**Дипломная работа**

**Анализ конкурентоспособности ВУЗаСодержание**

[Введение 3](#_Toc168805149)

[Глава 1. Теоретические основы конкурентоспособности Вуза 5](#_Toc168805150)

[1.1. Понятие и составляющие конкурентоспособности 5](#_Toc168805151)

[1.2. Особенности конкурентоспособности Вуза 11](#_Toc168805152)

[Глава 2. Особенности конкурентоспособности МИЭМП 18](#_Toc168805153)

[2.1. Общая характеристика деятельности МИЭМП 18](#_Toc168805154)

[2.2. Конкурентоспособность внеучебной деятельности МИЭМП 32](#_Toc168805155)

[Глава 3. Основные направления совершенствования внеучебной деятельности МИЭМП 41](#_Toc168805156)

[3.1. Развитие студенческого самоуправления МИЭМП 41](#_Toc168805157)

[3.2. Усовершенствование бытовых условий 47](#_Toc168805158)

[3.3. Организация спортивных секций 50](#_Toc168805159)

[Заключение 56](#_Toc168805160)

[Список литературы 59](#_Toc168805161)

[Приложение 1 62](#_Toc168805162)

[Приложение 2 64](#_Toc168805163)

[Приложение 3 65](#_Toc168805164)

[Приложение 4 66](#_Toc168805165)

[Приложение 5 67](#_Toc168805166)

Введение

Ситуация на отечественном рынке образовательных услуг становиться все более напряженной. Так, с одной стороны, на рынок выходит все больше и больше коммерческих вузов, которые, хотя пока и уступают по престижу государственным вузам, но благодаря своей мобильности постепенно увеличивают свою долю. С другой стороны – дисбаланс финансирования в экономике привел к резкому перетоку квалифицированных кадров в другие, более оплачиваемые отрасли экономики. Особенно это касается молодых кадров. С третьей стороны – Россия подписала Болонскую декларацию, которая, несет для отечественного рынка образовательных услуг как положительные, так и отрицательные стороны. И, прежде всего, это совершенно новые требования к структуре и сущности образовательных программ. Все быстрее меняется сама экономика, вынуждая адаптировать учебные программы к новым потребностям.

Все это порождает проблему поиска новых источников повышения конкурентоспособности вуза. Для выживания в постоянно усложняющейся конкурентной среде вузам необходимы высококвалифицированные специалисты, способные творчески мыслить и использовать свои знания для решения задач, направленных на повышение их конкурентоспособности. В условиях развитого рынка конкурентоспособность вуза определяется его готовностью к постоянному и непрерывному инновационному процессу, основанному на использовании существующих и генерации новых знаний.

Таким образом, решение задачи повышения конкурентоспособности вуза в условиях ужесточения рыночной среды и постоянно изменяющихся требований экономики требует повышенного внимания к проблеме поиска конкурентных преимуществ и обуславливает актуальность исследования, как разработку методических рекомендаций для улучшения механизмов управления знаниями в вузе на основе комплексной оценки потенциала Вуза.

Предметом данной дипломной работы является разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности Вуза.

Объектом исследования является Московский Институт Экономики Менеджмента и Права.

Цель дипломной работы – изучить теоретические аспекты конкурентоспособности вузов и разработать рекомендаций по повышению конкурентоспособности Вуза, на примере МИЭМП.

Для достижения заданной цели поставлены следующие задачи:

* Изучить теоретические основы конкурентоспособности Вуза;
* Проанализировать конкурентоспособность МИЭМП;
* Рассмотреть направления совершенствования конкурентоспособности МИЭМП.

Глава 1. Теоретические основы конкурентоспособности Вуза.

1.1. Понятие и составляющие конкурентоспособности

Конкурентоспособность – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений.[[1]](#footnote-1)

Однако в современной экономике все чаще термин «конкурентоспособность» используется для определения категорий разного уровня: конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли национальной экономики и др.

Конкурентоспособность предприятия - это ее способность выпускать конкурентную продукцию (оказывать услуги), ее преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами.

Конкурентоспособность товара – это такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который позволяет выдерживать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными услугами на рынке. Соперничество ведется за покупателей, где основной целью является «привязка» покупателя к продукции фирмы не только сегодня, но и завтра.

Конкурентоспособность услуг – это величина относительная, и определенный показатель этой важной экономической категории может быть выявлен при исследовании конкурирующих услуг.

Конкурентоспособность включает три основные составляющие. Первая жестко связана с изделием как таковым и в значительной мере сводится к качеству. Вторая связана как с экономикой создания сбыта и сервиса товара, так и с экономическими возможностями и огра­ничениями потребителя. Наконец, третья отражает все то, что может быть приятно или неприятно потребителю как покупателю, как челове­ку, как члену той или иной социальной группы.

Покупатель — главный оценщик товара. А это приводит к очень важной в рыночных условиях истине: все элементы конкурентоспособ­ности товара должны быть настолько очевидны потенциальному поку­пателю, чтобы не могло возникнуть малейшего сомнения или иного толкования в отношении любого из них. Когда мы формируем "комп­лекс конкурентоспособности", в рекламе очень важно учитывать особенности психологического воспитания и интеллектуальный уровень потребителей, многие другие факторы личного характера. Интересный факт: почти все зарубежные пособия по рекламе особо выделяют мате­риал, связанный с рекламой в малограмотной или интеллектуально не­развитой аудитории.

Как известно, каждый рынок характеризуется "своим" покупате­лем. Поэтому изначально неправомерна идея о некой абсолютной, не связанной с конкретным рынком, конкурентоспособности.[[2]](#footnote-2)

Рыночное хозяйство, а вслед за ним и его ученые давно и хорошо поняли, что пытаться схематически выразить конкурентоспособность товара — это все равно, что пытаться схемой показать всю сложность и все тонкости рыночного процесса. Для них конкурентоспособность стала просто удобным, концентрирующим внимание и мысль терми­ном, за которым выстраивается все разнообразие стратегических и так­тических приемов менеджмента в целом и маркетинга в частности. Кон­курентоспособность — не показатель, уровень которого можно вычис­лить для себя и для конкурента, а потом победить. Прежде всего — это философия работы в условиях рынка, ориентированная на:

- понимание нужд потребителя и тенденции их развития;

- знание поведения и возможностей конкурентов;

- знание состояния и тенденций развития рынка;

- знание окружающей среды и ее тенденций;

- умение создать такой товар и так довести его до потребителя, чтобы потребитель предпочел его товару конкурента.

Факторы, определяющие конкурентоспособность товаров и услуг:

- Качество товаров и услуг;

- Цена товаров и услуг;

- Уровень квалификации персонала и менеджмента;

- Технологический уровень производства;

- Доступность источников финансирования.

Для своего бизнеса выбирают товары (или услуги), производство (оказание) которых требует минимальной кооперации и поставок со стороны или где достижима широкая заменяемость исходного сырья и материалов.

Но эта хозяйственная стратегия не может рассматриваться как универсальная и уж тем более она мало пригодна для тех предприятий, которые готовят бизнес план в связи с освоением продукции, предназначенной для конкуренции на мировых рынках.

Более глубокий подход – обеспечение себе устойчивой конкурентоспособности. Существует два типа конкурентных преимуществ: более низкие издержки и специализация. Под более низкими издержками понимается не просто меньшая сумма затрат на производство, чем у конкурентов, а способность фирмы разрабатывать, производить и сбывать товар более эффективно, чем конкуренты. То есть необходимо организовать с меньшими затратами и в более короткие сроки весь цикл операций с товаром: от его конструкторской проработки до продажи конечному покупателю. Неспособность выстроить всю эту цепочку сведет на нет успех в любом из её звеньев.[[3]](#footnote-3)

Специализация – это способность удовлетворять особые потребности покупателей и получать за это премиальную цену, т.е. цену в среднем более высокую, чем у ваших конкурентов. Иными словами, для обеспечения такого типа конкурентных преимуществ необходимо научится искусству выделяться в толпе конкурентов, предлагая покупателям товар, заметно отличающийся либо высоким уровнем качества при стандартном наборе параметров, определяющих это качество, либо нестандартным набором свойств, реально интересующих покупателя.[[4]](#footnote-4)

При этом в любой данный момент времени строится стратегия обеспечения конкурентоспособности, опираясь лишь на один из видов конкурентных преимуществ – либо на более низкие издержки, привлекая покупателей относительной дешевизной товаров по сравнению с аналогичными изделиями других производителей, либо на специализацию, вызывая интерес у наиболее взыскательных и требующих, прежде всего, высокого качества клиентов.

Имея в виду такое толкование видов конкурентных преимуществ выбирается наиболее приемлемая стратегия обеспечения и поддержания конкурентоспособности. Но прежде чем описать ассортимент таких стратегий, введем ещё одно понятие "диапазон конкуренции", обозначающее широту той номенклатуры товаров, которая изготавливается, а затем продаётся.

Рыночная система хозяйствования требует от предприятий постоянного повышения уровня своей конкурентоспособности. Конкурентные преимущества организации закладываются уже на стадии постановки целей и разработки стратеги.

Основные типы стратегий обеспечения конкурентоспособности представлены на рис. 1.

Рис. 1. Стратегии обеспечения конкурентоспособности[[5]](#footnote-5)

Есть фирмы, стратегия конкурентной борьбы которых основана не на специализации, а на более низких издержках производства. Они изготавливают большой ассортимент продукции стандартного мирового уровня качества и со стандартной ценой.

Третий тип фирм строит конкурентную стратегию на менее рискованных и более дешевых принципах – специализация при узкой номенклатуре продукции. Это продукция высшего мирового уровня в своих классах специализации и стоит недешево.

Четвертый тип фирм занимается выпуском узкого круга качественной продукции по дешевым ценам. Такая продукция не отличается изысканными и разнообразными свойствами. Она проста, надежна и дешева.

Естественно, не обязательно придерживаться только одной, некогда выбранной стратегии обеспечения конкурентоспособности. Освоив выпуск одного-двух изделий, доступных широкому кругу небогатых покупателей, можно начать подготовку к освоению другой стратегии. Путь расширения своего ассортимента, сохраняя все столь же низкие цены, оправдывающие не особенно высокий уровень качества приведет к стратегии ориентации на издержки, которая позволит резко увеличить и объемы реализации, и суммы получаемой прибыли (при довольно умеренной рентабельности, т.е. не слишком – то высоком отношении этой прибыли к сумме вложенных вами в дело собственных и заемных средств).

Если не расширять ассортимент, а все доходы направить на повышение качества своих товаров, то этот путь приведет к стратегии выборочной специализации. Этот путь может обеспечить достаточно высокий уровень рентабельности вложенного капитала.

