	Федеральное агентство связи
	Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича»
	СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
	Документированная процедура МАРКЕТИНГ
	ДП 1.1-2014

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор СПбГУТ

п/п С.В. Бачевский  
27 ноября 2014 г.

## **СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА**

### **Документированная процедура МАРКЕТИНГ**

ДП 1.1-2014

Версия 01

Экз. № 1

Санкт-Петербург  
2014

## **Предисловие**

1 РАЗРАБОТАНА Учреждением образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича»

ИСПОЛНИТЕЛИ:

Машков Г.М., первый проректор-проректор по учебной работе

Барабанов В.В., начальник управления качества и магистратуры

Омельянчук С.В., начальник отдела качества

ВНЕСЕНА Рабочей группой по созданию и внедрению системы менеджмента качества образования

2 УТВЕРЖДЕНА И ВВЕДЕНА В ДЕЙСТВИЕ

приказом ректора № 451 от «28» ноября 2014 г.

3 ВВЕДЕНА ВПЕРВЫЕ

© СПбГУТ

Настоящая документированная процедура не может быть тиражирована и распространена без разрешения учреждения образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича».

## СОДЕРЖАНИЕ

1	Назначение и область применения.....	4
2	Нормативные ссылки.....	4
3	Термины, обозначения, сокращения.....	4
4	Общие положения.....	4
5	Описание процедуры.....	5
6	Графическое описание процедуры.....	9
7	Ответственность и полномочия.....	12
8	Записи.....	12
	Приложение А Анкета для опроса абитуриентов.....	13
	Приложение Б Анкета для опроса предприятий.....	14
	Приложение В Анкета для опроса выпускников.....	15
	Приложение Г Анкета для опроса студентов.....	16
	Лист регистрации ревизий.....	17
	Лист регистрации изменений.....	18
	Лист согласования.....	19
	Лист рассылки.....	20

## **1 НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ**

1.1 Целью настоящей процедуры является проведение исследований, анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка образовательных и научных услуг, выявление перспективных образовательных и научных услуг, продвижение и совершенствование имеющихся, определение объема и качества предлагаемых образовательных услуг, ценообразование, полное сопровождение в процессе потребления.

1.2 Данная процедура обязательна к применению в учебно-методическом управлении, в деканатах факультетов, на выпускающих кафедрах и во всех без исключения структурных подразделениях СПбГУТ, имеющих отношение к работе с потребителями образовательной услуги. Положения ДП 1.1-2010 «Маркетинг» должны использоваться при планировании деятельности СПбГУТ.

1.3 Разработанная процедура реализует требования ГОСТ Р ISO 9001-2011 «Системы менеджмента качества. Требования» и регламентирует порядок управления маркетинговой деятельностью.

## **2 НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ**

1. Закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ

2. ГОСТ Р ISO 9000-2011 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».

3. ГОСТ Р ISO 9001-2011 «Системы менеджмента качества. Требования».

4. ГОСТ Р ISO 9004-2001 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности».

## **3 ТЕРМИНЫ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ**

### **3.1 Термины**

В настоящем документе используются термины и определения по ГОСТ Р ISO 9000-2011, словарю СТО 1.0-2014, а также следующие термины с соответствующими определениями:

**Требования к качеству** – выражение отдельных потребностей или их перевод в набор количественно или качественно установленных требований к характеристикам объекта, чтобы дать возможность их реализации и проверки.

### **3.2 Обозначения**

БД – банк данных;

НУ – научная услуга;

ОМК – отдел менеджмента качества;

ОУ – образовательная услуга;

УМиР – управление маркетинга и рекламы;

ЦДПиПО – центр довузовской подготовки.

## 4 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основными задачами маркетинговой деятельности вуза являются:

- определение требований потребителей;
- анализ требований потребителей.

Вышеперечисленные задачи реализуются через систему мероприятий, описанных в пунктах 5.2, 7.2.1-7.2.3 РК 1.0 и в порядке, описанном в текущей процедуре.

