

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра менеджмента в образовании

**Повышение эффективности деятельности образовательной организации с  
помощью инструментов маркетинга  
(на примере ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

**Никитиной Светланы Владимировны**

Научный руководитель:

доцент кафедры менеджмента

в образовании ИДПО СГУ, к.ф.н.,

доцент \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. / Н.Р. Вакулич /

Зав.кафедрой:

д-р соц.н., доцент \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. / Н.В. Медведева/

Саратов 2019

**Введение.** По оценкам специалистов, образовательная сфера является одной из наиболее динамических, темпы роста образовательных услуг достигают 10–15 % в год. Для большинства учебных заведений прибыль не является, в отличие от других областей, главным приоритетом деятельности. А потому маркетинг на рынке образовательных услуг существенно отличается от общего маркетинга. Однако, безусловно актуальными и для образовательных учреждений являются классические для маркетинга инструменты: реклама, каналы сбыта, маркетинговые исследования, цена, товарная политика, сервисное обслуживание, PR – мероприятия.

С изменением социально-экономической ситуации, возникновением и становлением рыночных отношений в России в практику управления учреждениями среднего профессионального образования входят все необходимые системообразующие компоненты рыночной деятельности, включая маркетинговую деятельность и её инструменты. В этой связи актуализируется как научная, так и практическая необходимость выполнения исследования, посвященного применению инструментов маркетинга в повышении эффективности деятельности организации среднего профессионального образования.

Цель работы – изучить маркетинговую деятельность организации и предложить пути и мероприятия для ее совершенствования.

В соответствии с поставленной целью определены следующие задачи:

- определить сущность и содержание маркетингового подхода к управлению современной образовательной организацией среднего профессионального образования;
- рассмотреть современные инструменты маркетинга в образовании;
- охарактеризовать образовательную организацию среднего профессионального образования ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум»;
- проанализировать организационно-экономическую деятельность ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум»;
- провести анализ внутренней и внешней среды, конкурентов и маркетинговой деятельности организации;

- предложить мероприятия для совершенствования маркетинговой деятельности образовательной организации среднего профессионального образования ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум»;

- оценить эффективность предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования выступает ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум».

Предметом является маркетинговая деятельность образовательной организации среднего профессионального образования.

Сбор эмпирического материала для бакалаврской работы проводился в компании ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум». Основой для получения заключения и формулирования выводов послужили данные о деятельности данной образовательной организации за 2015-2017 гг.

При выполнении работы использованы различные методы исследования: анализ, обобщение и синтез, логические способы обработки информации: сравнение относительных и средних величин, аналитические методы, экономические и статистические методы.

Структура работы обусловлена целями и задачами и включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных источников и литературы и приложения. Согласно поставленным задачам в основной части работы последовательно раскрываются теоретические основы разработки и совершенствования маркетинговой деятельности образовательной организации в современных рыночных условиях, проводится анализ деятельности организации, формируются выводы по выявленным проблемам, разрабатываются мероприятия, которые могут быть внедрены в практическую деятельность образовательной организации с целью её совершенствования.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения мероприятий для повышения эффективности маркетинговой деятельности образовательных организаций среднего профессионального образования.

**Основное содержание работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

*Анализ теоретических основ разработки и совершенствования маркетинговой деятельности образовательной организации в современных рыночных условиях* позволяет проанализировать образовательный рынок и рынок труда. Позволяет провести их сегментацию с использованием определенных критериев (культурный и образовательный уровень потребителей, экономические параметры потребителей, их демографические и личностные характеристики и т. д.). На основе данного анализа можно определить миссию и стратегию организации, а также цели как конкретное конечное состояние, которое необходимо достичь на том или ином этапе развития.

Кроме того, анализируется финансовая деятельность образовательного учреждения с точки зрения его рентабельности, прибыльности в рыночных условиях. В данной работе применяются инструменты некоммерческого маркетинга, поскольку техникум – это, прежде всего, социально ориентированная организация, не ставящее целью получение коммерческой прибыли. Развитие внебюджетной деятельности увеличивает финансовую свободу образовательной организации в стимулировании педагогов, решении материально-технических вопросов организации учебного процесса, выплаты стипендии и т.д.

Таким образом, маркетинговая деятельность организации должна быть направлена на её долговременное существование. На её устойчивость, прочные и длительные связи с потребителями или другими участниками рынка. А так же на повышение конкурентоспособности предлагаемых товаров, услуг.

Для любой образовательной организации важными инструментами маркетинга всегда останутся товарная и сбытовая политика. Так как качество предоставляемых услуг и каналы распределения, остаются одними из главных приоритетных задач СПО. А для этого необходимо постоянное исследование как потребителя, так и рынка образовательных услуг. И именно поэтому, в об-

разовательной организации должно быть структурное подразделение, которое будет заниматься данными вопросами.