Таким образом, конкурентные преимущества малых и средних предприятий, на наш взгляд, кроются в постоянном совершенствовании бизнес-процесса при эффективном использовании и распределении ресурсов. Причем, рынок заставляет предпринимателей производить продукт/услугу с целью максимально удовлетворения своих потребителей, повышения уровня их лояльности и увеличения доли постоянных клиентов. В связи с этим, стратегию достижения конкурентоспособности для малых и средних предприятий мы предлагаем рассматривать в виде комплексной трехшаговой стратегии совершенствования бизнес-процесса, направленной на удержание и, по возможности, увеличение числа постоянных клиентов компании (рис.2.).

Рис. 2. Трехшаговая стратегия достижения конкурентоспособности [[6]](#footnote-6)

Шаг 1: Тотальное управление качеством (TQM) - совершенствование при помощи цикла PDCA каждого этапа бизнес-процесса. - Охватывает всю деятельность организации.

Шаг 2: Бенчмаркинг - заимствование процессов у конкурентов и эталонных компаний. - Применяется для улучшения стандартного процесса в случаях, когда внутренние и внешние ограничения позволяют внедрить сторонний процесс, изменив его в соответствии с требованиями вашего предприятия.

Шаг 3: Аутсорсинг - покупка процесса у сторонней организации. - Применяется в случаях, когда затраты на совершенствование процесса собственными силами или применение бенчмаркинга превышают стоимость услуг внешней организации.[[7]](#footnote-7)

Основные особенности конкурентоспособности Вуза будут изложены в следующем параграфе.

1.2. Особенности конкурентоспособности Вуза

Вуз – это оказание образовательных услуг, основной деятельностью которого является учебная и внеучебная деятельность. К деятельности Вуза относятся такие составляющие как:

* учебная деятельность;
* методическая деятельность;
* научная деятельность;
* управленческая деятельность;
* маркетинговая деятельность;
* экономическая деятельность;
* хозяйственная деятельность;
* ремонто-строительная деятельность
* и др.

Организацию деятельности Вуза обеспечивают:

* администрация;
* профессорско-преподавательский состав;
* научные работники вуза;
* административно-хозяйственный персонал;
* инженерно-технический персонал;
* производственный персонал;
* учебно-вспомогательный персонал;
* иной персонал вуза.

Качество образования на современном этапе выступает главным конкурентным преимуществом учебных заведений наряду с ценой. Качество обучения представляет собой совокупность потребительских свойств образовательной услуги, обеспечивающих возможность удовлетворения комплекса потребностей по всестороннему развитию личности обучаемого.[[8]](#footnote-8)

По мнению автора, особенности конкурентоспособности вуза проявляются в следующем:

* во-первых, в конкурентоспособности фокусируются все показатели качества и ресурсоемкости работы всего персонала вуза по всем стадиям жизненного цикла образовательной услуги;
* во-вторых, в настоящее время отсутствуют международные документы по оценке конкурентоспособности вуза;
* в-третьих, например, в России техническая, экономическая, кадровая, социальная политика вуза не ориентированы на обеспечение конкурентоспособности вуза.

В России практически отсутствуют исследования по проблемам конкурентоспособности вуза.

Конкурентоспособность Вуза обеспечивается:

* Конкурентоспособностью студентов
* Конкурентоспособностью выпускников;
* Уровнем профессорско-преподавательского состава;
* Методическими средствами обучения;
* Научными средствами обучения;
* Техническими средствами обучения;
* Наличием собственны основных средств (Учебные и вспомогательные корпуса, оборудование);
* Наличием собственной библиотеки;
* Наличием лекционных аудиторий;
* и др.

Особенности изменения конкуренции между вузами проявляются в следующем:

1) конкуренция усиливается с увеличением количества соперничающих вузов;

2) конкуренция усиливается, когда крупные вузы присоединяют другой вуз и принимают решительные меры по выводу его в ведущие;

3) конкуренция сильна, когда спрос на услуги растет медленно;

4) конкуренция усиливается, когда условия хозяйствования в отрасли толкают вуз на снижение цены или на применение других средств увеличения объема продаж;

5) конкуренция усиливается, когда затраты покупателей при переходе с потребления одной услуги на другие невелики;

6) конкуренция усиливается, когда одна или несколько вузов не удовлетворены своей долей рынка;

7) конкуренция усиливается пропорционально росту прибыли от успешных стратегических решений;

8) конкуренция усиливается, когда затраты на выходе из рынка велики, высоки барьеры;

9) ход конкуренции предсказуем, когда стратегии, ресурсы, организационные особенности, миссии вузов различаются в значительной мере и открыты большинству.

Анализ конкурентоспособности основывается на маркетинговых исследованиях, соблюдении нормативных показателей и информации внутреннего характера.

Позиции вузов на рынке неразрывно связаны с изучением конкурентоспособности предоставляемых ими услуг.

Более прочные позиции на рынке займут те вузы, которые наряду со сбалансированным деловым портфелем будут работать над созданием пользующейся доверием у потребителей торговой марки (brand name). Фактором, повышающим конкурентоспособность вуза, является также его готовность предоставить образовательные услуги в инновационном режиме с использованием современных информационных технологий и ноу-хау.

Важно то, что конкурентоспособность образовательной программы определяется только теми свойствами, которые представляют существенный интерес для потребителя и обеспечивают удовлетворение данной потребности. Все показатели услуги, выходящие за эти рамки, не должны рассматриваться при оценке конкурентоспособности как не повышающие ценности услуги в конкретных условиях. То есть показатели образовательных услуг, отражающие ее эффект для производителя, часто не имеют значения для потребителя. Потребителя интересуют лишь потребительские свойства, каким бы путем они ни были достигнуты.[[9]](#footnote-9)

В данной работе будет рассмотрена конкурентоспособность дополнительных услуг внеучебной деятельностью.

Современные проблемы, противоречия, связанные с внеучебной деятельностью в вузе, обосновывают необходимость организованной внеучебной деятельности с точки зрения интересов и потребностей ее участников. Перспективы функционирования и развития системы внеучебной деятельности в вузе в современных условиях видятся в реализации следующих мер:

- поиск новых форм и направлений внеучебной деятельности, адекватных современным ценностным ориентациям студенческой молодежи в сочетании с имеющимся позитивным опытом и традициями;

- создание Центра и системы социального мониторинга интересов и динамики проблем студенческой жизни;

- совершенствование системы информирования студентов (в том числе оборудование ярких информационных стендов в учебных корпусах, оптимизация системы радиовещания, издание общевузовской газеты);

- создание службы психологической поддержки студентов, консультативной помощи; активизация работы по социальной защите студентов, соблюдению их прав и льгот;

- оказание помощи во вторичной занятости студентов и трудоустройстве выпускников посредством организации студенческой биржи труда;

- совершенствование системы управления внеучебной деятельностью; создание организационной структуры, координирующей внеучебную деятельность, определяющей ее направления, осуществляющей контроль и несущей ответственность за ее результаты; совершенствование системы стимулирования внеучебной деятельности;

- реализация в системе внеучебной работы возможностей студенческого самоуправления; создание условий для самостоятельной инновационной деятельности самих студентов в сфере внеучебного времени; создание банка данных о творческих организаторских способностях студентов, их использование в учебно-воспитательной деятельности;

- содействие работе профсоюзной студенческой организации, молодежному движению студенческих отрядов, другим общественным организациям, органам студенческого самоуправления в общежитиях, клубам и объединениям;

- обеспечение материальной и финансовой базы внеаудиторной работы;

- создание системы морального и материального стимулирования наиболее активных преподавателей и студентов - организаторов внеучебной деятельности;

- реализация целенаправленной кадровой политики, обеспечение профессионализма организаторов внеучебной работы — преподавателей, студентов-общественников, штатных сотрудников-специалистов;

- совершенствование работы кураторов, контроль за их деятельностью, регулярное проведение конкурса кураторов;

- осуществление действенного контроля u1079 за содержанием и эффективностью внеучебной работы, использованием ее результатов для корректировки планов и решений.

Возможно, совершенствование учебной деятельности, а также обновление воспитательной работы в вузе в соответствии с требованиями времени приведут в будущем к увеличению внеучебного времени, которое может быть использовано как для общего развития, воспитания личности, так и для углубления профессиональной подготовки специалистов.

Основной целью Вуза является учебная работа, но, несмотря на это, важное место занимает и внеучебная деятельность, а именно:

- хозяйственная деятельность (наличие дополнительных услуг-банк, буфет, столовая, курительная комната и т.д.);

- наличие бытовых услуг (лавочки, урны и т.п.);

- наличие спортивных секций, спортивно-патриотических клубов;

- организация досуга (команды КВН, театральные кружки, танцевальные студии, проведение конкурсов и т.п.).

Таким образом, материал, изложенный в данной главе, позволяет автору сделать следующие выводы:

* Конкурентоспособность - это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений.
* Конкурентоспособность предприятия - это ее способность выпускать конкурентную продукцию, ее преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами.
* Конкурентоспособность услуг – это величина относительная, и определенный показатель этой важной экономической категории может быть выявлен при исследовании конкурирующих услуг.
* Вуз – это оказание образовательных услуг, основной деятельностью которого является учебная и внеучебная деятельность. К деятельности Вуза относятся такие составляющие как:
* Конкурентоспособность вуза – это готовность Вуза предоставить образовательные услуги в инновационном режиме с использованием современных информационных технологий и ноу-хау.

Анализ конкурентоспособности основывается на маркетинговых исследованиях, соблюдении нормативных показателей и информации внутреннего характера.

Особенности конкурентоспособности вуза проявляются в том, что:

* в конкурентоспособности фокусируются все показатели качества и ресурсоемкости работы всего персонала вуза по всем стадиям жизненного цикла образовательной услуги;
* в настоящее время отсутствуют международные документы по оценке конкурентоспособности вуза;
* техническая, экономическая, кадровая, социальная политика вуза не ориентированы на обеспечение конкурентоспособности вуза.

В России практически отсутствуют исследования по проблемам конкурентоспособности вуза.

Особенности конкурентоспособности конкретного Вуза будут рассмотрены во 2 главе.

Глава 2. Особенности конкурентоспособности МИЭМП

2.1. Общая характеристика деятельности МИЭМП

МИЭМП был создан в 1993 году и является одним из первых негосударственных вузов России.

Институт является разработчиком собственных специализированных программ, направленных на сотрудничество с государственными и коммерческими предприятиями – работодателями, благодаря которым студенты МИЭМП во время обучения проходят практику в финансовых учреждениях г. Москвы – банках, инвестиционных и страховых компаниях и т.д. [[10]](#footnote-10)

**В рамках факультета Экономики и финансов** МИЭМП готовит специалистов по специальностям: «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудита», «Налоги и налогообложение».

Факультет Управления готовит специалистов по следующим направлениям: «Э**кономика и управление на предприятии (в городском хозяйстве)», «Менеджмент организации», «Маркетинг», «Управление персоналом», «Мировая экономика», «Прикладная информатика (в экономике)», «Государственное и муниципальное управление».**

Юридический факультет МИЭМП готовит юристов по специализациям "Государственное право", "Гражданское право" и "Уголовное право" для дальнейшей работы в компаниях всех форм собственности. [[11]](#footnote-11)

По окончанию обучения все выпускники МИЭМП получают возможность трудоустройства на конкурсной основе по полученным специальностям.