Входом процедуры является информация о требованиях потребителей образовательных услуг и научной деятельности и других заинтересованных сторон.

Выходом процедуры «Маркетинг» являются систематизированные требования потребителей, необходимые для осуществления проектирования, разработки и корректировки планов образовательной и научной деятельности.

Наименование процедуры	Маркетинг
Владелец процедуры	Начальник УМиР
Пункт ГОСТ Р ISO 9000-2011, к которому относится данная процедура	П.5.2 «Ориентация на потребителя» П.7.2 «Процессы, связанные с потребителями» ✓ 7.2.1. Определение требований, относящихся к продукции ✓ 7.2.2. Анализ требований, относящихся к продукции
Ресурсы	✓ анкеты; ✓ средства массовой информации; ✓ персонал
Вход процедуры	✓ информация от потребителей, конкурентов
Выход процедуры	✓ решения о перспективных образовательных услугах, видах деятельности, улучшении процессов, внедрении новых технологий; ✓ размещенная реклама
Описание процедуры	В данном документе
Критерии оценки процедуры	✓ Конкурс на направления подготовки ✓ Качественный состав абитуриентов ✓ Доля студентов, обучающихся на договорной основе ✓ Доля студентов, обучающихся по целевому набору ✓ Число нетрудоустроенных выпускников
Методы измерения	✓ Анализ документации записей

## 5 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ

УМиР СПбГУТ проводятся маркетинговые исследования и анализ рынка ОУ и НУ, сбор информации о потенциальных потребителях продукции и услуг СПбГУТ, осуществляется разработка ценовой и коммуникационной политики, постоянный мониторинг деятельности конкурентов на рынке ОУ и НУ, и оценка возможностей СПбГУТ.

Процедура маркетинга ОУ включает:

- сбор информации и анализ требований к ОУ;
- обработка и анализ требований, относящихся к ОУ;
- выработка рекомендаций.

Проведение регулярных маркетинговых исследований рынка ОУ и НУ обеспечивает СПбГУТ возможность своевременного реагирования на изменяю-

щееся поведение настоящих и потенциальных потребителей продукции и услуг СПбГУТ, конкурентов и иных участников рынка ОУ и НУ.

Вся собранная информация должна быть зафиксирована в базах данных потребителей и конкурентов и в обязательном порядке использоваться начальником УМиР при подготовке аналитических отчетов для высшего руководства СПбГУТ.

Подготовленный отчет передается ректору университета.

Высшим руководством СПбГУТ, совместно с начальником УМиР, проводится анализ собранной информации, результатом которого являются решения о перспективных направлениях развития СПбГУТ, улучшении процессов СМК ОУ и НУ, внедрении новых образовательных технологий и открытии новых специальностей.

Ректор принимает окончательное решение.

Ученый совет СПбГУТ утверждает предложенные рекомендации.

Результатом процесса является установление требований к качеству ОУ и НУ и информация об ее соответствии.

Графически процесс осуществления маркетинга ОУ отображен в разделе 6.

### **5.1 Сбор информации**

Сотрудники УМиР, деканатов, выпускающих кафедр и других подразделений СПбГУТ в общении с потребителями фиксируют информацию о потенциальных потребностях, необходимости внедрения новых образовательных технологий.

Оценка состояния конкурентов проводится постоянно на основании отзывов потребителей, путем оценки характеристик их образовательных услуг, а также по косвенным показателям.

Университет осуществляет обратную связь с потребителями, с целью определения соответствия образовательной услуги их требованиям. Для определения соответствия образовательной услуги требованиям потребителей используется социологический метод. Анкетирование проводится факультетскими техническими комиссиями (абитуриентов), деканатами (студентов), УМиР (выпускников и предприятий).

Данными для анализа также являются:

- вступительный конкурс по специальностям;
- проходные баллы по специальностям;
- количество заявок на распределение молодых специалистов;
- количество договоров на обучение специалистов;
- количество студентов, обучающихся по целевой подготовке;
- данные службы занятости по количеству вакансий по специальностям;
- количество нетрудоустроенных молодых специалистов университета по специальностям.

