

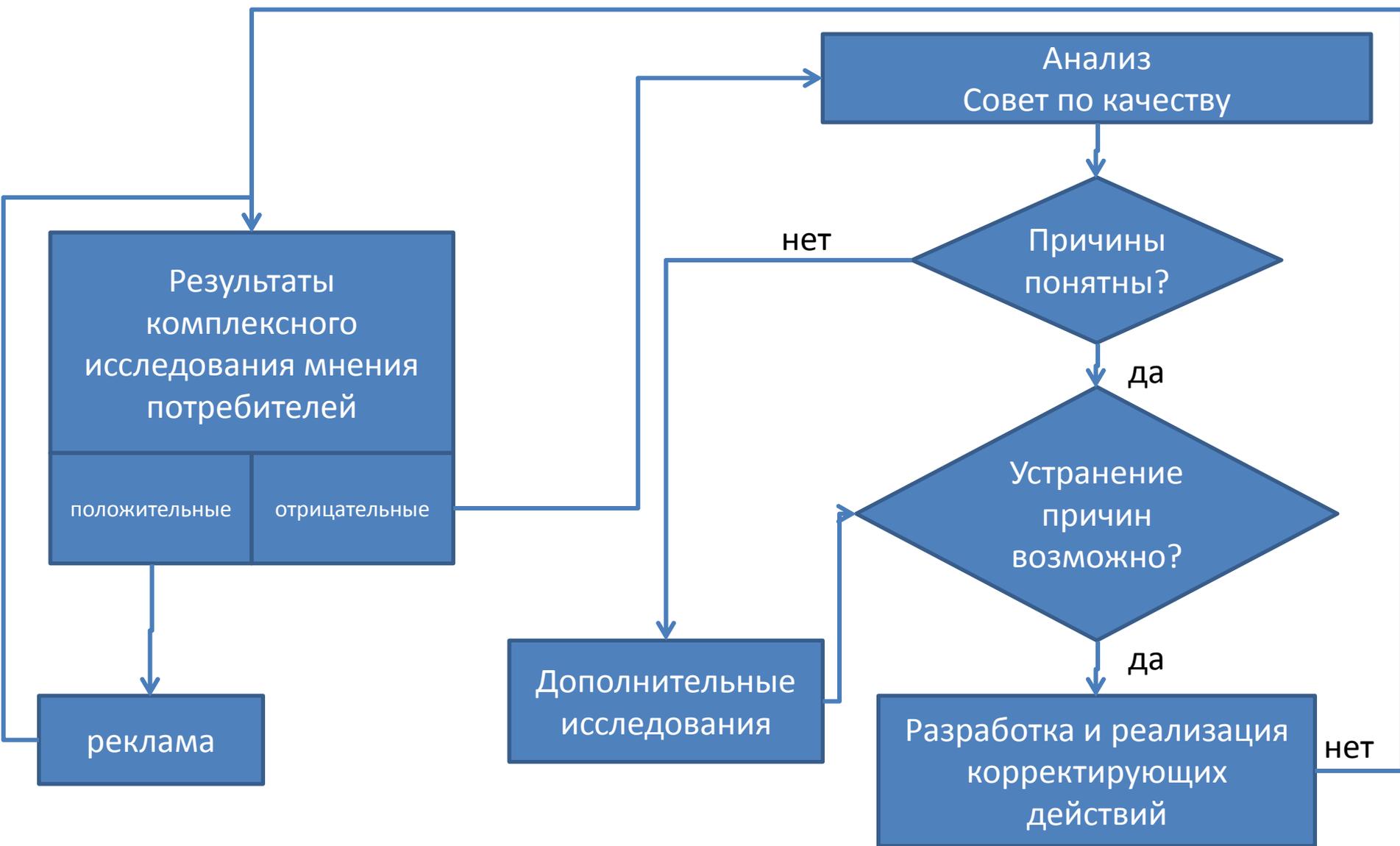
Совершенствование деятельности ФГБОУ ВПО «ТюмГАСУ» на основе результатов исследований мнения потребителей

Докладчик: специалист отдела по качеству образования
ФГБОУ ВПО «ТюмГАСУ» Рожнова Елена Сергеевна