В Институте предусмотрены дневная, вечерняя, заочная и субботняя формы обучения.

На Рис. 3. представлена динамика численного состава студентов МИЭМП по факультетам и формам обучения за 2003-2006 гг.

Рис. 3. Динамика численного состава студентов МИЭМП по факультетам и формам обучения за 2003-2006 гг.

Из анализа структуры численного состава студентов МИЭМП по факультетам и формам обучения за 2003-2006 гг. видна положительная динамика по всем формам обучения и всем факультетам.

Рост количества студентов объясняется, прежде всего, увеличением количества специальностей.

Наибольшее количество студентов обучается на очной форме обучения. По численности студентов положение лидера занимает Факультет управления, т.к. на данном факультете самое большое количество специальностей.

В связи с ростом количества студентов для повышения эффективности учебной, учебно-методической и научно-исследовательской работы со студентами, а также качества образовательного процесса в целом необходимо увеличение числа преподавателей, как на штатной основе, так и на условиях почасовой оплаты.

Для всех желающих в МИЭМП имеется возможность получить второе высшее образование. Для ее реализации разработаны сокращенные программы подготовки специалистов, в полном соответствии с Федеральным Законом РФ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании».

По окончании обучения выпускникам выдается государственный диплом.

В Институте развивается международное сотрудничество, направленное, прежде всего, на повышение профессионального уровня преподавательского состава, а также максимально полную реализацию потенциала обучающихся в МИЭМП студентов.

Институт участвует в следующих международных проектах ISA: Международная общественная студенческая организация

Благодаря поддержке Института, студенты имеют возможность участвовать во Всероссийском открытом Конкурсе на стипендии Президента Российской Федерации для обучения за рубежом.

Что касается преподавателей, МИЭМП гордится одним из лучших профессорско-преподавательских составов среди негосударственных ВУЗов России.

Более 50% преподавателей имеют степень доктора наук и звание профессора, среди них – крупнейшие российские юристы (Ревин В.П., заслуженный деятель науки РФ, Дорохов Н.И. д.ю.н., профессор, Емельянов Б.М. д.ю.н., профессор), экономисты, авторы научных трудов и учебников по базовым дисциплинам реализуемых в Институте образовательных программ.

Это ученые, сочетающие педагогическую деятельность с практической работой в государственных и иных учреждениях самого высокого уровня. Они участвуют в разработке федеральных экономических программ и законопроектов, являются консультантами, советниками и экспертами высших органов законодательной и исполнительной власти России.

На Рис. 4-6 представлена динамика численности профессорско-преподавательского состава МИЭМП за 2003-2006гг.

Рис. 4. Численность профессорско-преподавательского состава МИЭМП по категориям за 2003-2006 гг.

Рис. 5. Численность профессорско-преподавательского состава МИЭМП, имеющего ученую степень, за 2003-2006 гг.

Рис. 6. Численность профессорско-преподавательского состава МИЭМП, имеющего ученое звание, за 2003-2006 гг.

Из анализа численности профессорско-преподавательского состава МИЭМП можно сделать вывод, что в 2004 году по сравнению с 2003г. численность основного профессорско-преподавательского персонала увеличилась на 3,8%. В 2005 году произошло значительное увеличение численности основного профессорско-преподавательского персонала (36,5%) В 2006 году численность основного профессорско-преподавательского персонала сократилась незначительно, на 2,7%. .

Численность профессорско-преподавательского персонала, работающего на условиях штатного совместительства в 2004 году по сравнению с 2003 резко сократилась на 47,3%. В период с 2004 по 2006 год, численность профессорско-преподавательского персонала, работающего на условиях штатного совместительства изменялась незначительно, имея тенденцию к увеличению.

Общая численность профессорско-преподавательского персонала, МИЭМП имеющего ученую степень после резкого спада из-за сокращения общего количества персонала в 2004 году неуклонно растет с каждым годом, что является положительным фактором.

Общая численность профессорско-преподавательского персонала, МИЭМП имеющего ученое звание с 2003 по 2005 гг. постоянно сокращалась. В 2005-2006 году численность профессорско-преподавательского персонала, МИЭМП имеющего ученое звание оставалась практически без изменений.

Сокращение профессорско-преподавательского персонала, МИЭМП имеющего ученое звание является негативным фактором, поэтому, необходимо принять меры для повышения уровня профессорско-преподавательского состава МИЭМП.

Согласно уставу МИЭМП - Институт имеет своей основной целью реализацию программ среднего профессионального, высшего профессионального, послевузовского профессионального образования, а также дополнительного образования.[[12]](#footnote-12)

Направления (специальности) подготовки и переподготовки специалистов определяются лицензиями, получаемыми Институтом в установленном порядке. Содержание образовательного процесса по направлениям (специальностям) определяется Институтом на основе соответствующих государственных образовательных стандартов.

Для достижений намеченных целей и решения указанных задач, Институт вправе осуществлять следующие виды деятельности:

* проводить обучение в соответствии с утвержденными в соответствии с Уставом образовательными программами;
* осуществлять программы и отдельные акты благотворительности и милосердия за счет привлеченных средств или средств, полученных от хозяйственной деятельности Института;
* финансировать полностью или частично созданные и создаваемые Институтом некоммерческие организации и учреждения, в т.ч. образовательные;
* оказывать дополнительные платные образовательные услуги в порядке, установленном законодательством;
* осуществлять издательско-полиграфическую деятельность и типографские услуги; финансировать, организацию производства и распространение книжно-журнальной, фото — и другой продукции, в том числе периодических изданий, в соответствии с целями и задачами Института;
* оказывать консультационные и информационные услуги по проблемам педагогики и иным, связанным с воспитанием и обучением проблемам;
* оказывать юридические услуги;
* осуществлять туристическую деятельность, в том числе и международную;
* осуществлять обмен опытом в области образования с Российскими и зарубежными организациями, научными и общественными деятелями;
* организовывать и проводить выставки, конференции, семинары, лекции, встречи и иные мероприятия, в соответствии с уставными целями Института, как в Российской Федерации, так и за рубежом;
* организовывать и финансировать работу постоянных и временных научных и образовательных центров и творческих коллективов, курсов педагогической и иной направленности;
* участвовать в международном сотрудничестве и обмене опытом в сфере образовательной и благотворительной работы;
* проводить благотворительные мероприятия в пользу Института (лотереи, аукционы, концерты, спортивные, досуговые мероприятия), опираясь на содействие государственных и общественных организаций, творческих союзов, предпринимателей, инициативных групп граждан;
* осуществлять за счет собственных средств строительство, капитальный или текущий ремонт зданий и сооружений производственного, социального, образовательного, жилого и культурно-бытового назначения, в том числе с правом выполнять функции заказчика, подрядчика и иные имеющиеся в строительстве функции;
* организовывать все виды рекламы;
* проводить маркетинговые исследования;
* осуществлять методическую помощь образовательным центрам, учреждениям и организациям;
* обеспечивать дополнительное медицинское обслуживание обучающихся, преподавателей и сотрудников Института и созданных им учреждений и организаций;
* предоставлять за счет собственных и (или) привлеченных средств юридическим и физическим лицам ссуды, а также выступать гарантом обязательств третьих лиц;
* осуществлять производство и (или) реализацию товаров народного потребления и оборудования;
* осуществлять посредническую деятельность;
* осуществлять инвестиционную деятельность;
* организовывать пункты общественного питания;
* создавать информационные банки данных и обслуживать их;
* приобретать акции, облигации, иные ценные бумаги и получать проценты (дивиденды) по ним;
* реализовывать и (или) сдавать в аренду основные фонды и имущество Института.[[13]](#footnote-13)

Институт вправе в соответствии с Уставом и в порядке, предусмотренном действующим законодательством Российской Федерации, совершать разного рода сделки, в том числе приобретать, принимать и передавать (в том числе безвозмездно) любое имущество, кроме имущества, права распоряжения которым ограничены собственниками (Учредителями), открывать филиалы и представительства Института на территории Российской Федерации и за рубежом.

Филиалы и отделения Института проходят лицензирование, аттестацию и аккредитацию в порядке, установленном законодательством Российской Федерации для образовательных учреждений.

Институт, в соответствии с действующим в Российской Федерации законодательством, осуществляет фундаментальные и прикладные научные исследования.

Факультеты и кафедры являются основными подразделениями Института, осуществляющими образовательный процесс, проведение научных исследований и научно-методической работы.

Руководство деятельностью факультета осуществляет декан, который несет персональную ответственность за результаты работы факультета. Полномочия декана определяются положением о факультете.

Главными задачами кафедры являются организация и осуществление учебной и учебно-методической работы по одной или нескольким родственным дисциплинам, воспитательной работы со студентами и слушателями, научной работы по профилю кафедры, подготовки научно-педагогических кадров и повышения их квалификации. Кафедру возглавляет заведующий, который руководит ее работой в пределах полномочий, предоставляемых ему положением о кафедре.

Декан факультета и заведующий кафедрой избираются Ученым советом в соответствии с положениями о факультете и положении, о кафедре.

Управление Институтом осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации и Уставом. При этом педагогическим работникам из числа профессорско-преподавательского состава, научным работникам, студентам и слушателям в пределах, предусмотренных законодательством Российской Федерации об образовании, предоставляются академические свободы, в том числе свобода педагогических работников излагать учебные предметы по своему усмотрению, выбирать темы для научных исследований и проводить их своими методами, а также свобода студентов и слушателей получать знания согласно своим склонностям и потребностям.

Органами Института являются:

* Общее собрание учредителей;
* Президент Института;
* Ученый совет;
* Ректор;
* Попечительский совет.

Руководство Института представлено в Приложении 1.

В Институте открыта **аспирантура** по следующим специальностям:

* Экономическая теория;
* Экономика и управление народным хозяйством;
* Уголовный процесс, криминалистика и судебная экспертиза, оперативно-розыскная деятельность.
* Уголовное право и криминология, уголовно-исполнительное право.

К научному руководству и консультированию **аспирантов** привлечены известные специалисты в области экономики и юриспруденции, имеющие ученую степень доктора наук и звание профессора.

Подготовка аспирантов в МИЭМП осуществляется в **очной** и **заочной форме** на платной основе. Срок обучения в очной аспирантуре — 3 года, в заочной аспирантуре — 4 года.

Все основные мероприятия по подготовке аспирантами кандидатских диссертаций осуществляются на кафедрах. МИЭМП выступает в качестве организатора научных конференций, симпозиумов и семинаров.
Аспиранты представляют на них свои доклады, делают научные сообщения.

