

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

**УТВЕРЖДАЮ**


И.о. ректора \_\_\_\_\_ С.В. Пупков  
« » \_\_\_\_\_ 2014 г.

**Исследование рынка образовательных услуг  
и конкурентоспособности**

СМК- ДП -ОД- 08/01.07  
Версия 4.0.


Рязань, 2014

<i>Проверил</i>	<i>Начальник ЦМКО</i>	<i>Е.М. Аджиева</i>		
<i>Разработали</i>	<i>Ведущий специалист по УМР УМУ</i>	<i>Е.Д. Морина</i>		
	<i>Начальник ЦСИ</i>	<i>В.А. Горнов</i>		
			<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>

	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Исследование рынка образовательных услуг и конкурентоспособности	
СМК-ДП-ОД-08/01.07.	Версия: 4.0.	Стр. 2 из 9

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ .....	3
2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ .....	3
3. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ .....	3
4. ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ .....	4
5. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПОДПРОЦЕССОМ5 .....	6
6. МОНИТОРИНГ, ИЗМЕРЕНИЕ И ОЦЕНКА ПОДПРОЦЕССА.....	7
ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ .....	8
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	9

	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Исследование рынка образовательных услуг и конкурентоспособности	
СМК-ДП-ОД-08/01.07.	Версия: 4.0.	Стр. 3 из 9

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ

Цель настоящей процедуры – документально зафиксировать порядок деятельности по исследованию рынка образовательных услуг и определению конкурентоспособности университета.

Настоящая процедура устанавливает общие требования к данному процессу и порядок выполнения работ. Процедура распространяется на сотрудников, ответственных за выполнение деятельности по процессу.

## 2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

В настоящей документированной процедуре использованы ссылки на следующие документы:

ГОСТ Р ИСО 9001-2008. «Системы менеджмента качества. Требования».

СМК-РК «Руководство по качеству».

Устав РГУ имени С.А. Есенина.

Иные нормативные акты университета

## 3. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

### 3.1. Термины, определения


*Анализ* – умственная деятельность, направленная на получение определенных выводов и заключений на основе имеющегося аналитического материала.

*Конкурентная среда* – лица, учреждения, организации, соперничающие в достижении идентичных целей, в стремлении обладать теми же ресурсами, благами, занимать лидирующее положение на рынке.

*Конкурентоспособность образовательного учреждения* – способность образовательного учреждения обеспечить высокое качество подготовки квалифицированных специалистов, отвечающее требованиям личности и запросам организаций работодателей, в сравнении с другими аналогичными образовательными учреждениями.

*Маркетинговые исследования в образовательном учреждении* – систематическое определение круга данных, их сбор, анализ и подготовка отчетов о результатах, необходимых для оптимизации структуры образовательных программ образовательного учреждения.

*Образовательные услуги* – комплекс целенаправленно создаваемых и предлагаемых возможностей для приобретения знаний и умений с целью удовлетворения образовательных потребностей. По своим целям и содержанию образовательные услуги подразделяются на: 1) профессиональные, ориентированные на потребности рынка труда; 2) социальные, ориентированные на потребности развития организаций и социальных

	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Исследование рынка образовательных услуг и конкурентоспособности	
СМК-ДП-ОД-08/01.07.	Версия: 4.0.	Стр. 4 из 9

общностей; 3) социально-культурные, ориентированные на потребности развития человека.

*Маркетинг образовательных услуг* – 1) вид деятельности образовательного учреждения, направленный на изучение и удовлетворение нужд и потребностей потребителей, призванный ориентировать образовательные программы образовательного учреждения на подготовку специалистов, пользующихся спросом на рынке труда; 2) система управления образовательной, учебно-производственной и сбытовой деятельностью образовательного учреждения, выявляющая потребности в образовательных программах и других образовательных услугах, продукции и видах работы и обеспечивающая их реализацию с целью получения максимальной прибыли. Применительно к Болонскому процессу – это, прежде всего изучение потребностей работодателей с целью модернизации учебных программ и в конечном итоге – успешного трудоустройства выпускников.