Результатом «Сбора информации» является информация о требованиях потребителей, которая используется в дальнейшем при анализе их требований, за-

ключении договоров на предоставление образовательной услуги и совершенствовании процессов предоставления образовательной услуги в СПбГУТ.

На основании этой информации УМиР составляется банк данных в разрезе основных и потенциальных потребителей и конкурентов.

БД по потребителям ведется с точки зрения абитуриентов (число выпускников в разрезе населенных пунктов), и с точки зрения предприятий.

БД по конкурентам включает данные:

- набор направления подготовки;
- выпуск;
- процент трудоустройства;
- ценовые показатели;
- рекламная политика.

Алгоритм социологического опроса потребителей отображен в разделе 6.1.

## **5.2 Обработка информации и анализ требований потребителя**

Потребность в анализе требований потребителей, относящихся к ОУ, возникает в случае предоставления ОУ на договорной основе, а также в случае снижения конкурса на специальности СПбГУТ, снижение качества (уровня начальной подготовки) абитуриентов, выявляемые в результате анализа динамики показателей по приему абитуриентов (ДП 3.1 «Прием в университет»).

СПбГУТ предоставляет образовательную услугу в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО). Способность университета к предоставлению образовательной услуги в соответствии с требованиями ФГОС ВПО подтверждается лицензией на право ведения образовательной деятельности в сфере профессионального образования и свидетельством о государственной аккредитации.

В случае возникновения дополнительных требований к образовательной услуге, не предусмотренные ФГОС ВПО, университет определяет возможность их выполнения.

Графическое отражение подпроцесса в разделе 6.2.

## **5.3 Выдача рекомендаций высшему руководству**

На основании анализа принимаются решения о перспективных направлениях деятельности, улучшении процессов, внедрении новых образовательных технологий. Ректор рассматривает результаты анализа и использует их при формировании стратегии и программы развития вуза, а также при планировании процессов СМК образовательных услуг.

Стратегический план и программа утверждается решением Ученого совета СПбГУТ.

## **5.4 Рекламная деятельность**

Исследование рынка СМИ проводится начальником УМиР с целью определения целесообразности размещения в них рекламных материалов.

Исследование рынка печатных СМИ проводятся на основании таких критериев, как качество печати, тираж, периодичность выхода, наличие целевой аудитории, наличие рекламных материалов конкурентов, цена. На основании этих данных принимается решение о начале или прекращении (изменении) рекламной кампании СПбГУТ в данном издании.

Исследование рынка выставок проводится с целью подготовки предложений по участию в тех или иных выставках, конференциях, симпозиумах, а также определения оптимальной формы участия. Критерии оценки: тематика, цены, объем рекламных материалов и другие. Эти данные ложатся в основу принятия решений участия в выставках и конференциях. На конференциях и выставках сотрудники также фиксируют информацию о новых образовательных технологиях, потенциальных потребностях потребителей.

