

## ВОПРОСЫ УЛУЧШЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ОБОСОБЛЕННЫХ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ВУЗА С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

А.В. Аристов, Н.В. Худинова  
Томский политехнический университет

Создание в высших учебных заведениях и их обособленных структурных подразделениях (ОСП) системы гарантий качества подготовки и переподготовки специалистов позволяет в современных условиях сохранять доминирующее положение на рынке образовательных услуг как внутри страны, так и за ее пределами.

Одним из стратегически наиболее значимым компонентом конкурентной политики в сфере образования выступает взаимоотношение ОСП с потребителями. С одной стороны это взаимоотношения с самими студентами, получающие образование в вузе, а с другой - работодателями, оценивающими уровень образованности личности и ее конкурентоспособность в условиях рынка.

Очевидно, что при выборе места обучения, особенно в таких регионах, где функционируют множество конкурирующих между собой представительств и филиалов различных вузов, потенциальные студенты ориентируются, прежде всего, на качество обучения, престижность специальности и ее востребованности на рынке труда, сроки и цену образовательных услуг. Поэтому, для расширения своей деятельности и укрепления политических позиций в регионах вузу необходимо обеспечивать потребителей через свои представительства и филиалы полной информацией о вузе и его традициях, научных школах и кадровом составе, цене образовательных услуг и ее составляющих. Связь эта должна быть регулярной и носить творческий и инновационный характер взаимоотношений.

С целью улучшения взаимоотношений с потребителем филиалы и представительства вуза должны проводить организационную работу по сбору информации приемной комиссией и методистами отделов. Это и отслеживание текущей успеваемости, и анализ динамики потребностей студентов в процессе обучения, сбор информации о выпускниках, занимающих руководящие посты и достигших успехов в своей карьере. Причем речь идет не об одноразовой акции, а о постоянной системе связи с участниками отношений.

Внедрение в систему взаимоотношений принципов и технологий оценки качества подготовки специалистов, таких как: оформление в конце каждого семестра акта сдачи-приемки работ по договору (контракту) между студентом (представителем или предприятием) и администрацией университета, где подтверждается выполнение университетом взятых на себя обязательств по предоставлению образовательных услуг в полном объеме; анкетирование студентов на предмет удовлетворенности их работой вуза; организация оперативного обмена информацией с филиалами и представительствами посредством диспетчерских служб; проведения on-line консультаций со студентами с помощью программного продукта «Электронный институт»; сайты преподавателей и т.д., определяют решения задач в области управления взаимоотношениями с клиентами.

Аналогичные социологические исследования следует проводить и среди потенциальных работодателей. Наряду с оценкой общего уровня подготовки студентов - выпускников оценивается их уровень ориентированности и информированности о круге проблем, вопросов, решаемых предприятием или фирмой. Такой подход позволяет установить интерактивную связь и получать оперативную информацию «из первых рук» об изменениях спроса на дипломированных специалистов.

Другим не менее важным звеном улучшения взаимоотношений является взаимодействие ОСП с потенциальными работодателями по линии развития системы дополнительного образования. При организации повышения квалификации специалистов предприятий, полезным видится создание онлайн-курсов для проведения занятий по повышению квалификации лиц с высшим образованием с выдачей сертификатов.

Внедрение и функционирование системы менеджмента качества образования – одно из главных условий развития ОСП и обеспечение их конкурентоспособности на внутреннем рынке.