*Анализ деятельности ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум» позволил сделать следующие выводы:*

- Жирновский нефтяной техникум основан в 1965 году. ГБПОУ «ЖНТ» является многопрофильным образовательным учреждением СПО Волгоградской области, по подготовке специалистов по основным профессиональным образовательным и программам профессиональной подготовки для предприятий топливно-энергетического комплекса.

- Миссию техникума можно сформулировать следующим образом: «Обеспечение современного качественного образования на основе опережающей подготовки кадров в соответствии с запросами и потребностями личности, региональной экономики и социокультурной политики региона»;

- В 2016-2017 гг. основная деятельность техникума была направлена на совершенствование образовательного процесса. Реализация программ дополнительного профессионального образования осуществляется на основании договоров с предприятиями и организациями – социальными партнерами ГБПОУ «ЖНТ». Руководством техникума своевременно была проведена работа по продвижению данного продукта на образовательный рынок города Жирновска и Волгоградской области. Чем самым техникум смог привлечь большее количество потребителей образовательных услуг.

- На основе бюджетных смет были рассчитаны относительные показатели составляющих доходы техникума. Как мы увидели фактические доходы от внебюджетной деятельности в относительных характеристиках незначительно уменьшаются. Но, несмотря на это, внебюджетные поступления занимают наибольший удельный вес к общему числу доходов.

- Было отмечено, более 75% учащихся молодые люди, так как техникум ведет подготовку в основном по техническим специальностям.

- По географическому фактору потребители услуг техникума на 85% состоят из жителей Жирновска и Волгоградской области.

- При сегментации рынка образовательных услуг по демографическим признакам выявлено, что основную группу учащихся составляют лица от 15 до 18 лет, получающие первое образование.

- Можно также отметить, что потребитель образовательных услуг заинтересован в удовлетворении личных потребностей в образовании, исходя из системы независимых ценностей. На выбор потребителей наибольшее влияние оказывает функциональная и эмоциональная ценности.

- Проведенная работа позволяет сделать вывод, что ГБПОУ «ЖНТ» занимает достаточно устойчивые позиции на рынке образовательных услуг. Но как мы выяснили факторы внешней среды могут и отрицательно сказаться на работе техникума. Поэтому администрации образовательной организации следует обратить особое внимание на поддержание конкурентоспособных преимуществ и расширение спектра оказываемых услуг.

*Мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности ГБПОУ «Жирновский нефтяной техникум».* В этих целях было предложено создание проектного офиса в рамках привлечения внебюджетных средств для ЖНТ и повышения эффективности маркетинговой деятельности через деятельность офиса. А также продолжить работу по внедрению дуального образования, которое даст возможность: расширить номенклатуру специальностей техникума, позволит снизить траты на образовательный процесс и т.д.

Цель проекта – совершенствование модели подготовки профессиональных кадров для предприятий Волгоградской области, ориентированных на высокотехнологичные отрасли промышленности, с учетом реальных потребностей экономики в квалифицированных кадрах с целью повышения инвестиционной привлекательности региона.

Задачи проекта:

- Установление качественно новых партнерских связей между профессиональными образовательными организациями и промышленными предприятиями: на основе взаимной заинтересованности в сотрудничестве и ответственности за результаты подготовки специалистов.

- Разработка и модернизация образовательных программ в рамках СКРП.  
- Создание системы компетенций работников предприятия (СКРП) на предприятиях-партнерах.

- Повышение квалификации и переподготовка производственного и педагогического персонала с целью обеспечения качества подготовки рабочих кадров и с учетом требований СКРП.

- Развитие связей профессиональных образовательных организаций с производителями высокотехнологичного оборудования; проведение обучения педагогического персонала на современном оборудовании.

- Развитие механизма независимой оценки квалификации рабочих кадров.

- Реализация комплекса мер государственной поддержки предприятий-партнеров с целью привлечения бизнеса к финансированию подготовки рабочих кадров.

- Экстраполяция результатов проекта на малый и средний бизнес.

Финансовое обеспечение оценки затрат на мероприятия по дуальному образованию осуществляется на условиях софинансирования из средств регионального бюджета – 30%, средств предприятий и организаций- 40%, средств техникума от приносящей доход деятельности в соотношении -30%. Общий объем инвестиций на реализацию проекта в течение трех лет предположительно составит 20 млн. руб.