### **5.5 Критерии эффективности процедуры**

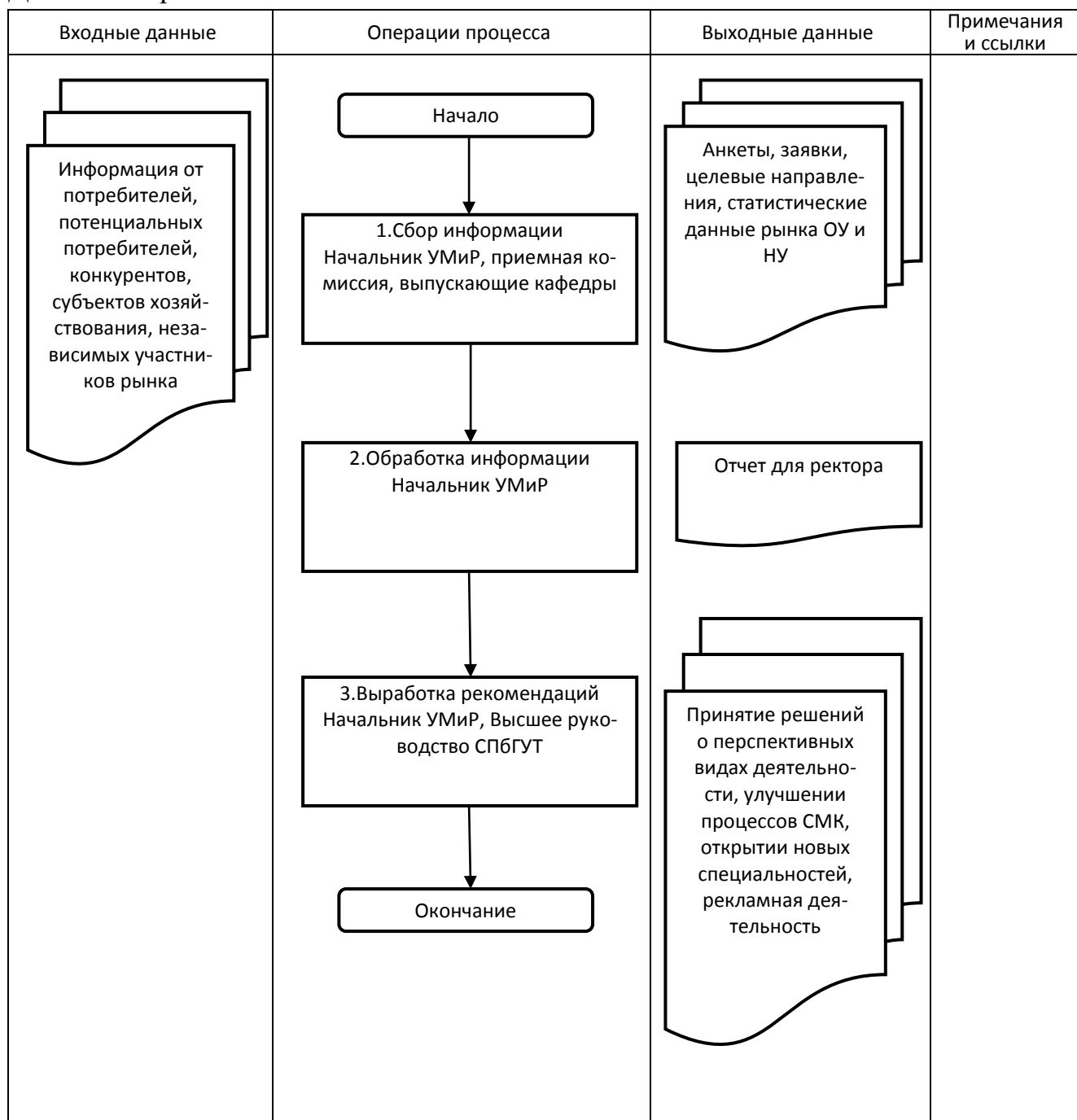
- ✓ Конкурс на специальности
- ✓ Качественный состав абитуриентов
- ✓ Доля студентов, обучающихся на договорной основе
- ✓ Число нетрудоустроенных выпускников



