

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ УПРАВЛЕНИЯ ВУЗОМ

РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ СМК В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФАКУЛЬТЕТА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ

Е.С. Боброва

УО «ВГУ им. П.М. Машерова», Витебск

Изменчивость требований рынка образовательных услуг предъявляет к учреждениям последипломного образования жесткие требования. Необходимо быстро перестраиваться, открывать новые востребованные направления, профили повышения квалификации, экспериментировать с формами обучения, обновлять нормативную и материальную базу, повышать уровень компетентности преподавательского состава и, в целом, обеспечивать качество обучения.

На уровне конкретных действий качество можно определить как совокупность показателей, от соотнесения с которыми зависит деятельность и отдельные действия организации, оказывающей какого-либо рода услуги. Эти признаки отвечают на вопросы: чего мы хотим достичь (качество результата)? Что мы должны для этого делать (качество процесса)? Какие средства нужны для этого (структурное качество)? Словом, качество – это то, что в случае какого-либо действия может быть "лучше" или "хуже".

Для того, чтобы ответить на данные вопросы, мы должны четко определить последовательность своих действий.

Во-первых, необходимо провести маркетинговые исследования, которые состоят из следующих этапов:

1. Выявление проблемы и формулировка целей исследования.
2. Отбор источников информации.
3. Сбор информации.
4. Анализ собранной информации.

5. Представление результатов исследования. На первом этапе определяются цели, а именно:

- исследуется реакция потенциальных слушателей на открытие новых направлений (профилей);
- выявляются предпочтения клиентов рынка последипломного образования в отношении: направлений (профилей) повышения квалификации; формы обучения (очной дневной или вечерней); стоимости обучения и периодичности внесения оплаты за обучение; практики предоставления «связанных» услуг (например, предоставление места проживания в общежитии); материально-технического и кадрового обеспечения; альтернативные варианты удовлетворения потребности в получении дополнительных образовательных услуг; избрание слушателем формы повышения квалификации (курсовая подготовка и мероприятия межкурсового периода) и учреждения образования, обеспечивающего повышение квалификации.

6. Выясняется, какие обстоятельства побуждают слушателей к осознанию потребности в повышении квалификации; какими источниками информации располагают слушатели при поиске необходимых сведений о рынке образовательных услуг; каким образом клиент осуществляет сравни-

тельный анализ возможных вариантов получения форм повышения квалификации; каким образом слушатель осуществляет выбор приемлемого варианта удовлетворения потребности в получении повышения квалификации; выявляются критерии, которыми пользуются слушатели при выборе учреждения, обеспечивающего повышение квалификации.

На втором этапе определяются:

- способы сбора информации (опрос, изучение нормативно-правовых документов, анкетирование);
- средства исследования;
- план выборки;
- способы установления контактов с целевой аудиторией (потенциальными слушателями факультета).

Далее, согласно плану работы факультета повышения квалификации кадров, запросам и вновь изданным нормативно-правовым документам, проводятся рекламные мероприятия в учреждениях образования, организациях и на предприятиях.

Этап сбора информации включает непосредственно сбор информации одним из вышеперечисленных способов и обработку полученных результатов.

На четвертом, пятом этапах осуществляется анализ собранной информации и последующее представление результатов исследования в наглядном виде с помощью таблиц, графиков, диаграмм и т.д.

После детального проведения маркетинговых исследований необходимо провести стратегическое планирование повышения квалификации кадров. Содержание стратегического плана включает следующие этапы:

1. Формулировка целей.
2. Задачи, которые представляют собой расшифровку целей и характеризуются измеримостью и конкретностью.
3. Изучение исходного положения рынка (оценка рыночно - производственных характеристик рынка.
4. Факторы, характеризующие степень привлекательности и отдельных направлений повышения квалификации.
5. Выводы относительно целесообразности работы на отдельных сегментах).
6. Вценка факторов, воздействующих на стратегию факультета, а именно:

- оценка конкурентоспособности отдельных направлений повышения квалификации;
- сильные и слабые стороны (по отношению к конкурентам) в отношении доли обслуживаемого рынка, качества и цен на образовательные услуги;
- оценка опасностей и возможностей (базируется на анализе исходного положения рынка и относительной конкурентоспособности);
- стратегия развития хозяйственного портфеля (приоритетные направления инвестиций);
- стратегические изменения в регулируемых факторах (отражается набор переменных, которые могут корректироваться в процессе выполнения указанного плана);
- ожидаемые финансовые результаты.

Неотъемлемой частью успеха является рекламная деятельность, которая включает в себя: просветительскую работу в учреждениях образования, предприятиях и организациях; индивидуальную работу с потенциальными слушателями (устная беседа, раздача рекламных буклетов); рекламную компанию в корпусах университета; размещение информации о наборе на сайте университета; информационные письма в учреждения образования, организации.

Качество образовательного процесса зависит и от обеспечения учебно-методическими комплектами, включающими в себя: учебную программу, учебный, учебно-тематический планы повышения квалификации, которые разрабатываются и утверждаются учреждением образования в рамках профилей и направлений образования установленных Общегосударственным классификатором Республики Беларусь. Качество образовательного процесса зависит от подбора профессорско-преподавательского состава их профессиональной компетентности.

Таким образом, обеспечение качества последиplomного образования зависит от планомерных мероприятий проводимых на факультете повышения квалификации кадров.

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ СТУДЕНТОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Г.А. Бобрович, Т.Л. Голозубова
УО «ВГУ им. П.М. Машерова», Витебск

Педагогический контроль знаний, умений и навыков студентов является важнейшим структурным элементом учебно-воспитательного процесса по дисциплине, действенным средством получения студентами прочных и осознанных знаний. Посредством контроля определяется результативность и эффективность обучения. Выполняя стимулирующую роль в учебно-воспитательном процессе, контроль существенно влияет на регулярность занятий, тщательность изучения теоретического материала и выполнения заданий, способствует активизации умственной и практической деятельности студентов.

Важное место в повышении качества подготовки специалистов на первой ступени высшего образования в работе кафедры дизайна, декоративно-прикладного искусства УО «Витебский государственный университет им. П.М. Машерова» занимает контроль за качеством усвоения знаний, умений и навыков. Данная проблема решается путем повседневной работы по совершенствованию учебно-методической и научно-исследовательской деятельности. Особое внимание уделяется повышению уровня чтения лекций, проведения практических и лабораторных занятий. Эти вопросы постоянно находятся в центре внимания кафедры и руководства факультета и университета.

При проведении текущего и промежуточного контроля качества знаний студентов преподаватели кафедры руководствуются действующим в УО «ВГУ им. П. М. Машерова» Положением «О проведении текущего контроля успеваемости, посещаемости занятий, промежуточной и текущей аттестации студентов, отчислении, восстановлении студентов и предоставлении академических отпусков», утв. ректором УО "ВГУ им.