов вузов.–М.: Академия, 2012.–165 с.

29. **Шевченко, Д.А.** Ситуация на рынке маркетинговых исследований образовательных услуг [Текст] /Организация и проведение маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг: Тезисы докладов семинара (3 октября 2002 г., г. Москва). — М.: Издательство МЭСИ, 2012. – 110 — 119 с.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А – Анкета студента АГГПУ им. В.М. Шукшина

### Анкета студента АГГПУ им. В.М. Шукшина.

С целью мониторинга оценки качества образовательных услуг просим максимально откровенно ответить на следующие вопросы:

#### 1. Параметрические характеристики респондента

Специальность: \_\_\_\_\_

Пол:

-мужской

-женский

Курс:

-1

-2

-3

-4

Успеваемость:

-в основном на 3

-между 3 и 4

-в основном на 4

-между 4 и 5

-в основном на 5

1. Общие впечатления от обучения по сравнению с ожидаемым (укажите выбранный ответ):

- Впечатления превзошли ожидания;
- В целом соответствует ожидаемому;
- Значительно ниже ожидаемого;

2. С какими трудностями столкнулись при обучении(укажите выбранный ответ)?

- Слишком интенсивная нагрузка;
- Трудности самоорганизации;
- Большой объем учебного материала.

3. Какая сторона в вузе кажется Вам наиболее значимой?(укажите выбранный ответ)

- Профессиональная теоретическая подготовка;
- Практическая направленность обучения;
- Возможность построения профессиональной карьеры;
- Знакомство со специалистами в будущей профессии.

2. Оценка педагогического мастерства преподавателя (оцените по 5-балльной шкале анализируемый параметр).

(Возможно использование дробной оценки, (например 4.75; 3.5))

№	Параметры	Баллы
1	Актуальность предлагаемого на занятиях	
2	Ясность изложенного материала	
3	Взаимосвязь лекций и практик	
4	Содействие студентам в преодолении трудностей в процессе освоения курса	
5	Способность заинтересовать своей дисциплиной	
6	Развитие у студентов творческого мышления, самостоятельности	
7	Грамотная речь	

3. Стиль поведения(оцените по 5-балльной шкале).

(Возможно использование дробной оценки, (например 4.75; 3.5))

№	Параметры	Баллы
1	Требовательность	
2	Доброжелательность	
3	Вежливость	
4	Объективность оценок	
5	Дисциплинированность	

4. Оценка материальной базы вуза (оцените по 5-балльной шкале анализируемый параметр).

(Возможно использование дробной оценки, (например 4.75; 3.5))

№	Параметры	Баллы
1	Учебный план	
2	Удобство расписаний занятий	
3	Компьютерное обеспечение учебного процесса	
4	Доступность необходимой информации	
5	Учебные помещения	
6	Организация помещений для самостоятельной работы	
7	Доступность Интернет-ресурсов	

5. Оценка социальной сферы (оцените по 5-балльной шкале анализируемый параметр).

(Возможно использование дробной оценки, (например 4.75; 3.5))

№	Параметры	Баллы
1	Обеспеченность местами в общежитии	
2	Качество спортивного инвентаря, спортзала	
3	Наличие помещений для организации досуга (актовый зал, комната отдыха)	
4	Уровень предоставления социальных льгот(абонемент, про-	

	ездной билет)	
5	Организация учебной и производственной практики	
6	Качество, ассортимент, доступность питания	
7	Уровень, качество и доступность вузовских медицинских услуг	
8	Содействие вуза в трудоустройстве выпускников	
9	Качество, ассортимент, доступность питания	
10	Обслуживание в библиотеке	

6. Оценка лояльности студентов (подчеркните выбранный ответ)

№	Параметры	Оценка параметра
1	Почему вы поступили в АГГПУ?	1. Совет родителей или близких 2. Нет возможностей в другом городе 3. Собственное желание
2	Если бы вы поступали снова, выбрали бы АГГПУ?	1) да 2) нет
3	Если бы вы поступали снова, выбрали бы этот же факультет?	1) да 2) нет
4	Если бы вы поступали снова, выбрали бы ту же специальность?	1) да 2) нет

***Благодарим за активное участие в опросе!***

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Результаты количественной оценки педагогического мастерства преподавателя

Таблица Б.1 – Результаты количественной оценки педагогического мастерства преподавателя студентам