## 6 ГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ

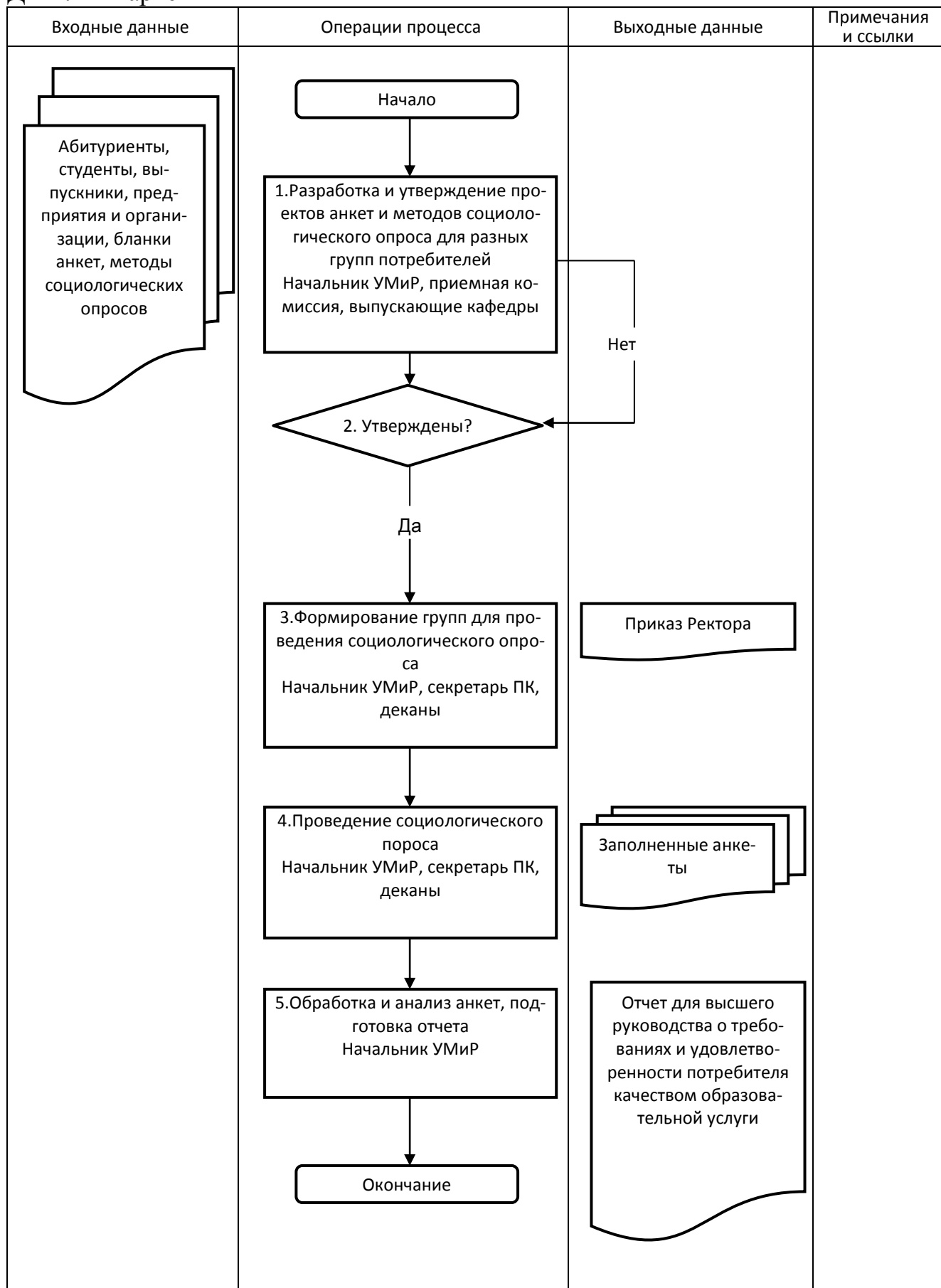
### 6.1 Алгоритм выполнения процедуры «Маркетинг ОУ»

