

2. Единый квалификационный справочник для работников сферы образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://www.regobraz.ru>

3. Государственные требования к минимуму содержания и уровню требований к специалистам для получения дополнительной квалификации «Менеджер образования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://base.consultant.ru>

Н.В. Иванникова, И.В. Припадчева

Курский государственный университет

г. Курск, Россия

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ (АНАЛИЗ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ КУРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)

Оценку конкурентоспособности и престижности Курского государственного университета (КГУ) возможно сделать по следующим показателям.

Технические и технологические свойства. Этот показатель характеризует уровень технико-технологического обеспечения вуза [1, стр. 13]. Можно сказать, что в КГУ этот показатель находится на высоком уровне. Об этом свидетельствует более 30 компьютерных классов, оборудованных если не по последнему слову техники, то на должном уровне для освоения студентами необходимых образовательных программ. Также в университете огромная библиотека, электронный читальный зал. Читальный зал библиотеки тоже оборудован 40 компьютерами с широкоформатными экранами для удобного, а главное – комфортного обучения студентов. Также в распоряжении сотрудников и студентов большой конференц-зал с возможностью прямой онлайн – трансляции на 32-дюймовых плазменных панелях, оборудованная и другой техникой (проекторы, микрофоны и т.д.) Нет нужды и в лабораториях различного направления (химические, физические, метрологические и т.д.)

Нормативные свойства. Этот показатель характеризует соответствие стандартам и нормам, а также степень унификации вуза [1, стр. 13]. По всем стандартам наш вуз защитил свое звание государственного вуза с классическим образованием, в апреле 2012 года получив государственную аккредитацию по всем специальностям и направлениям обучения. Студенты с честью выполнили все тесты, экзаменаторы из других вузов высоко оценили наш университет. Также у КГУ имеется нормативная база, регулирующая качество образования, все аспекты деятельности вуза, миссия и стратегия, имеется свой центр аудита качества образования.

Экономические свойства. Этот показатель характеризует в основном уровень цен [1, стр. 15]. Тут имеется ввиду не только платные образовательные услуги, оказываемые университетом, но и уровень цен в столовой, буфетах, распечатках. Если судить о средней цене за год обучения на коммерческом отделении экономического факультета очной формы обучения специальность менеджмент организации (бакалавриат), то эта цена в 2011–2012 учебном году составляет 45300 рублей. Это в среднем такая же цена, как и у главных конкурентов нашего вуза (ЮЗГУ – 44000 руб.) Цены же в столовой и буфетах значительно ниже, чем у конкурентов. Это же касается и распечаток в университете (1,5 руб. в КГУ и 2 руб. в ЮЗГУ за одну страницу).

Эргономические свойства. Данный показатель характеризует комфортность и удобство нахождения человека в помещениях университета. Этот показатель в КГУ находится на среднем и ниже среднего уровнях. Например, не во всех аудиториях достаточно хорошее освещение. Так же во многих аудиториях требуется ремонт и обновление учебного оборудования (это относится к старым классным доскам, расшатанным партам и стульям). Но возможно, эту проблему решит строительство нового корпуса и связанные с увеличением притока студентов финансовые вливания.

Эстетические свойства. Это показатель дизайна и внешнего оформления. Тут КГУ далеко опередил своих конкурентов. Здание на ул. Радищева – одно из самых старейших и красивейших строений в городе. Наверняка уже на данном

этапе строительства можно сказать, что новое здание по ул. Радищева ни в чем не уступит старому зданию бывшей женской Мариинской гимназии.

Моральные свойства. Имеется ввиду имидж самого вуза и имидж его преподавателей и студентов [2]. Имидж КГУ – это престижность, инновационность, качество. И в то же время, это вуз с классическим образованием. КГУ взаимодействует со своими студентами с 11 класса и до того момента, когда выпустившийся молодой специалист не будет устроен на достойную работу. Об этом свидетельствуют проводимые несколько раз в год ярмарки вакансий, встречи работодателей и студентов, проводимые региональным центром по трудоустройству выпускников «Профессионал» КГУ (335 аудитория). Для абитуриентов существует факультет довузовской подготовки, готовящий ребят к ЕГЭ. В феврале 2012 года на базе лагеря им. В. Терешковой прошла профильная смена для призеров и победителей областных и всероссийских олимпиад. Одаренные ребята со всей области 2 недели проходили подготовку к Всероссийской олимпиаде в Иркутске в КГУ у лучших преподавателей. Им читались продвинутые курсы лекций по их предметам. Но помимо лекций и занятий с ними работал педагогический отряд КГУ – «Магистр», летом проводящий смены для одаренных детей. По всем этим фактам можно судить об имидже преподавателя и студента КГУ.

Социальные свойства. Это традиции и обычаи вуза [3]. Сюда можно отнести ежемесячный «День белого цветка», поддержка ветеранов Великой Отечественной войны. Существующий при храме святых равноапостольных Кирилла и Мефодия КГУ Информационно–просветительский центр, организованный настоятелем храма и верующими студентами и преподавателями университета, организует благотворительные поездки в детские дома области, праздники для детей–сирот. Также информационно–просветительский центр выпускает православную газету для детей и их родителей «Буквица», интересную и добрую, полезную для всех поколений читателей.

Мною с апреля по май 2012 года было опрошено 120 студентов с разных курсов и факультетов. Вопрос, задаваемый респондентам, заключался в следу-

ющем: «На каком уровне находится качество образования в КГУ?». Никто из опрошенных не оценил качество образования в КГУ «отвратительно», 30 человек – «отлично», 70 – «хорошо», и 20 – «ниже среднего». По этим данным можно судить, что качество образования находится все же на недостаточно высоком и желаемом уровне. Несмотря на политику качества и старания администрации и преподавателей, все еще есть куда стремиться и развиваться.

Из результатов исследования видно, что КГУ опережает ЮЗГУ по следующим параметрам: уровень цен (на 0,1 балла), уровень качества образования (на 0,1 балла), состояние зданий, сооружений, аудиторий и помещений вуза (на 2,5 балла), гарантии работы по специальности после выпуска (1 балл). Но отстает от ЮЗГУ по исключительности предлагаемых услуг (на 1,7 балла) и престижности (0,1 балла). Из анализа таблицы ясно, что в общем КГУ все же опережает ЮЗГУ, но уступает по очень важным показателям.

Список литературы

1. Сагинова О. В. Маркетинг высшего образования: основные понятия, новые тенденции и перспективы: [Электронный ресурс] URL: <http://www.marketologi.ru>
2. Aaker D. Shansby J. Positioning your product/ D. Aaker J. Shansby. Business Horizons. [Электронный ресурс] URL: <http://ru.scribd.com>
3. Distinct Matters. Distinct Higher Education Website: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.distinct.ac.uk>
4. Кузьмина Е. Е. Маркетинг образовательных услуг: учебное пособие для магистров.[Текст] - М.: Изд-во Юрайт, 2012. - С.78.
5. 8 steps to establishing your distinctiveness. Briefing Note. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.distinct.ac.uk>