E-mail: og1@tgasu.ru

Тел: 8(3452)461163 (внутр. 1185)

Алгоритм совершенствования деятельности университета на основе результатов исследований мнения потребителей



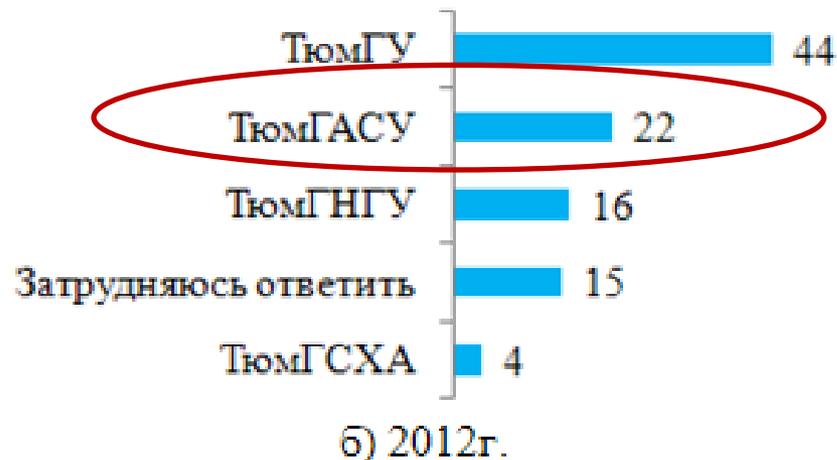
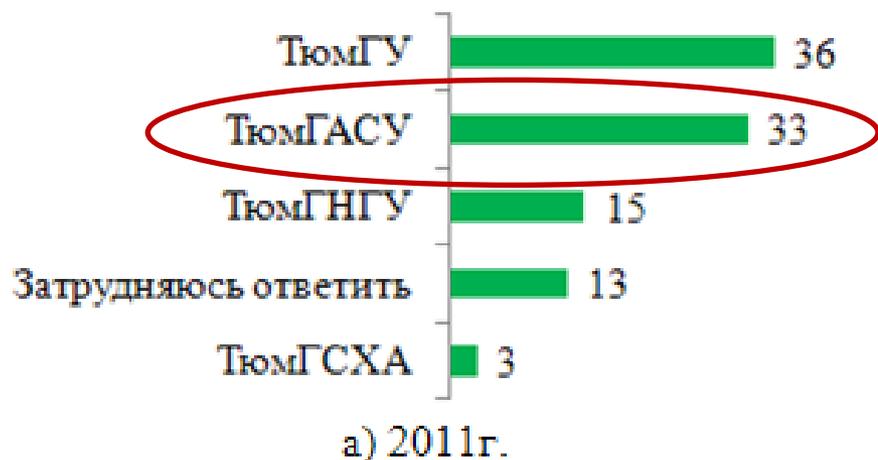
Респонденты ежегодного исследования:

- студенты очной формы обучения;
- сотрудники;
- абитуриенты;
- обучающиеся по программам ДПО.



Результаты исследования мнений абитуриентов и их родителей

Ежегодно опрашивается около 1000 абитуриентов и их родителей около приемных комиссий четырех вузов