#### ДП 1.1 «Маркетинг»



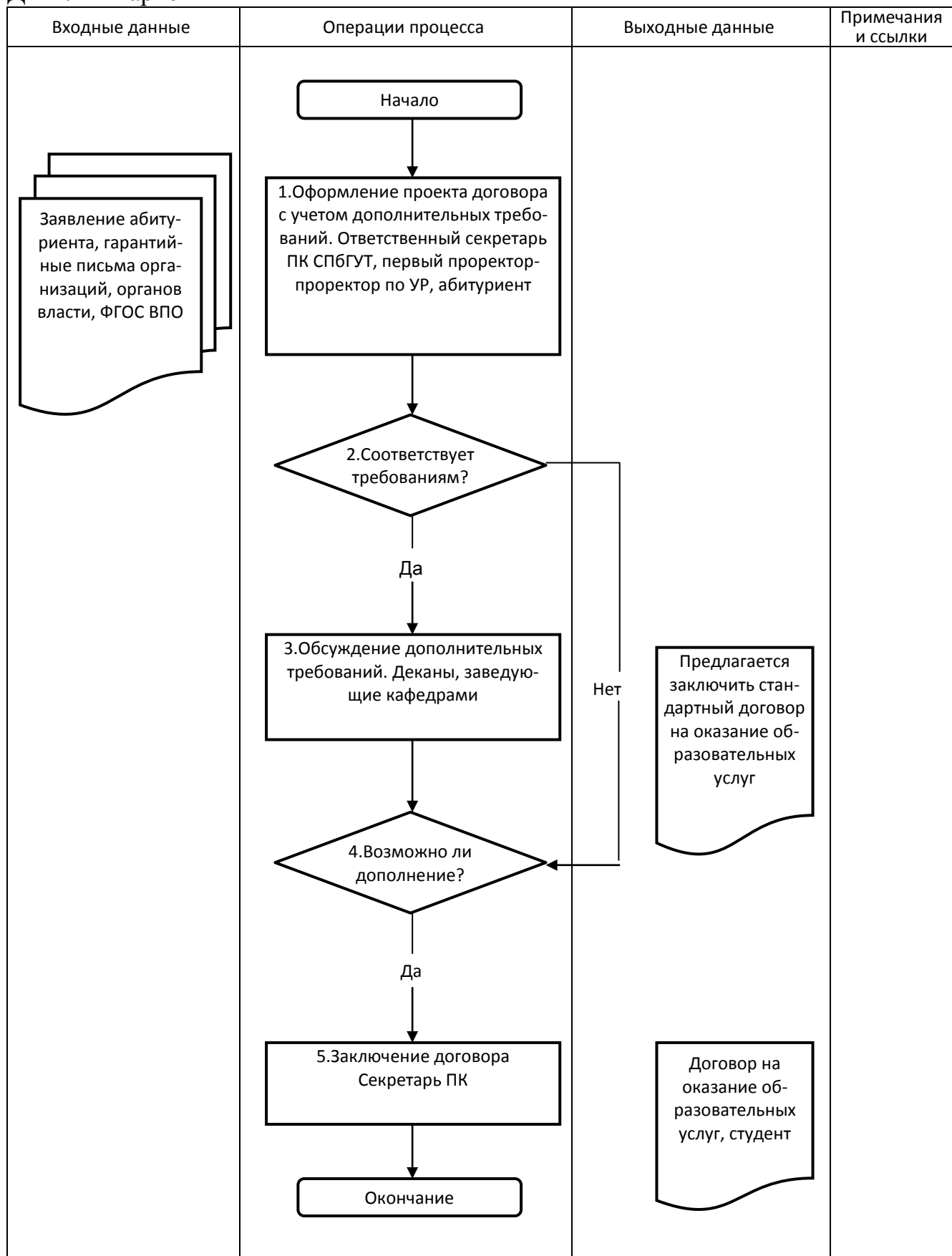
## 6.2 Алгоритм социологического опроса потребителей

### ДП 1.1 «Маркетинг»



## 6.3 Алгоритм требований потребителей при заключении договора

### ДП 1.1 «Маркетинг»



## 7 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПОЛНОМОЧИЯ

Матрица распределения полномочий и ответственности приведена в таблице 1.

Таблица 1

### Матрица распределения полномочий и ответственности

	Ректор	Начальник УМиР	Сотрудники УМиР	Деканы фа- культетов	Ответственный секретарь ПК
Сбор информации		Р	О	И	И
Обработка информации и анализ требований потребителя	Р	О	И	И	
Выработка рекомендаций	Р	О		И	И
Рекламная деятельность		Р	И	И	
Обозначения: Р – руководитель, О – ответственный, И – исполнитель					

## 8 ЗАПИСИ

Таблица 2

### Перечень записей

Наименование документа	Хранение	
	Ответственный	Срок
Анкета для опроса абитуриента	Нач. УМиР	3 года
Анкета для опроса предприятий	Нач. УМиР	3 года
Анкета для опроса выпускников	Нач. УМиР	3 года
Анкета для опроса студентов	Нач. УМиР	3 года
Журнал маркетинговых исследований	Нач. УМиР	3 года

**Анкета для опроса абитуриентов**

Уважаемый абитуриент!