С 2006 г. Всемирный технологический университет на базе стратегического партнерства с Московским институтом экономики, менеджмента и права проводит набор на программу «Магистр».

Подготовка ведется по следующим направлениям:

1. Экономика:

— Программа «Финансы»;

— Программа «Экономика фирмы»;.

1. Менеджмент:

— Программа «Управление человеческими ресурсами»;

— Программа «Финансовый менеджмент»;

— Программа «Маркетинг».

На программу «Магистр» принимаются лица, имеющие высшее образование. Форма обучения — заочная Срок обучения — 1 год 10 месяцев

Для обучения используются элементы дистанционного обучения, индивидуальный график обучения, широко внедрены электронные учебники.

Лицам, успешно завершившим обучение, присуждается квалификационная академическая степень магистра и выдается диплом государственного образца.

Колледж МИЭМП является структурным подразделением Московского института экономики, менеджмента и права. [Лицензия](http://www.miemp.ru/i/licence_2005.jpg) Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки Серия А №164593, регистрационный №4495 от 25.03.2005 г., [свидетельство](http://www.miemp.ru/i/svidetelstvo_2005.jpg) о государственной аккредитации Серия В №000405, регистрационный №1839 от 28.03.2005 г.

Специальности среднего профессионального образования аккредитованы на основании Приказа Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) Министерства образования РФ №1777 от 20.07.2005 г.

Колледж МИЭМП осуществляет подготовку студентов по следующим специальностям:

* Экономика и бухгалтерский учет со специализацией "Налогообложение";
* Экономика и бухгалтерский учет со специализацией "Страхование";
* Менеджмент со специализацией "Туристический и гостиничный бизнес";
* Менеджмент со специализацией "Страховое дело";
* Право и организация социального обеспечения;
* Автоматизированные системы обработки информации и управления.

Учебный процесс в Колледже обеспечивают **высококвалифицированные преподаватели**, из них 41% имеют ученые степени, звания и высшую педагогическую категорию.
Коллектив преподавателей постоянно работает над совершенствованием методики преподавания, использованием инновационных методов обучения, проводит большую работу по профориентации, участвует в научно-исследовательских работах. А регулярный **контроль за знаниями учащихся** гарантирует высокое качество обучения в Колледже.

Центр Дополнительного Образования МИЭМП (Лицензия серия А №164593 рег. №4495 от 25.03.2005 г.) основан в мае 2003 года и является одним из ведущих специализированных центров краткосрочного обучения и повышения квалификации специалистов.

ЦДО МИЭМП является сертифицированным центром фирмы «1С».

Задачей Центра является расширение образовательных услуг, оказываемых Институтом.

Обучение проводят квалифицированные преподаватели, имеющие многолетний практический опыт работы. Многие имеют ученые степени. На занятиях применяются уникальные авторские методики обучения.

Центр давно известен не только в Москве и Московской области, но и в других городах и регионах России. Наши филиалы находятся в городах: Воронеж, Н. Новгород, Рязань, Тула, Черноголовка, Краснодар, Пенза, Пермь, Ростов-на Дону, Сергиев Посад.

Подготовка слушателей осуществляется в классах, оснащенных мультимедийной техникой, современными наглядными пособиями, новейшими компьютерами на базе процессоров Pentium и Celeron. В программы большинства курсов включено обучение работе на компьютере, что является особенно актуальным на сегодняшний день.

Занятия проводятся по мере комплектования групп в удобное для Вас время: утром, днем и вечером, а также в выходной день. Возможно индивидуальное обучение.

Центр карьеры, практики и трудоустройства является структурным подразделением Московского института экономики, менеджмента и права. Центр карьеры практики и трудоустройства постоянно ведет работу по расширению сети стратегических партнеров института по временному трудоустройству студентов и постоянному трудоустройству выпускников института.

Центр карьеры, практики и трудоустройства является структурным подразделением Московского института экономики, менеджмента и права.

Его основная задача — организация прохождения практики студентами и помощь студентам и выпускникам Института в трудоустройстве.

Внеучебную деятельность в МИЭМП координирует проректор   по внеучебной деятельности. В своей деятельности проректор по внеучебной деятельности руководствуются Федеральным законом   "О   высшем   и   послевузовском профессиональном образовании",  уставом вуза, положениями об отделе по внеучебной работе,  о кураторе академической группы и  др.,  решениями ученого   совета,  приказами  и  распоряжениями  ректора,  касающимися внеучебной работы в вузе.

В МИЭМП действуют следующие внеучебные объединения:

* Студенческий парламент;
* Команды КВН;
* Радио МИЭМП;
* Клуб менеджеров;
* Страничка в Интернет сайте МИЭМП;
* Клуб политологов.

В целях учебной, а также внеучебной деятельности студенты МИЭМП имеют возможность пользоваться библиотекой МИЭМП.

В МИЭМП существуют также следующие дополнительные услуги для студентов:

* солярий,
* парикмахерская,
* книжный магазин,
* столовая,
* киоски,
* буфет,
* услуга – Банк (возможность внести плату за обучение непосредственно в Институте).

На территории МИЭМП организованы курительные комнаты для студентов и преподавателей.

* В МИЭМП в рамках внеучебной деятельности организовываются и проводятся следующие мероприятия:
* Конкурс красоты: «Мисс МИЭМП»;
* Игры КВН;
* Конкурсы и показательные выступления танцевального клуба и театрального кружка;
* Дискотеки;
* Мероприятия международного студенческого клуба по установлению и развитию контактов со сверстниками из других стран, а также организации обменных зарубежных практик студентов.

Для решения задач развития внеучебной деятельности МИЭМП необходимы:

- систематическая работа со всеми организаторами внеучебной работы в вузе;

- расширение межвузовских связей на уровне городов, отдельных регионов;

- развитие всего многообразия внеучебной деятельности;

- совершенствование взаимодействия с органами студенческого самоуправления;

- расширение научных исследований в области воспитательной работы МИЭМП;

- пропаганда опыта ведущих вузов России по организации свободного времени студенчества (спорт, наука, художественное творчество).

Вопросы повышения ответственности администрации, профессорско-преподавательских коллективов за качество организации воспитательной работы в вузах необходимо четко распределить.

МИЭМП осуществляет свою деятельность на высоком рынке образовательных услуг, в дальнейшем попытаемся рассмотреть его конкурирующие услуги.

2.2. Конкурентоспособность внеучебной деятельности МИЭМП

МИЭМП функционирует на московском рынке образовательных услуг. Данный рынок постоянно увеличивается. В настоящее время на московском рынке образовательных услуг функционирует более 700 высших учебных заведений.

Поэтому, ведя конкурентную борьбу, МИЭМП опирается не только на образовательные услуги, но и на дополнительные услуги.

Для того чтобы оценить уровень конкуренции проведём анализ его конкурентоспособности дополнительных услуг.

Оценить конкурентоспособность МИЭМП можно было бы с помощью применения методики бенчмаркетинга.

Бенчмаркетинг можно рассматривать как одно из важнейших направлений стратегически ориентированных маркетинговых исследований. Бенчмаркинговый подход приводит к существенному изменению процедуры принятия решения в маркетинге. Традиционно маркетинговые решения принимались на основе результатов маркетинговых исследований и интуиции менеджеров в отношении комплекса маркетинга. На основе этого разрабатывалась маркетинговая стратегия фирмы. Современные условия бизнеса приводят к тому, что для обеспечения конкурентоспособности фирмы и ее устойчивого положения подобных действий становиться недостаточно.

Необходимо изучение опыта деятельности и поведения на рынке лидеров бизнеса для повышения обоснованности стратегий маркетинга. В рамках дипломной работы применение данного метода оказалось невозможным, т.к. автор не располагает информацией, необходимой для исследования, по другим вузам.

В ходе исследования я проводила анализ документов института МИЭМП, опросы преподавателей, администрации, уделяя основное внимание внеучебной деятельности.

На рис. 7, (Приложение 2) представлены основные факторы, влияющие на конкурентоспособность ВУЗа с точки зрения традиционного подхода к определению показателей конкурентоспособности ВУЗа. Перечень факторов выявлен на основе анализа литературных источников, логики исследования категории «конкурентоспособность вуза» и результатов мониторинга деятельности вузов г. Москвы.

Оценка конкурентоспособности МИЭМП проводится по критериям оценки конкурентоспособности ВУЗа с точки зрения потребителя. При их разработке решалась двусторонняя задача - оценить материальные возможности потребителя и дать оценку деятельности МИЭМП относительно запросов потребителя.

Конкурентоспособность образовательной услуги - это свойство, характеризующее ее возможности по предоставлению соответствующего уровня высококвалифицированных знаний по сравнению с лучшими аналогичными образовательными услугами, представленными на рынке, и степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик предлагающего ее образовательного учреждения, удовлетворяющих требованиям потребителей; определяющее степень ее привлекательности на потребительском рынке, выделяющее сегменты этого рынка, принадлежащий данному образовательному учреждению, и препятствующее перераспределению этого рынка в пользу других образовательных учреждений как в настоящее время, так и в будущем.

На основании того, что студенты являются основным источником информации для проведения оценки конкурентоспособности вуза, для понимания конкурентоспособности услуг МИЭМП было проведено исследование среди студентов первого курса. Первокурсники были выбраны на основании того, что более старшие курсы уже учились в МИЭМП при внедрении существующих на настоящий момент новшеств, и поэтому их оценка не будет столь объективной.

Методом сбора информации был выбран опрос способом личного интервьюирования методом анкетирования. Для проведения опроса среди студентов 1 курса очного отделения была разработана анкета, которая представлена в Приложении 3. Опрос проводился в середине марта 2007г. в течение недели. На очном отделении был опрошен 131 студент первого курса.

Результаты представлены опроса студентов очного отделения приведены в Таблице 1.

Таблица 1

Результаты анкетирования студентов очного отделения

|  |  |
| --- | --- |
| Вопрос | Получено положительных ответов студентов, % |
| Откуда Вы узнали о МИЭМП? |  |
| а) от друзей, знакомых, родственников;  | 42 |
| б) через Интернет; | 32 |
| в) из газеты, журналов;  | 16 |
| г) другое | 10 |
| Почему Вы выбрали именно МИЭМП? |  |
|  а) случайно; | 4 |
|  б) удобные формы обучения;  | 21 |
|  в) доступная оплата;  | 43 |
|  г) легко поступить;  | 18 |
|  д) даёт высокий уровень подготовки;  | 12 |
|  е) другое  | 2 |
| Почему Вы выбрали именно эту специальность? |  |
|  а) подсказали родители, знакомые, друзья;  | 39 |
|  б) это моё призвание;  | 19 |
|  в) это престижная, высокооплачиваемая специальность;  | 40 |
|  г) другое | 2 |
| Как Вы оцениваете условия обучения? |  |
|  а) отличные;  | 56 |
|  б) хорошие;  | 41 |
|  в) удовлетворительные; | 3 |
|  г) неудовлетворительные. | - |

На вопрос: «Откуда Вы узнали о МИЭМП?» больше всего опрошенных (42%) ответили – от друзей, знакомых, родственников. Это говорит о том, что МИЭМП пользуется популярностью на рынке образовательных услуг.