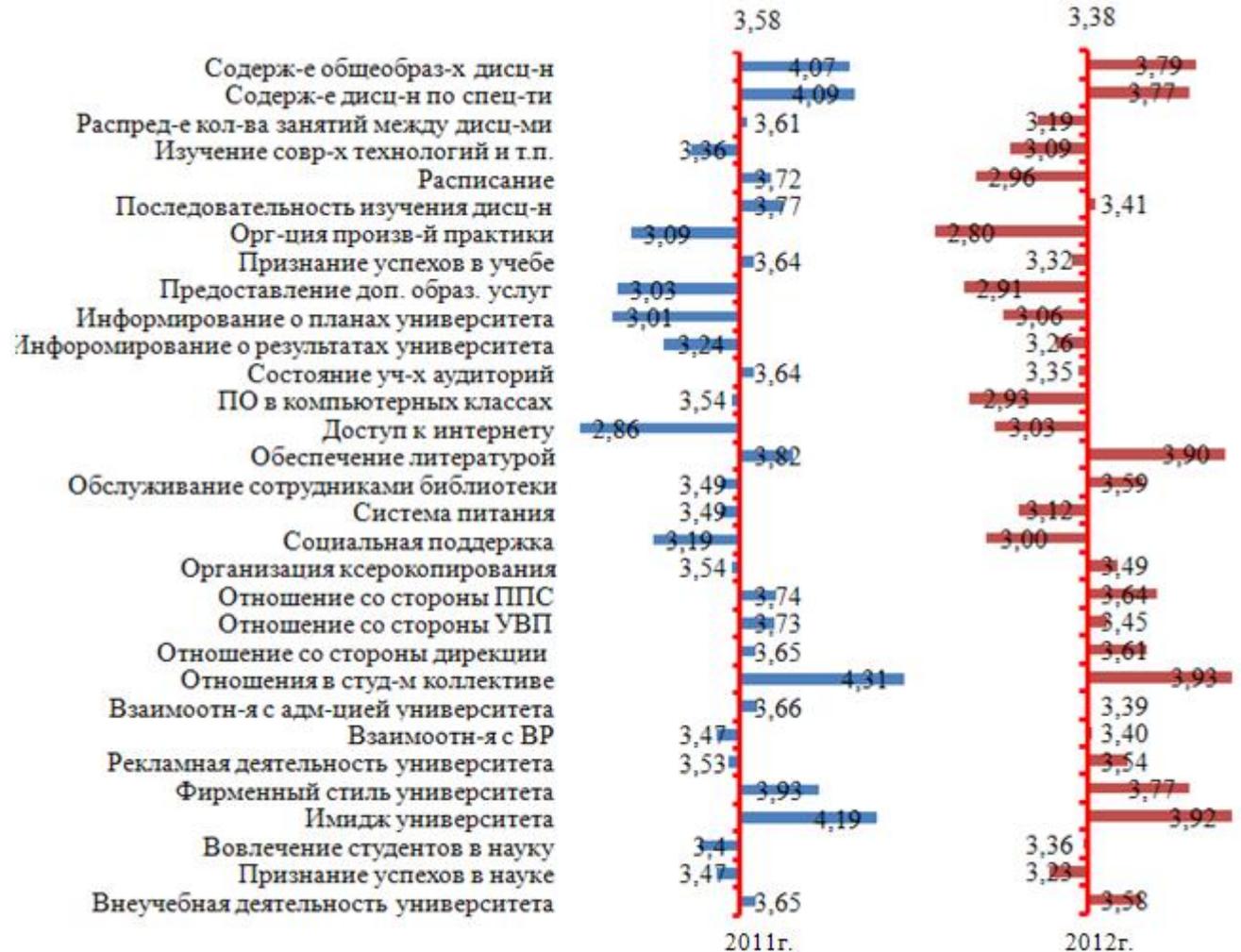


Удельный вес опрошенных респондентов в общем количестве опрошенных, считающих что **уровень образования выбранного вуза выше**, %

Результаты комплексного исследования мнений студентов

Выборка – 5% от общего количества студентов

Состав выборки следующего года идентичен составу выборки предыдущего



Средний уровень удовлетворенности студентов по всем аспектам деятельности университета