С целью повышения качества образовательного процесса в университете просим Вас ответить на следующие вопросы:

1. Определите в процентах, сколько времени необходимо уделить при изучении выбранной Вами специальности по дисциплинам:

а) гуманитарным и социально-экономическим (например, история, философия) \_\_\_\_\_%

б) естественно-научным (например, химия, математика) \_\_\_\_\_%

в) общепрофессиональным (например, сопротивление материалов) \_\_\_\_\_%

г) специальным (по профилю специальности) \_\_\_\_\_%.

2. Определите в процентах, сколько времени необходимо уделить на:

а) лекционный курс \_\_\_\_\_%

б) практику и проведение семинаров \_\_\_\_\_%

в) самостоятельную подготовку \_\_\_\_\_%

3. Сколько времени на Ваш взгляд должно быть затрачено на прохождение практики (нужное подчеркнуть):

а) 3 недели

б) 4 недели

в) 5 недель

г) 6 недель

д) по Вашему усмотрению \_\_\_\_\_

4. После окончания вузу свое трудоустройство Вы планируете (нужное подчеркнуть):

а) реализовать сами

б) искать помощи у родственников или друзей

в) рассчитываете на распределение вуза

г) иное \_\_\_\_\_

5. Оцените в баллах от 1 до 10 (можно давать равные баллы), что вам должен дать вуз после его окончания:

а) умение анализировать и логически мыслить \_\_\_\_\_

б) дать теоретические знания по профессии \_\_\_\_\_

в) обучить профессиональным навыкам \_\_\_\_\_

г) повысить общее развитие \_\_\_\_\_

д) научить общению и управлению людьми \_\_\_\_\_

е) помочь найти друзей \_\_\_\_\_

ж) найти наставников \_\_\_\_\_

з) знание иностранных языков \_\_\_\_\_

и) иное \_\_\_\_\_

6. Укажите выбранный вами факультет и специальность \_\_\_\_\_

Благодарим за участие!

**Анкета для опроса предприятий**

С целью улучшения взаимодействия с предприятиями, организациями и повышения качества образовательного процесса в учреждения образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича», просим Вас ответить на следующие вопросы:

1. Какой, по Вашему мнению, уровень подготовки молодых специалистов в нашем вузе? (высокий, средний, низкий)
2. Соответствует ли уровень подготовки специалистов требованиям, предъявляемым уровнем современного производства? (да, нет, не знаю)
3. Как долго работают наши выпускники на Вашем предприятии? (1 год, 2 года, 10 лет, более 10 лет)
4. Намерена ли Ваша организация в будущем предоставлять работу выпускникам нашего вуза? (да, нет, не знаю)
5. Намерено ли Ваше предприятие заключать долговременные договора с УО СПбГУТ для подготовки новых специалистов? (да, нет, не знаю)
6. Есть ли у Вашей организации желание развивать сотрудничество с УО СПбГУТ по различным направлениям деятельности:
  - прием студентов на практику;
  - подготовка специалистов;
  - научные исследования и разработки;
  - повышение квалификации сотрудников и переподготовка кадров;
  - получение второго высшего образования;
  - другое \_\_\_\_\_
7. Могли бы Вы рекомендовать сотрудничество с нашим вузом другим предприятиям? (да, нет, не знаю)
8. Свое предпочтение Вы отдали бы сотрудничеству с нашим вузом или другими? (да, нет, не знаю)
9. Подчеркните, какими качествами, по Вашему мнению, обладает деятельность нашего вуза: гибкость, компетентность, профессионализм, открытость, доступность, другое \_\_\_\_\_

Благодарим за участие!

**Анкета для опроса выпускников**

Уважаемый выпускник!

С целью повышения качества образовательного процесса в университете просим Вас ответить на следующие вопросы:

1. Ваш факультет?