На вопрос: «Почему Вы выбрали именно МИЭМП?» выбор большинства опрошенных пал на то, что в МИЭМП – Достойная оплата (43%) и Удобные формы обучения (21%).

На вопрос: «С какими ещё высшими заведениями Вы сравнивали МИЭМП при поступлении?» были получены ответы, не представляющие данные для группировки. ВУЗами сравнения были: МГУП, РГТУ, СГУ, МАИ, МГОУ, ГУЗ, МИИТ, РАПС, Финансовая академия, МИРБИС, Плехановская академия, институт Натальи Нестеровой, ВГНА, МГУТУ, РГСУ, РГИИС, МГСУ, а также многие другие.

Большинство студентов оценили условия обучения, как «отличные»(56%)

У большинства опрошенных (40%) выбор специальности был сделан на основании того, что это престижная, высокооплачиваемая специальность. Однако 39% студентов сделали свой выбор под влиянием родителей.

В таблице 2 рассмотрены ответы студентов на вопрос: Чего, по-вашему, не хватает в институте МИЭМП?

Таблица 2

Ответы студентов на вопрос: «Чего, по-вашему, не хватает в институте МИЭМП?», %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Ответ | Получено положительных ответов студентов, % |
|  | физкультуры | 23 |
|  | бассейна | 20 |
|  | Интернет кафе | 12 |
|  | радиоэфира | 11 |
|  | лавочек на этажах | 7 |
|  | бесплатной литературы | 4 |
|  | кондиционеров | 2 |
|  | тренажерного зала | 11 |
|  | специалистов | 1 |
|  | общение между студентами и преподавателями | 2 |
|  | показа в столовой футбола по телевизору | 2 |
|  | низких цен в буфете | 4 |
|  | Есть все | 1 |

В Приложении 4 представлена Диаграмма 1, показывающая соотношение ответов студентов, в %.

Для проведения опроса среди студентов 1 курса очно-заочного отделения была также разработана анкета, которая представлена в Приложении 5. Опрос проводился в середине марта 2007г. в течение недели. На очно-заочном отделении было опрошено 65 студентов первого курса.

Результаты опроса очно-заочного отделения приведены в Таблице 3.

Таблица 3

Результаты анкетирования студентов очно-заочного отделения

|  |  |
| --- | --- |
| Вопрос | Получено положительных ответов студентов, % |
| Откуда Вы узнали о МИЭМП? |  |
| а) от друзей, знакомых, родственников;  | 39 |
| б) через Интернет; | 31 |
| в) из газеты, журналов;  | 18 |
| г) другое | 12 |
| Почему Вы выбрали именно МИЭМП? |  |
|  а) случайно; | 4 |
|  б) удобные формы обучения;  | 21 |
|  в) доступная оплата;  | 43 |
|  г) легко поступить;  | 8 |
|  д) даёт высокий уровень подготовки;  | 12 |
|  е) другое  | 12 |
| Как Вы оцениваете условия обучения? |  |
|  а) отличные;  | 54 |
|  б) хорошие;  | 43 |
|  в) удовлетворительные; | 7 |
|  г) неудовлетворительные. | - |
| Как Вы оцениваете состояние внеучебной деятельности? |  |
|  а) отлично;  | 39 |
|  б) хорошо;  | 29 |
|  в) удовлетворительно; | 30 |
|  г) неудовлетворительно. | 2 |

На вопрос: «Откуда Вы узнали о МИЭМП?» больше всего опрошенных (39%) ответили – от друзей, знакомых, родственников. Это снова подтверждает то, что МИЭМП пользуется популярностью на рынке образовательных услуг.

На вопрос: «Почему Вы выбрали именно МИЭМП?» выбор большинства опрошенных также пал на то, что в МИЭМП – Достойная оплата (43%) и Удобные формы обучения (21).

Большинство опрошенных студентов оценили условия обучения, как «отличные»(54%)

Большинство студентов состояние внеучебной деятельности оценили как: «отличное». Тем не менее, были выявлены некоторые недостатки.

В Таблице 4 рассмотрены ответы студентов на вопрос: «Что вы можете отнести к первостепенным социальным проблемам студенчества в вузе?»

Таблица 4

Ответы студентов на вопрос: «Что вы можете отнести к первостепенным социальным проблемам студенчества в вузе?», %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Ответ | Получено положительных ответов студентов, % |
|  | Трудности материального положения | 21 |
|  | Недостаток денежных средств | 20 |
|  | Отсутствие возможности подрабатывать | 12 |
|  | Неинтересная студенческая жизнь на факультете (институте) | 19 |
|  | Нехватка свободного времени | 17 |
|  | Недружные отношения в группе | 9 |
|  | Устраивает все | 2 |

В Таблице 5 рассмотрены ответы студентов на вопрос: Чего, по-вашему, не хватает в институте МИЭМП?

Таблица 5

Ответы студентов на вопрос: «Чего, по-вашему, не хватает в институте МИЭМП?», %

|  |  |
| --- | --- |
| Ответ | Получено положительных ответов студентов, % |
| физкультуры | 24 |
| бассейна | 21 |
| Интернет кафе | 13 |
| лавочек на этажах | 8 |
| бесплатной литературы | 6 |
| кондиционеров | 2 |
| тренажерного зала | 14 |
| специалистов | 4 |
| общение между студентами и преподавателями | 2 |
| низких цен в буфете | 5 |
| Есть все | 2 |

Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы:

* МИЭМП пользуется популярностью на рынке образовательных услуг среди других вузов;
* потребители услуг МИЭМП не в полной мере довольны качеством предоставляемых им услуг;
* в МИЭМП отсутствует индивидуальный подход к студенту, пониманию его нужд.

Таким образом, материал, изложенный в данной главе, позволяет автору сделать следующие выводы:

1) МИЭМП является одним из первых негосударственных вузов России. Институт является разработчиком собственных специализированных программ, направленных на сотрудничество с государственными и коммерческими предприятиями – работодателями, благодаря которым студенты МИЭМП во время обучения проходят практику в финансовых учреждениях г. Москвы.

В Институте предусмотрены дневная, вечерняя, заочная и субботняя формы обучения.

Управление Институтом осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации и Уставом.

В Институте открыта **аспирантура.** С 2006 г. Всемирный технологический университет на базе стратегического партнерства с Московским институтом экономики, менеджмента и права проводит набор на программу «Магистр».

Колледж МИЭМП является структурным подразделением Московского института экономики, менеджмента и права.

Центр Дополнительного Образования МИЭМП является одним из ведущих специализированных центров краткосрочного обучения и повышения квалификации специалистов.

Центр карьеры, практики и трудоустройства является структурным подразделением Московского института экономики, менеджмента и права.

В МИЭМП действуют различные внеучебные объединения. Внеучебную деятельность в МИЭМП координирует проректор   по внеучебной деятельности.

В целях учебной, а также внеучебной деятельности студенты МИЭМП имеют возможность пользоваться библиотекой МИЭМП.

В МИЭМП существуют дополнительные услуги для студентов.

На территории МИЭМП организованы курительные комнаты для студентов и преподавателей.

В МИЭМП в рамках внеучебной деятельности организовываются и проводятся разнообразные мероприятия.

2) Процесс оценивания конкурентоспособности МИЭМП является субъективным, поэтому при принятии решения о степени конкурентоспособности образовательного учреждения рекомендуется рассчитать не только количественные значения показателей.

3) Можно сделать вывод, что более прочные конкурентные позиции займут те вузы, которые будут работать над созданием пользующейся доверием у потребителей торговой марки.

4) По результатам проведенного в данной главе исследования можно сказать, что:

* МИЭМП пользуется популярностью на рынке образовательных услуг среди других вузов;
* потребители услуг МИЭМП не в полной мере довольны качеством предоставляемых им услуг;
* в МИЭМП отсутствует индивидуальный подход к студенту, пониманию его нужд.

5) На основании проведенного исследования сделан вывод, что основными направлениями повышения конкурентоспособности МИЭМП будут являться следующие мероприятия:

* Развитие студенческого самоуправления;
* Совершенствование бытовых условий МИЭМП;
* Организация спортивных секций.

Решению данных проблем будет посвящена 3 глава.

Глава 3. Основные направления совершенствования внеучебной деятельности МИЭМП

Современный формирующийся рынок образовательных услуг требует от вузов новых ориентиров и подходов в работе со студентами. Эта потребность предполагает воссоздание системы воспитательной работы, поиск адекватных требованиям времени форм и способов такой деятельности на основе изучения ценностных ориентаций студенчества. Как известно, воспитание в учебном заведении осуществляется через содержание учебного процесса, а также вне его - во внеучебной деятельности.

Современные проблемы, противоречия, связанные с внеучебной деятельностью в вузе, отношение к ней студенчества были выявлены в ходе социологического исследования рассмотренного в предыдущей главе.

Эти результаты социологического исследования обосновывают необходимость организованной внеучебной деятельности с точки зрения интересов и потребностей ее участников.

В целях повышения конкурентоспособности МИЭМП предлагается
усовершенствовать внеучебную деятельность, в частности:

* Организовать развитие студенческого самоуправления;
* Усовершенствовать бытовые условия МИЭМП;
* Организовать спортивные секции.

3.1. Развитие студенческого самоуправления МИЭМП

Студенты МИЭМП живут насыщенной, разнообразной многоплановой деятельностью. У нас есть Парламент, радио МИЭМП, клуб менеджеров, команды КВН, Клуб политологов и т.д.

Но все эти интересные разнообразные и нужные направления существуют сами по себе. Как эти разнообразные усилия объединить и создать эффективную систему управления внеучебной деятельностью МИЭМП?

С целью совершенствования внеучебной деятельности в МИЭМП следует объединить Парламент, команды КВН, радио МИЭМП, клуб менеджеров, и т.д., и создать единый Студенческий совет МИЭМП.

Студенческое самоуправление – это инициативная, самостоятельная, ответственная совместная деятельность неравнодушных к собственной судьбе студентов, направленная на решение любых вопросов своей жизнедеятельности:

* организация праздников в той форме, которая им самим интересна;
* определение кого из сокурсников поощрить;
* согласование учебного процесса и т.д.

Целями нашего студенческого самоуправления являются:

* Самоподготовка студента к будущей профессиональной деятельности, которая невозможна без активной жизненной позиции, навыков в управлении общественными делами, способности принимать решения и нести за них ответственность;
* Улучшение условий для качественного образования и самовоспитания студентов;
* Развитие студентов в профессиональном и личностном плане;
* Удовлетворение потребностей студентов в нравственном, интеллектуальном, культурном, социальном и физическом самосовершенствовании;
* Практическая реализация возможности студентов проявить организаторские, аналитические, творческие, научные и другие способности.