Результаты комплексного исследования мнений студентов

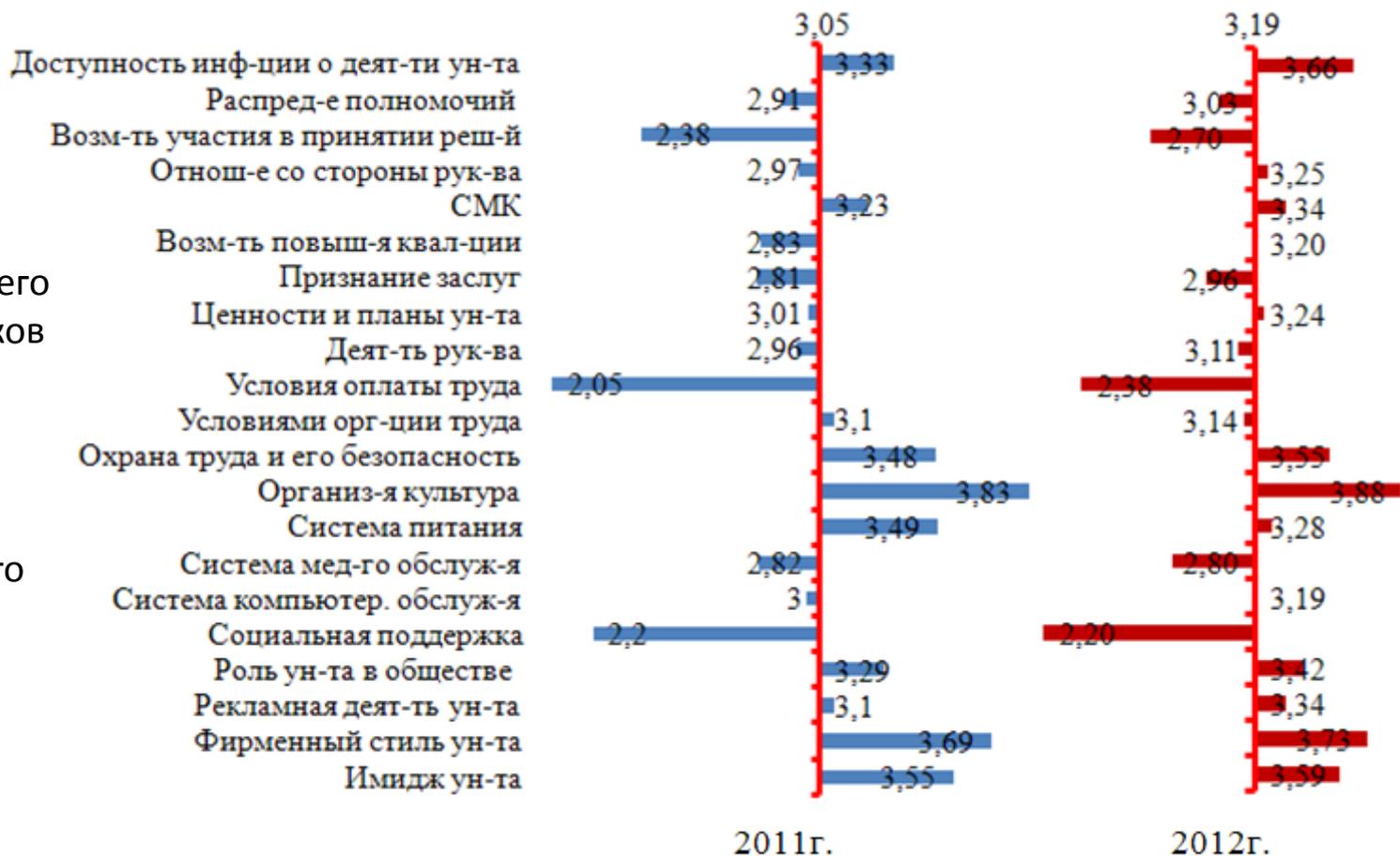
Сильные стороны университета:

- высокое качество образования;
- концентрированность корпусов;
- хороший имидж, репутация;
- высококвалифицированные преподаватели;
- СК «Зодчий»;
- требовательность преподавателей;
- отсутствие бально-рейтинговой системы оценки знаний студентов.

Слабые стороны университета:

- отсутствие лавочек;
- нехватка парковочных мест;
- очереди в буфет;
- система питания;
- производственная среда (температурный режим, проветривание, состояние аудиторий);
- отсутствие точки доступа Wi-Fi (в 2011г.).

Результаты комплексного исследования мнений сотрудников



Выборка – 5% от общего количества сотрудников

Состав выборки следующего года идентичен составу выборки предыдущего

Средний уровень удовлетворенности сотрудников по всем аспектам деятельности университета

Результаты комплексного исследования мнений сотрудников

Сильные стороны университета:

- концентрированность корпусов;
- внешний вид зданий и внутреннее убранство;
- качество образования;
- востребованность выпускников;
- СК «Зодчий», информационно-библиотечный корпус;
- профессорско-преподавательский состав;
- месторасположение;
- специфические специальности.