*Техническое задание* – исходный документ, определяющий порядок и условия проведения исследования по тому или иному вопросу, содержащий цель, задачи, принципы выполнения, совокупность (список) требований, ожидаемые результаты и сроки выполнения работ.

*Маркетинговый отчет* – это документ, содержащий упорядоченные и проанализированные данные о внешней среде функционирования организации, включая требования к качеству услуг образования, а также обобщенную и проанализированную информацию по реализации политики, соответствующей стратегическим целям организации.

### 3.2. Сокращения

СМК – система менеджмента качества

ТЗ – техническое задание


УРП – управление региональной политики

НПР – научно-педагогические работники

## 4. ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ

Исследование рынка образовательных услуг и конкурентоспособности является подпроцессом процесса «Анализ требований заинтересованных сторон».

Данный подпроцесс обеспечивает исследование рынка образовательных услуг и позволяет создать маркетинговый отчет, который, после рассмотрения

	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Исследование рынка образовательных услуг и конкурентоспособности	
СМК-ДП-ОД-08/01.07.	Версия: 4.0.	Стр. 5 из 9

его заинтересованными лицами, дает основу для выработки корректирующих действий по различным процессам деятельности вуза.

Входы и выхода процесса, необходимые ресурсы и ограничивающие условия, а также взаимосвязь с другими процессами отражены в Книге процессов. Предметом исследования рынка образовательных услуг может служить:

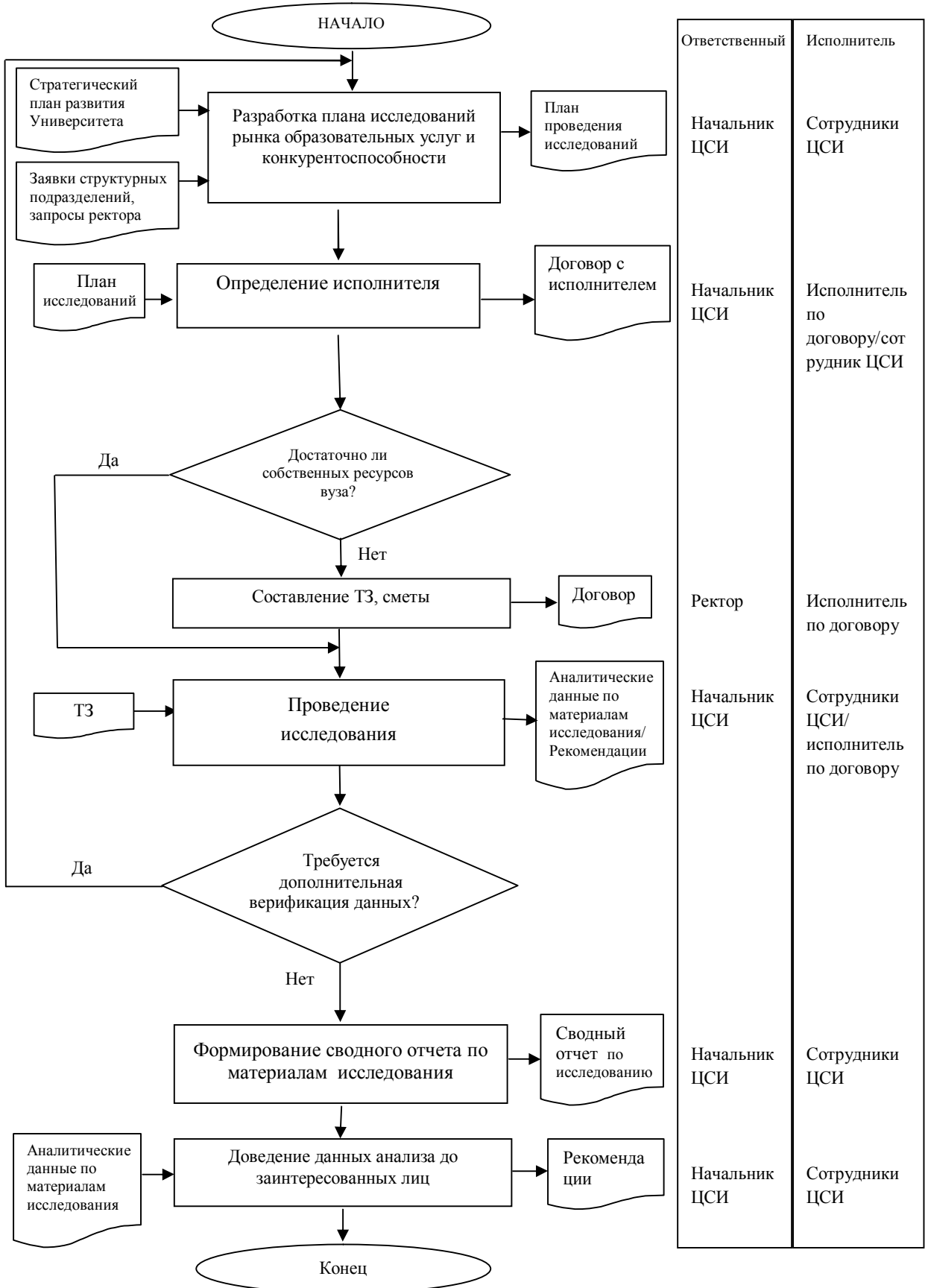
- 1) спрос на оказание услуг по сдаче репетиционного ЕГЭ;
- 2) спрос на подготовительные курсы;
- 3) спрос на консультирование по вопросам приема в вуз;
- 4) спрос на освоение основных и дополнительных образовательных программ;
- 5) спрос на обучающие методики и инновационные образовательные технологии;
- 6) спрос на обучение в магистратуре, аспирантуре, докторантуре;
- 7) исследование конкурентной среды;
- 8) исследование уровня востребованности предлагаемых направлений и профилей подготовки, форм обучения и др.