Формировать Студенческий совет Института требуется путем делегирования двух представителей от каждой группы Института (старосты группы и его заместителя) и представителей студенческого актива.

Избирать Председателя Студенческого совета на последнем заседании Студенческого Совета в текущем учебном году сроком на один год из числа членов Студенческого совета простым большинством голосов и утверждать директором института.

В обязанности председателя Студенческого совета должно входить:

1. Ведение заседаний Студенческого совета в соответствии с принятым регламентом;
2. Организация исполнения решений, принятых Студенческим советом;
3. Представление Студенческого совета по вопросам его деятельности в администрации Института и иных молодежных и студенческих организациях.

Следует назначать Заместителя Председателя Студенческого совета Председателем Студенческого совета из числа членов Студенческого совета.

В обязанности Заместителя Председателя Студенческого совета должно входить:

1. Ведение протокола заседания Студенческого совета;
2. Помощь Председателю Студенческого совета по вопросам, относящимся к его компетенции;
3. Исполнение обязанностей Председателя Студенческого совета во время его отсутствия.

Необходимо избирать Руководителей Комитетов Студенческого совета из числа членов Студенческого совета.

В обязанности Руководителей Комитетов Студенческого совета должно входить:

1. Формирование Комитета из активных студентов Института и поиск потенциальных активистов по направлениям, отнесенным к компетенции комитета;
2. Организация работы Комитета;
3. Разработка проектов и плана работы Комитета;
4. Координация работы проектов, находящихся в разработке Комитета, и подготовка отчетов о ходе выполнения проектов и работе Комитета на заседаниях Студенческого совета.

Необходимо назначать Руководителя проекта председателем, по представлению Руководителя соответствующего Комитета. Руководителем проекта, по моему мнению, может быть как член Студенческого совета, так и любой другой студен Института. Руководитель проекта должен осуществлять непосредственное руководство проектом. Руководитель проекта будет подотчетен Руководителю соответствующего Комитета.

Заместитель Председателя Студенческого совета и Руководители комитетов Студенческого совета должны быть подотчетны в своей работе Председателю Студенческого совета.

Председатель Студенческого совета, его Заместитель, Руководители комитетов Студенческого совета и Председатель Студенческого научного общества должны образовывать Президиум Студенческого совета.

Следует наделить Президиума Студенческого совета следующими полномочиями:

1. Обсуждение и утверждение повестки заседания Студенческого совета;
2. Решение общеорганизационных вопросов;
3. Координация деятельности комитетов Студенческого совета.

Также из студентов Института, активно принимающих участие в культурной, спортивной, научной и иной социально значимой деятельности Студенческого совета и Института необходимо сформировать Студенческий актив Института.

Желательно организовать Старостат, который будет являться формой студенческого самоуправления, органом Студенческого совета, формируемым из старост и из заместителей.

Старостат будет способствовать выработке предложений по совершенствованию учебного процесса в Институте, постановке целей и задач текущей деятельности Студенческого совета в сфере совершенствования учебного процесса.

Собрания Старостата должны проходить не реже двух раз в семестр и нужно ввести обязательным требованием присутствие на собраниях Старостата не менее половины всех старост и их заместителей.

Также требуется уполномочить Старостат принимать решения простым большинством голосов открытым или закрытым голосованием.

Необходимо создать Студенческое научное общество (СНО): данное подразделение позволит студентам принимать участие в научных дискуссиях по проблемным вопросам на различных межвузовских научно-практических конференциях. Студенты будут создавать собственные работы и выступать с ними, обосновывая уже свою личную точку зрения в научных кругах. Я считаю, что роль СНО должна состоять в организации подобных мероприятий в стенах института. Авторитет РФ МИЭМП проявляется и в том, что студенты многих учебных заведений, например, Рязанский государственный университет им. С.А.Есенина, активно принимают участие в дискуссиях и дают высокую оценку в работе по организации самого процесса. Под эгидой СНО создаются всевозможные методические пособия и сборники научных статей, формирующиеся на основе выступлений на конференциях.

Далее предлагается организовать Комитет по культуре. В рамках проведения работы танцевальных кружков, сольного пения и хореографии в МИЭМП имеются свои таланты и молодые дарования. При комитете по культуре Институт будет позволять развивать их в полной мере, не в чём не ограничивая. Участия наших студентов в различных культурно-массовых мероприятиях (КВН, «Посвящение в студенты», исторический клуб, клуб менеджеров, встреча выпускников и многое другое) подтверждают это в полной мере, а полученные дипломы и призы доказывают успех проделанной работы. Всё это позволяет выйти на новый уровень общения, получить так необходимый опыт для дальнейшего его применения на других более масштабных «акциях».

Следует создать Информационное подразделение: данная структура будет иметь довольно важное значение, так как позволит донести до всех студентов вуза нужные сведения о событиях происходящих в институте. В первую очередь это будет осуществляться посредством выпуска периодичных газетных изданий, с которыми каждый сможет ознакомиться. Печатные фотографии с «места события» помогут увидеть участие наших особо активных студентов в различных культурно массовых мероприятиях, теми лицами, которые на них не присутствовали. Обеспечение соответствующей информацией стендов, а также их оформление требует затраты сил и определённых навыков и умений. В этом направлении ведется активная работа по усовершенствованию студенческой газеты, радио, рекламных акций (размещение рекламы на баннерах; на мониторах, расположенных на центральных площадях города).

Также необходимо отметить, что все проводимые мероприятия позволяют достигнуть ещё одного важного результата, это – объединение всех студентов по интересам и разнообразие их студенческой жизни, направление их нескончаемой энергии в русло полезных дел, благо вуз позволяет данное осуществить. А это уже является одной из главнейших задач молодёжной политики реализуемой сегодня на современном этапе развития.

Организация студенческого самоуправления в МИЭМП, а именно создание Студенческого совета МИЭМП, Студенческого научного общества МИЭМП, Старостата, Комитета по культуре, Информационного подразделения МИЭМП позволит оптимизировать инициативную, самостоятельную, ответственную совместную деятельность неравнодушных к собственной судьбе студентов, направленную на решение любых вопросов их жизнедеятельности.

3.2. Усовершенствование бытовых условий

С целью улучшения бытовых условий студентов в МИЭМП нужно реализовать следующие мероприятия:

* В связи с выявившимися потребностями студентов МИЭМП произвести установку скамеек рядом с аудиториями и кабинетами;
* Открытие Интернет-Кафе на территории МИЭМП.

Необходимо уделять больше внимания облагораживанию территории МИЭМП. И, соответственно, повысить эффективность мер по содержанию дворов и аудиторий в чистоте. Считается, что одна их эффективных мер по улучшению содержания территории вуза в чистоте – активная позиция студентов.

Также регулярно следует прободить субботники. Субботник – дело, безусловно, добровольное. Можно с большой уверенностью утверждать, что тот, кто участвовал в уборке Вуза, прилагал свой труд, чтобы сделать его чище, сам мусорить уже не будет, и своих детей будет воспитывать соответственно.

Предлагается организовывать субботники на городском уровне весной (апрель) и осенью (октябрь) для проведения сезонных работ. На уровне МИЭМП требуется организовывать субботники для студентов при содействии профкома студентов и аспирантов, хозяйственного отдела МИЭМП, жилищно-бытового управления и Студенческого совета МИЭМП. Кроме территорий МИЭМП, студенты МИЭМП (как и учащиеся других учебных заведений) помогут приводить в порядок городские парки по решению городского штаба по организации субботников.

Самым компетентным лицом МИЭМП в вопросах хозяйствования и проблем, с ним связанных, является проректор по административно-хозяйственной работе. В ходе продолжительной и весьма предметной беседы с ним выяснилось следующее. За три года в плане благоустройства в МИЭМП сделано не просто много, а очень много. Приведены в порядок общежития. Как могли видеть студенты, хоть иногда посещающие пары, совершенно преобразились фасады корпусов, фойе, коридоры и туалеты первого корпуса, буфет второго. И все это - по лучшим европейским образцам и очень даже красиво. Чего стоил такой огромный ремонт администрации вуза - отдельный разговор. Но стоил и в моральном, и в материальном плане не мало. Одно кафе приводилось в порядок больше года. А ведь за это время менялось очень многое в ассортименте используемых стройматериалов, в самой моде и вкусах студенчества. Но цель - сделать все красиво, качественно и удобно - полностью оправдалась. После долгих мытарств были найдены подрядчики, создан проект и результат уже совсем скоро сможет увидеть каждый студент.

Необходимо в ближайшее время отремонтировать помещения 2-го корпуса, особое внимание нужно уделить аудиториям и полам здания.

Требуется украсить территорию МИЭМП зелеными насаждениями. В общем-то, это уже и сейчас потихоньку реализуется. Поэтому все очень надеются, что господа студенты все-таки дадут возможность украсить хоть что-нибудь, не ломая и не засоряя с завидной настойчивостью свое место обитания. Я предлагаю решить вопрос о мусоре объединенными силами совместно с администрацией. МИЭМП. Я считаю, что МИЭМП просто необходима установка урн на этажах всех помещений, на улице, у входа в здания, в фойе, в аудиториях.

Поэтому, не смотря на все непонятные злобствования отдельных студентов остальные ни в коем случае не должны страдать, а вуз в целом должен по-прежнему и все больше стремиться быть красивым. И если хоть 50% тех, кто здесь проводит пять лет своей жизни, понимают, что человек и окружающая его красота должны быть в гармонии, что сами студенты должны гордиться своим вузом, то не все еще потеряно. И настоящая красота - внешняя и внутренняя - еще обязательно войдет в наш мир - мир МИЭМП.

Исходя из проведенного в предыдущей главе анализа я предлагаю создать в МИЭМП литературно-компьютерный центр (или другими словами - Интернет-кафе), где за умеренную плату можно было бы и поработать, и отдохнуть.

Как оказалось создание Интернет-кафе - дело не простое. Прежде всего, необходима техника, и я предлагаю закупить ее с расчетом на тридцать мест. Затем - помещение и его ремонт, а вот здесь уже - сложность: предполагаемые помещения (их четыре, и наиболее удобное - помещение, расположенное в учебном корпусе №1) находятся в абсолютно не пригодном для размещения в них техники состоянии, и их ремонт, по видимому, займет достаточно много времени. Кроме того, Интернет-кафе - проект коммерческий, а, следовательно, требующий лицензирования. Таким образом, на все про все уйдет не менее полугода.

Следует организовать работу Интернет кафе - круглосуточно. Я предлагаю кроме выхода в Интернет организовать дополнительные возможности, например: тут же распечатать необходимую информацию, отсканировать, сделать ксерокопию, часть услуг для студента МИЭМП должна быть бесплатна, часть - за определенную плату.

Пока идут ремонтные работы в будущем помещении Интернет-кафе, нужно разместить два компьютерных класса в читальном зале №1.