Ожидаемые показатели эффективности инновационной деятельности ГБПОУ «ЖНТ»:

- увеличение количества договоров с предприятиями-работодателями на 20%;

- увеличение доли студентов прошедших производственную практику с предоставлением рабочих мест на 20-30%;

- увеличение доли студентов освоивших смежные профессии до 30%;

- динамика роста количества договоров на оказание образовательных услуг от предприятий отрасли;

- увеличения перечня реализуемых программ профессиональной подготовки;

- увеличение средств от деятельности центра по подготовке кадров, организации практик и трудоустройства;

- повышение уровня квалификации педагогов и мастеров производственного обучения;

- организация различных видов деятельности (конференции, конкурсы профессионального мастерства, «Дни карьеры»), используя приобретенные знания и умения и т.д.

Проектный офис должен быть создан для повышения эффективности управления, создания эффективной системы инициирования, реализации, мониторинга и контроля проектной деятельности с целью повышения конкурентоспособности среди других учебных заведений.

Целью создания проектного офиса является повышение эффективности проектной деятельности в техникуме. А именно в данном случае проектный офис будет осуществлять дополнительное поступление внебюджетных средств в техникум.

Создание проектного офиса с точки зрения повышения эффективности маркетинговой деятельности техникума даст следующие возможности:

- позволит ориентировать образовательное пространство на конечный результат - конкурентоспособность выпускника техникума;

- актуализировать учебные программы к потребностям развития регионов;

- обеспечит образовательную поддержку развития региона, открытость и доступность образовательных услуг для различных потребителей образовательных услуг;

- позволит более тесное взаимодействие с субъектами рынка труда и образовательных услуг в вопросах содержания и оценки качества образования;

- организует возможность устойчивого привлечения всех видов ресурсов, необходимых для подготовки выпускника, конкурентоспособного с момента окончания техникума (кадровых, финансовых, материально-технических);

- даст развитие к наличию гибких образовательных схем и возможностей выстраивать учебные программы в соответствии с индивидуальными запросами личности и требованиями рынка труда.

Основными задачами деятельности проектного офиса выступают: разработка программ дополнительного профессионального образования; систематизация информационного обмена в рамках проекта; обеспечение контроля реализуемых проектов и др.

Был проведён расчёт работы проектного офиса по привлечению внебюджетных средств для ЖНТ, по открытию курсов для обучения компьютерной грамотности населения.

Источником финансирования будут внебюджетные фонды техникума. Срок проекта 3 года. Проведённые расчёты показали, что объем вложенных инвестиций полностью окупится и принесет дополнительную прибыль в размере 76,2 %.

**Заключение.** Таким образом делаем вывод по проведённому исследованию что, перед руководителями встает задача изучения и внедрения инструментов маркетинга в деятельность образовательных учреждений среднего профессионального образования. Для этого необходимо:

- изучить основные составляющие маркетинга его виды и сущность;
- выявить особенности маркетинга в сфере образования, его место и роль в современном образовании;
- проанализировать необходимость создания маркетинговой службы;
- разработать комплекс мероприятий по повышению образовательной деятельности в СПО.

Итогами внедрения инструментов маркетинга станет:

- изучение образовательного спроса и предложений;
- осуществление гибкой информационно-коммуникативной политики;

- исследование потребностей обучающихся и их родителей;
- реализацию образовательных услуг для населения и студентов;
- расширение спектра образовательных услуг;
- осуществление рекламных проектов;
- повышение эффективности образовательной деятельности в техникуме.

Результатами деятельности образовательного учреждения с использованием элементов маркетинга должно стать:

- внедрение эффективной системы управления;
- развитие внебюджетной деятельности;
- обеспечение материально-технической базы (связь, коммуникации, оборудование, дополнительные площади);
- увеличение контингента студентов;
- создание сети взаимодействия с социальными партнерами.

Таким образом, образовательные учреждения среднего профессионального образования сохранив основные структурные и организационные схемы прежней экономической системы, постепенно адаптируются к новым социально-экономическим условиям.

Дуальная система образования является отличной возможностью для предприятия подготовить кадры с учетом особенностей своей деятельности. В рамках программ обучения достигается максимальное соответствие потребностям организации. Следует также отметить, что внедрение дуального образования положительным образом отразится на репутации компаний, их имидже на рынке рабочих ресурсов.

Создание проектного офиса позволит ГБПОУ «ЖНТ» не только повысить результативность новых проектов, но и будет способствовать обеспечению целостности педагогического процесса, позволяя в единстве осуществлять формирование у студентов специальных, профессиональных и общекультурных компетенций и способствовать реализации практико-ориентированного подхода в обучении. А также проектный офис позволит руководству ЖНТ повысить

эффективность маркетинговой деятельности, непосредственно через деятельность офиса.

Использование механизмов маркетинга в образовании позволит образовательным организациям более активно, динамично и результативно осуществлять свою деятельность в условиях рынка.