## **5. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПОДПРОЦЕССОМ**

Графическое описание подпроцесса представлено на рисунке 1.

1. Определяются интересы на образовательном рынке, дается уточненная характеристика потребителя образовательных услуг.
2. Сотрудники УРП производят анализ и составляют проект исследования рынка.
3. Проект согласовывается и подписывается начальником УРП, определяются ответственные лица и исполнители по проекту.
4. Осуществляется сбор информации, предусматривающий проведение анкетирования, собеседования или других видов исследования.
5. Полученные данные систематизируются и анализируются.
6. По итогам проведенного исследования составляется аналитический отчет с выводами и рекомендациями. Отчет рассматривается заинтересованными лицами.

**Рисунок 1. Управление процессом исследования рынка образовательных услуг и конкурентоспособности**



	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Исследование рынка образовательных услуг и конкурентоспособности	
СМК-ДП-ОД-08/01.07.	Версия: 4.0.	Стр. 7 из 9

## 6. МОНИТОРИНГ, ИЗМЕРЕНИЕ И ОЦЕНКА ПОДПРОЦЕССА

Контроль деятельности по подпроцессу осуществляет начальник ЦСИ.

Ответственность за осуществление деятельности несут сотрудники ЦСИ или исполнители по договору.

Оценка результативности осуществляется по следующим критериям:

- количество проведенных исследований;
- процент выполненных заявок на проведение исследований;
- процент охвата процессов СМК, обеспеченных данными исследованиями;
- количество структурных подразделений вуза – заказчиков исследований охваченных исследованием;
- количество (или процент) целевых групп, охваченных исследованиями, по отношению к общему числу;
- количество регионов, участвующих в исследовании и т.п.