Проблемами включения МИЭМП в сеть Интернет занимается в вузе ЦНИТ. Благодаря этому подразделению уже многие кафедры имеют выход в эту сеть. Проложено оптоволоконное кольцо, открывающее перед вузом огромные возможности в развитии Интернета. Но чтобы эти возможности превратились в реальность, нужны деньги и время. Так что есть надежда, что в не таком уж далеком будущем услугами Интернета сможет воспользоваться любой желающий студент.

На основании вышесказанного реализация мероприятий по совершенствованию бытовых условий МИЭМП позволит удовлетворить выявившиеся потребности студентов Института, облагородить территорию МИЭМП, что соответственно значительно повысит имидж МИЭМП и будет значительным шагом вперед в повышении конкурентоспособности вуза.

3.3. Организация спортивных секций

Роль физического воспитания во все времена была чрезвычайно значимой в процессе формирования личности. Сейчас же – в связи с целым рядом обстоятельств политического, экономического, социального характера в российской жизни – роль спорта стала особенно значимой. Ведь что такое спорт? Это кропотливейший труд, это воспитание таких качеств как вера в себя, уверенность в своих силах, это умение добиваться своего и систематически, регулярно трудиться в поте лица, это понимание того, что означают слова, «ответственность перед собой и перед командой»… Все эти качества спортом воспитываются и в нём же и проявляются. Способен ты на всё это в спорте – значит, сможешь проявить их и в жизни, ставя перед собой уже другие задачи. Спорт – это очень хороший индикатор, проявляющий, насколько человек способен полностью отдавать себя делу, которое является для него на данный момент главным. А ведь в сегодняшнем мире это качество имеет огромное, если вообще не определяющее, значение для достижения успеха в жизни. Плюс к тому спорт – это умение работать в команде, умение подчиняться, а не только руководить, умение достигать поставленных целей… Словом, спорт это своего рода модель жизни, которое многое раскрывает в характере человека, а многое в нём и формирует.

Целью физического воспитания в вузах является содействие подготовке гармонично развитых, высококвалифицированных специалистов.

Поэтому требуется организовать в МИЭМ спортивный клуб и курсы спортивного совершенствования по интересам по желанию студентов в спортивных секциях по различным видам спорта.

В процессе организации спортивных секций физического воспитания я предлагаю решать ряд задач:

* воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду;
* сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
* всесторонняя физическая подготовка студентов;
* профессионально - прикладная физическая подготовка студентов с учётом особенностей их будущей трудовой деятельности;
* приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей;
* совершенствования спортивного мастерства студентов - спортсменов;
* воспитание у студентов убеждённости в необходимости регулярно заниматься физической культурой и спортом.

Я предлагаю процесс занятий в спортивных секциях организовывать в зависимости от состояния здоровья, уровня физического развития и подготовленности студентов, их спортивной квалификации, а также с учётом условий и характера труда их предстоящей профессиональной деятельности.

Я считаю, что физическая подготовка студентов должна быть одной из главных задач МИЭМП.

Я считаю, что общее руководство физическим воспитанием и спортивно-массовой работой среди студентов МИЭМП, а также организация наблюдений за состоянием их здоровья должны быть возложены на ректора, а конкретное их проведение должно осуществляться административными подразделениями и Спортивным клубом МИЭМП.

В состав администрации спортивного клуба МИЭМП нужно ввести 13 штатных тренеров и 11 совместителей. Среди них будут мастера спорта и кандидаты в мастера спорта.

Занятия в спортивных секциях предлагается проводить на арендуемых спортивных базах, в спортивных залах спорткомплекса и бассейна.

Я предлагаю научно-воспитательную деятельность по физическому воспитанию студентов МИЭМП осуществлять по следующим направлениям:

* организационно-управленческие проблемы дисциплины физического воспитания;
* оздоровительная и спортивно-массовая работа среди студенческой молодежи;
* мониторинг физической подготовленности и уровня здоровья субъектов образовательного процесса.

Я предлагаю тренерскому составу спортивного клуба МИЭМП принимать участие в научно-методических и научно-практических конференциях.

Я считаю, что массовая оздоровительная, физкультурная и спортивная работа должна проводиться спортивным клубом совместно с общественными организациями.

Я считаю, что медицинское обследование и наблюдение за состоянием здоровья студентов в течение учебного года должно осуществляться поликлиникой или здравпунктом вуза.

Необходимо создать условия для того, чтобы физическое воспитание в МИЭМП проводилось на протяжении всего периода обучения студентов и осуществлялось в многообразных формах, которые взаимосвязаны, дополняют друг друга и представляют собой единый процесс физического воспитания студентов.

Я предлагаю в процессе прохождения курсов физического воспитания в спортивных секциях рекомендовать студентам:

* систематически посещать занятия по физическому воспитанию (теоретические и практические) в дни и часы, предусмотренные расписанием;
* повышать свою физическую подготовку и выполнять требования и нормы и совершенствовать спортивное мастерство;
* соблюдать рациональный режим учёбы, отдыха и питания;
* регулярно заниматься гигиенической гимнастикой, самостоятельно заниматься физическими упражнениями и спортом, используя консультации тренеров;
* активно участвовать в массовых оздоровительных, физкультурных и спортивных мероприятиях;
* проходить медицинское обследование в установленные сроки, осуществлять самоконтроль за состоянием здоровья, физического развития, за физической и спортивной подготовкой;
* иметь аккуратно подогнанные спортивный костюм и спортивную обувь, соответствующие виду занятий.

Фактор некоторого снижения популярности занятий спортом у нынешнего поколения студентов – это вина педагогического коллектива вузов. Возможно, недостаточно предоставляются возможности и условия для занятий спортом, плохо пропагандируется привлекательность спорта, прививаются такие качества как патриотизм по отношению к своей команде. В результате сейчас соревнование «кто больше выпьет пива на лестнице» (есть и такой «спорт» и, к сожалению, он тоже активно пропагандируется) становится более популярным, чем поиграть в баскетбол трое на трое или даже двое на двое на одно кольцо. Я предлагаю ввести в сознание студентов МИЭМП то, что упускать важность формирования через спорт личности (а, значит, и всего общества) нельзя.

Нужно организовать спортивные секции по следующим видам спорта:

* волейбол;
* баскетбол;
* настольный теннис;
* легкая атлетика;
* плаванье;
* шахматы;
* футбол;
* гимнастика;
* аэробика;
* лыжный спорт;
* лыжные гонки;
* тэквандо;
* силовое троеборье;
* бильярд;
* дельтопланиризм;
* туризм;
* горный туризм;
* спортивные игры;
* стрельба;
* мини-футбол.

На базе созданного Спортивного клуба МИЭМП будет проводиться большая работа по организации и проведению спортивно-массовой и оздоровительной работы среди студентов и сотрудников. Я предлагаю проведение ежегодной спартакиады факультетов МИЭМП.

Система высшего образования в стране переживает не самые простые времена. Спортивные залы вузов не справляются с потребностями вузов, а спортивная база, к сожалению, не расширяется. Внешняя спортивная инфраструктура также сокращается, ведь территорию многих стадионов стали рассматривать как удобное место перспективной застройки. Всё это – общегосударственные, а не только собственно вузовские проблемы, которые требуют своего решения. Эти решения и могут стать предпосылками для изменения существующего положения дел.

Имея основной целью физического воспитания студентов МИЭМП содействие подготовке гармонично развитых, высококвалифицированных специалистов, предложенные мероприятия по организации спортивных секций в МИЭМП позволят:

* достичь воспитания у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду;
* сохранить и укрепить здоровья студентов;
* обеспечить физическую подготовку студентов;
* достичь воспитания у студентов убеждённости в необходимости регулярно заниматься физической культурой и спортом.

Таким образом, материал, изложенный в данной главе, позволяет автору сделать следующие выводы:

1) В целях повышения конкурентоспособности МИЭМП была предложена реализация следующих мероприятий по усовершенствованию внеучебной деятельности:

* Организовать развитие студенческого самоуправления;
* Усовершенствовать бытовые условия МИЭМП;
* Организовать спортивные секции.

2) Мероприятия, проводимые в рамках организации студенческого самоуправления позволят достигнуть важного результата, – объединения всех студентов по интересам и разнообразие их студенческой жизни, направление их нескончаемой энергии в русло полезных дел, благо вуз позволяет данное осуществить. А это уже является одной из главнейших задач молодёжной политики реализуемой сегодня на современном этапе развития.

3) Организация студенческого самоуправления в МИЭМП, а именно создание Студенческого совета МИЭМП, Студенческого научного общества МИЭМП, Старостата, Комитета по культуре, Информационного подразделения МИЭМП позволит оптимизировать инициативную, самостоятельную, ответственную совместную деятельность неравнодушных к собственной судьбе студентов, направленную на решение любых вопросов их жизнедеятельности.

4) Реализация мероприятий по совершенствованию бытовых условий МИЭМП позволит удовлетворить выявившиеся потребности студентов Института, облагородить территорию МИЭМП, что соответственно значительно повысит имидж МИЭМП и будет значительным шагом вперед в повышении конкурентоспособности вуза.

5) Имея основной целью физического воспитания студентов МИЭМП содействие подготовке гармонично развитых, высококвалифицированных специалистов, предложенные мероприятия по созданию спортивных секций в МИЭМП позволят:

* достичь воспитания у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду;
* сохранить и укрепить здоровья студентов;
* обеспечить физическую подготовку студентов;
* достичь воспитания у студентов убеждённости в необходимости регулярно заниматься физической культурой и спортом.

Заключение

Огромными темпами развивается конкуренция и состязательность рыночного процесса. Это создает условия для активного использования маркетингового подхода к решению управленческих и производственно – сбытовых задач с целью укрепления конкурентоспособности фирмы

Концепция обеспечения конкурентоспособности исходит из необходимости ускоренного удовлетворения требований рынка, насыщения его товарами первоочередного или повышенного спроса, создания условий для достойного выхода на внешний рынок и выживаемости предприятия в условиях жесткой конкуренции.

Достижение этих целей должно обеспечиваться за счет следующих мер:

* интеграции усилий по повышению качества и доведению затрат до функционально- необходимого уровня на всех этапах жизненного цикла изделий,
* целенаправленного использования потенциальных возможностей изделий при модификации и приспособлении продукции к требованиям рынка,
* создания принципиально новых изделий для удовлетворения новых потребностей,
* ориентации на новые технологии и технологические разрывы в их развитии.

Система обеспечения конкурентоспособности должна включать маркетинговый анализ, функционально-стоимостной анализ, функционально-стоимостное проектирование продукции, экспертные оценки принимаемых решений, моделирование степени риска.

В данной дипломной работе рассмотрены конкурентные преимущества Вуза.