Слабые стороны университета:

- оплата труда;
- научно-исследовательская деятельность;

Примеры принимаемых решений по результатам исследования мнений потребителей

Аспекты исследования	Принятое решение
<p>Цель - выявление критериев для оценки «Преподаватель глазами студентов» Год – 2011г. Респонденты – студенты очной и заочной формы обучения Объем выборки – 298чел (5%).</p>	<p>Разработана и внедрена Инструкция по оценке «Преподаватель глазами студентов»</p>
<p>Цель - выявление удовлетворенности обучающихся в профильных классах и на подготовительных курсах организацией образовательного процесса Год – 2011г. Респонденты – обучающиеся в профильных классах и на подготовительных курсах Объем выборки – 78 чел (50%)</p>	<p>При составлении расписания учитываются сложность дисциплин (физику проводится первыми парами); Введена система скидок и бонусов при оплате за обучение.</p>

Примеры принимаемых решений по результатам исследования мнений потребителей

Аспекты исследования	Принятое решение
<p>Цель - расширение спектра внеучебных мероприятий для создания социокультурной среды университета в соответствии с требованиями ФГОС ВПО</p> <p>Год – 2011</p> <p>Респонденты – студенты очной формы обучения 1-4 курсов</p> <p>Объем выборки – 500чел (13%).</p>	<p>Проводятся конкурсы «Королева ТюмГАСУ» и «Мистер ТюмГАСУ»</p> <p>Информации о реализуемых внеучебных мероприятиях доводится до сведения студентов и других потребителей в социальной сети «Вконтакте» через существующую группу «ТюмГАСУ»</p>
<p>Цель - выявление наиболее популярных источников получения информации</p>	<p>Введены коррективы в рекламные кампании с точки зрения средств размещения рекламы</p>
<p>Год – 2010, 2011, 2012 г.</p> <p>Респонденты – абитуриенты</p> <p>Объем выборки – 150-300чел (13%).</p> <p>Год 2011</p> <p>Респонденты - посетители ярмарки выпускников</p>	<p>Год – 2011</p> <p>Респонденты:</p> <p>школьники - 121 чел.</p> <p>родители школьников – 94 чел.</p> <p>работодатели – 58 чел.</p>

Примеры принимаемых решений по результатам исследования мнений потребителей

Аспекты исследования	Принятое решение
<p>Цель - выявление причин неудовлетворенности студентов (посетителей абонементов научной библиотеки) обслуживанием сотрудниками библиотеки</p> <p>Год – 2011</p> <p>Респонденты – посетители научной библиотеки и студенты очной формы обучения</p> <p>Объем выборки – 279 чел.</p>	<p>Проведены беседы с сотрудниками отделов библиотеки, обслуживанием которых посетители неудовлетворены</p>
<p>Цель - анализ востребованности специалистов по направлениям подготовки ТюмГАСУ</p> <p>Год – 2011</p> <p>Респонденты – посетители научной библиотеки и студенты очной формы обучения</p> <p>Объем выборки – 279 чел.</p>	<p>Предоставляются места практики для студентов и вакансии для выпускников</p>

Примеры принимаемых решений по результатам исследования мнений потребителей

Аспекты исследования	Принятое решение
<p>Цель - определение причин неудовлетворенности студентов ФГБОУ ВПО «ТюмГАСУ» системой питания</p> <p>Год – 2011</p> <p>Респонденты – посетители точек общественного питания</p> <p>Объем выборки – 105 чел (5% от среднедневного количества посетителей).</p>	<p>На сайте университета создана дополнительная страницы «Система питания»</p> <p>Внесены изменения в график работы точек общественного питания</p> <p>Осуществлена корректировка ассортимента точек общественного питания</p>
<p>Цель - определение требований, пожеланий и мнений работодателей ФГБОУ ВПО ТюмГАСУ</p> <p>Год – 2011</p> <p>Респонденты – работодатели</p> <p>Объем выборки – 140 (71 предприятие крупных и средних (с численностью сотрудников свыше 100 чел.)</p> <p>69 мелких предприятий (с численностью менее 100 чел)</p>	<p>Внесены изменения в рабочие программы дисциплин</p>

Спасибо за внимание!!!