Группы	Т-ПМ 121	Т-ИМ 121	Т-ПРОЭ 121	Т-ПРОА 121	Т-ПРОА 121	Т-ПРОА 121	Всего
Параметры							
Актуальность изложенного на занятиях материала	17,6	17,6	37,4	11,4	21,9	3,8	109,7
Ясность изложенного материала	16,4	16,2	35,1	11,3	20,7	3,3	103
Взаимосвязь лекций и практик	16,8	15,6	35,6	11,4	23,4	4	106,8
Содействие студентам в преодолении трудностей в процессе освоения курса	16,8	15,6	36,5	9,8	23,1	3,7	105,5
Способность заинтересовать своей дисциплиной	17,4	16,4	16,4	9,6	20,7	3,7	84,2
Развитие у студентов творческого мышления, самостоятельности, инициативности	17	16,8	16,4	11,6	18	3,9	83,7
Грамотная речь	17,6	18,2	37,4	10,5	22,5	3,8	110
Итого	119,6	116,4	214,8	75,6	150,3	26,2	702,9

## Приложение В – Результаты количественной оценки стиля поведения преподавателя

Таблица В.2 – Результаты количественной оценки стиля поведения преподавателя

Группы							
Параметры	Т-ПМ121	Т-ИМ121	Т-ПРОЭ121	Т-ПРОА121	Т-ПРОА121	Т-ПРОА121	Всего
Требовательность	17,6	11,7	39,2	12,3	24,3	3,9	109
Доброжелательность	16	12,8	35,6	12	22,2	4,3	102,6
Вежливость	15,4	12,9	34,2	11,6	22,5	4,1	100,7
Объективность оценок	16	12,9	35,6	12,8	22,2	4	103,5
Дисциплинированность	16,6	13,4	36,9	12,6	22,5	4	106
Итого:	81,6	63,7	181,5	51,3	113,7	20,3	511,5

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г – Результаты количественной оценки развития материальной базы

Таблица Г.3 – Результаты количественной оценки развития материальной базы

Группы	Т-ПМ121	Т-ИМ121	Т-ПРОЭ121	Т-ПРОА121	Т-ПРОА121	Т-ПРОА121	Всего
Параметры							
Учебный план	17,6	12,9	39,2	12	24,9	4,1	110,7
Удобство расписания занятий	17,4	11,4	36,9	10,2	23,7	4,1	103,7
Компьютерное обеспечение учебного процесса	15,6	11,3	31,5	9,6	22,8	4	94,8
Доступность необходимой информации	17,4	12	37,8	12,8	23,7	4,1	107,8
Учебные помещения	16,4	11,6	36,6	13,1	24,6	4	98,2
Организация помещений для самостоятельной работы(методические кабинеты, читальные залы)	13,6	10,4	30,2	10,4	19,8	3,4	87,6
Доступность Интернет-ресурсов	16	11,4	35,6	10,4	23,7	3,7	100,4
Итого:	114	81	247,8	78,5	139,5	27,4	688,2



## ПРИЛОЖЕНИЕ Д – Результаты количественной оценки социальной сферы

Таблица Д.4 – Результаты количественной оценки социальной сферы

Группы	Т-ПМ121	Т-ИМ121	Т-ПРОЭ121	Т-ПРОА121	Т-ПРОА121	Т-ПРОА121	Всего
Параметры							
Качество спортивного инвентаря, спортзал	15,4	11	32,4	10,5	21	3,6	93,9
Наличие помещений для организации досуга(комнаты отдыха, актовый зал)	15,4	10,1	30,2	10,4	20,7	3,2	90
Организация питания в университете	10	6,8	21,6	6,5	12	2,3	59,2
Уровень предоставляемых социальных услуг(абонемент, проездные билеты)	17	16,8	40,1	13,1	24	4,1	115,1
Организация учебной и преддипломной практики	7,6	5,3	39,2	12,5	25,5	4,1	94,2
Содействие вуза в трудоустройстве выпускников	7	14,8	21,6	7,7	18,3	2,9	72,3
Обеспеченность местами в общежитии	17,6	12,2	37,8	12,5	26,1	4,3	110,5
Качество, ассортимент и доступность питания	12	8,6	25,7	8,9	14,7	2,5	72,4
Обслуживание в библиотеке	12,6	9	26,1	8,3	18	2,9	76,9
Итого	107	84,6	274,4	90,4	180,3	29,9	766,6