Высшее образование имеет высокую экономическую и социальную значимость в экономической системе страны. Оно оказывает влияние на развитие и состояние всех предприятий, к какой бы отрасли они ни относились. Поэтому высшие учебные заведения не могут позволить себе закрываться или оставлять только направления, пользующиеся высоким спросом среди обучающихся. Они должны обеспечить экономическую систему страны не только специалистами по специальностям, востребованным самими обучающимися, но и профессионалами, реально необходимыми хозяйствующим субъектам. Решение таких задач берут на себя в основном государственные учебные заведения, поэтому важным является их стабильное состояние в рыночной системе отношений.

Сегодняшняя система высшей школы хотя и сохранила некоторые черты государственности (государство продолжает финансировать обучение специалистов в пределах «госзаказа»), но качественно перешла на совершенно новую ступень своего развития. Получение дополнительных прав в определении стратегии развития и выборе путей достижения стратегических целей, избавление от государственного управления привнесли в деятельность образовательных учреждений элементы менеджмента, ранее им абсолютно чуждые. Государственные вузы получили возможность производить обучение на платной основе, заниматься предпринимательской деятельностью, самостоятельно определять объем услуг и их стоимость. Но с расширением возможностей увеличилась и ответственность образовательных учреждений за результаты деятельности и собственное благополучие.

Социально-экономическая значимость высшего образования, его роль в научно-техническом прогрессе и духовной жизни общества, в развитии и качественном совершенствовании всей экономики России общепризнанны. Конкуренция стран в экономике сводится в современных условиях к конкуренции в области науки и техники и как следствие - в области подготовки квалифицированных кадров. О конкурентоспособности российской системы образования можно судить по частным критериям конкурентоспособности Вузов.

Новые социально-экономические условия породили множество проблем в системе образования, решение которых связано как с изучением опыта функционирования образования в странах с рыночной экономикой, так и с разработкой теоретико-методологических проблем экономики образования в современных условиях.

В последние годы стали появляться публикации по проблемам конкурентоспособности высших учебных заведений, функционирующих на бюджетной, коммерческой и смешанной основе, отражающие рыночные формы их деятельности. Однако эти публикации носят фрагментарный характер и не отражают проблемы конкурентоспособности вузов России. Решение проблемы конкурентоспособности Вуза требует учета особенностей современного этапа развития вузов в условиях повышения их самостоятельности.

Возможно, совершенствование учебной деятельности, а также обновление воспитательной работы в вузе в соответствии с требованиями времени приведут в будущем к увеличению внеучебного времени, которое может быть использовано как для общего развития, воспитания личности, так и для углубления профессиональной подготовки специалистов.

Список литературы

1. Закон РФ «Об образовании» от 10.07.92 // Справочно-правовая система «Консультант-плюс».
2. Абрамиашвили Г. Г. и другие. Операция «Маркетинг». Стратегия и тактика конкурентной борьбы монополий. – М., «Международные отношения», 2002.
3. Басовский Л. Е. Маркетинг: Курс лекций. — М.: ИНФРА-М, 2005.
4. Богачев В.Ф., Кабаков В.С., Ходаток А.М. Стратегия малого предпринимательства - СПб:Изд-во "Корвус", 2003.
5. Бонько В.И. «Некоторые вопросы физического воспитания в вузе», «Физическое воспитание в вузе», методическое пособие, г. Иркутск,2005.
6. Быкадоров В. Л., Алексеев П. Д. Финансово-экономическое состояние предприятия: Практ. пособие. М.: ПРИОР, 2004.
7. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. - М.: Издательство «Фирма Гардарика», 2005.
8. Вишневский Ю.Р. Основные подходы к разработке концепции внеучебной работы со студентами // Проблемы воспитания студентов в современном вузе. Тезисы докладов Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург, 15-16 апреля 2005 г. Часть I. Екатеринбург: Изд-во УГТУ. 2005.
9. Внеучебная деятельность в педагогическом вузе: концепция, нормативные и методические материалы. Екатеринбург, 2003.
10. Волкова М. М., Звездова А. Б. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг // Маркетинг. 2001. № 2.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология – М.: Изд.”Финпресс”, 2002.

Голубков Е.П. Маркетинг.Словарь.-М.2003.

1. Гончарук В. А. Маркетинговое консультирование. - М.: Издательство «Дело», 2003.
2. Гуджоян О.П. Организация коммерческой работы. - М., МАДИ, 2002.
3. Гусев Ю.В. Стратегия инновационного развития предприятия – СПб: СПбУЭФ, 2003
4. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. М., ИНФРА-М,, 2000.
5. Кельчевская Н. Р., Попова М. А. Качество подготовки специалистов — основа эффективной деятельности высшей школы в условиях новых экономических отношений. Екатеринбург: УГТУ—УПИ, 2001.
6. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии: практическое пособие. - М., 2004.
7. Куярова Л.Я., Пономарев И.П. Исследование востребованности маркетинговых услуг со стороны среднего бизнеса/ / Маркетинг в России и за рубежом. № 1. 2004.
8. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. - СПб., 2002
9. Маккей Харви «Как уцелеть среди акул. Опередить конкурентов в умении продавать, руководить, стимулировать, заключать сделки.» (Х. Маккей. Деловая стратегия: Концепция, содержание символы), - Уфа: Академия менеджмента, - М.: «Экономика», 2003.
10. Молодежь района: социальные проблемы и пути их решения. Екатеринбург, 2002.
11. Социальное развитие молодежи. Екатеринбург, 2003.
12. Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг. СПб.: Питер, 2004.
13. Проходовская Р.Ф. «Физическое воспитание студентов», методическое пособие, г.Иркутск, 2005.
14. Проблемы воспитания студентов в современном вузе. Тезисы докладов Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург, 15-16 апреля 2005 г. Часть I, II. Екатеринбург, 2005.
15. Русинов Ф., Журавлев А. Конкурентоспособность: образование, информационный потенциал, принятие управленческих решений. // Консультант директора, №2(14), январь 2003.
16. Современный маркетинг./ Под ред. В.Е. Хруцкого: - М., 2001.
17. Студент-99. Информационно-аналитический отчет по материалам социологического исследования (май-апрель) 2005 года. Екатеринбург, 2005.
18. Сульповар Л.Б. Маркетинг потребительских товаров и услуг. - М., 2002.
19. Томас Йеннер. Интеграция маркетинга и стратегического менеджмента // Проблемы теории и практики управления - 2005.
20. Швальбе Х. Практика маркетинга для малых и средних предприятий. - М., 2004.
21. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. - М., 2004.
22. www.miemp.ru

Приложение 1

**Руководство**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Президент | [Малышев Николай Григорьевич](http://www.miemp.ru/info/malyshev.shtml) |
| Ректор | [Никитов Артемий Владимирович](http://www.miemp.ru/info/nikitov.shtml) |
| Проректор по научной работе и международным связям  | [Шапкин Игорь Николаевич](http://www.miemp.ru/info/shapkin.shtml) |
| Проректор по учебной работе | [Адельфинский Алексей Олегович](http://www.miemp.ru/info/adelfinskiy.shtml) |
| Проректор по учебно-методической работе | [Орчаков Олег Александрович](http://www.miemp.ru/info/orchakov.shtml) |
| Вице-президент по развитию и международной деятельности | Бубнов Григорий Георгиевич |
| Вице-президент по инвестиционной деятельности и корпоративным связям | Семенов Александр Вячеславович |

Приложение 2

Рисунок 7.Основные факторы, влияющие на конкурентоспособность ВУЗа с точки зрения традиционного подхода к определению показателей конкурентоспособности ВУЗа

Приложение 3

**Анкета**

1.Откуда Вы узнали о МИЭМП?

а) от друзей, знакомых, родственников;

б) через Интернет;

в) из газеты, журналов;

г) другое

2. С какими ещё высшими заведениями Вы сравнивали МИЭМП при поступлении?

3. Почему Вы выбрали именно МИЭМП?

 а) случайно;

 б) удобные формы обучения;

 в) доступная оплата;

 г) легко поступить;

 д) даёт высокий уровень подготовки;

 е) другое

4. Почему Вы выбрали именно эту специальность?

 а) подсказали родители, знакомые, друзья;

 б) это моё призвание;

 в) это престижная, высокооплачиваемая специальность;

 г) другое

5. Как Вы оцениваете условия обучения?

 а) отличные;

 б) хорошие;

 в) удовлетворительные;

 г) неудовлетворительные.

6. Чего, по-вашему, не хватает в институте МИЭМП?

Приложение 4

Диаграмма 1

Приложение 5

**Анкета**

1.Откуда Вы узнали о МИЭМП?

а) от друзей, знакомых, родственников;

б) через Интернет;

в) из газеты, журналов;

г) другое

2. Почему Вы выбрали именно МИЭМП?

 а) случайно;

 б) удобные формы обучения;

 в) доступная оплата;

 г) легко поступить;

 д) даёт высокий уровень подготовки;

 е) другое

3. Как Вы оцениваете условия обучения?

 а) отличные;

 б) хорошие;

 в) удовлетворительные;

 г) неудовлетворительные.

4. Как Вы оцениваете состояние внеучебной деятельности?

а) отлично;

б) хорошо;

в) удовлетворительно;

г) неудовлетворительно.

5. Что вы можете отнести к первостепенным социальным проблемам студенчества в вузе?

6. Чего, по-вашему, не хватает в институте МИЭМП?

1. См.: Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция и конкурентоспособность: Учеб. пособие, 2007. - С.8. [↑](#footnote-ref-1)
2. См.: Сульповар Л.Б. Маркетинг потребительских товаров и услуг. - М., 2002. - С. 62. [↑](#footnote-ref-2)
3. См.: Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. - СПб., 2002. - С. 82. [↑](#footnote-ref-3)
4. См.: Швальбе Х. Практика маркетинга для малых и средних предприятий.- М., 2004. - С. 88. [↑](#footnote-ref-4)
5. См.: Томас Й. Интеграция маркетинга и стратегического менеджмента, проблемы теории и практики управления.- 2005. - С. 86. [↑](#footnote-ref-5)
6. См.: Русинов Ф., Журавлев А. Конкурентоспособность: образование, информационный потенциал, принятие управленческих решений. – М., 2003. - С. 22. [↑](#footnote-ref-6)
7. См.: Сульповар Л.Б. Маркетинг потребительских товаров и услуг. - М., 2002. - С. 89. [↑](#footnote-ref-7)
8. См.: Куярова Л.Я., Пономарев И.П. Исследование востребованности маркетинговых услуг со стороны среднего бизнеса/ / Маркетинг в России и за рубежом. № 1. 2004. - С. 19. [↑](#footnote-ref-8)
9. См. : Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг. СПб.: Питер, 2004. - С. 99. [↑](#footnote-ref-9)
10. http://www.miemp [↑](#footnote-ref-10)
11. http://www.miemp [↑](#footnote-ref-11)
12. http://www.miemp [↑](#footnote-ref-12)
13. http://www.miemp [↑](#footnote-ref-13)