---

2. Ваша специальность?

---

3. Оценить уровень преподавания учебных дисциплин:

а) гуманитарных и социально-экономических низкий, средний, высокий (нужное подчеркнуть)

б) естественнонаучных (например, физика, химия, математика) низкий, средний, высокий (нужное подчеркнуть)

в) общепрофессиональных (например, сопротивление материалов) низкий, средний, высокий (нужное подчеркнуть)

г) специальных низкий, средний, высокий (нужное подчеркнуть)

4. Оцените характер взаимоотношений:

а) с преподавателями выпускающей кафедры 1 (неудовлетворительные), 2, 3, 4, 5 (нужное подчеркнуть)

б) с преподавателями прочих кафедр 1 (неудовлетворительные), 2, 3, 4, 5 (нужное подчеркнуть)

в) с деканатом 1 (неудовлетворительные), 2, 3, 4, 5 (нужное подчеркнуть)

5. В чем, по-вашему, заключаются недостатки образования полученного в СПбГУТ (нужное подчеркнуть):

а) недостаточное количество часов, отведенных специальным предметам;

б) недостаток научно-методической литературы в библиотеке СПбГУТ;

в) недостаток в материально-техническом обеспечении (компьютер, выход в Интернет, измерительные приборы, лабораторные установки и т.д.);

г) плохая организация производственных практик;

д) иное \_\_\_\_\_

6. Умеете ли Вы составить свое резюме (нужное подчеркнуть): да, нет

7. Что Вам запомнилось больше всего за время обучения в БГУИР?

---



---

Благодарим за участие!

**Анкета для опроса студентов**

С целью улучшения содействию занятости учащейся молодежи и трудоустройства выпускников учреждения образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича» просим Вас ответить на следующие вопросы.

1. Ф.И.О. \_\_\_\_\_

2. Адрес местожительства родителей \_\_\_\_\_

3. Адрес, по которому Вы проживаете в данный момент (телефон) \_\_\_\_\_

4. Укажите выбранный Вами факультет и специальность \_\_\_\_\_

5. Дополнительное образование, курсы с указанием названий и даты окончания \_\_\_\_\_

6. Знание иностранного языка \_\_\_\_\_, уровень владения языком (подчеркнуть) свободно, с некоторым затруднением, посредственно.

7. Опыт работы с компьютером (подчеркнуть): текстовые редакторы, электронные таблицы, графические объекты, базы данных, программирование, локальные сети, специальные пакеты, другое (что именно \_\_\_\_\_)

8. Наличие водительских прав (подчеркнуть): да, нет

9. Ваши интересы и увлечения \_\_\_\_\_

10. Семейное положение (дети) \_\_\_\_\_

11. Предполагаемая сфера Вашей трудовой деятельности после окончания вуза \_\_\_\_\_

12. Ожидаемый уровень заработной платы \_\_\_\_\_

13. Какую дополнительную информацию Вы хотели бы о себе сообщить? \_\_\_\_\_

14. Существует ли проблема занятости молодежи и, в частности, вторичной занятости студентов (дополнительный заработок во время учебы)? \_\_\_\_\_

15. Затрагивает ли эта проблема Ваши личные интересы? \_\_\_\_\_

16. Пытались ли Вы трудоустроиться самостоятельно? \_\_\_\_\_

17. Предпочтение отдадите самостоятельному трудоустройству или организованному? \_\_\_\_\_

18. Работаете ли Вы в настоящий момент? \_\_\_\_\_

19. Нужна ли в нашем университете организация, занимающаяся вопросами занятости студентов и выпускников? \_\_\_\_\_

Благодарим за участие!



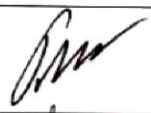
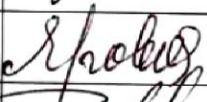
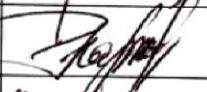

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ РЕВИЗИЙ

№ п/п	Код документа	Наименование документа	Ревизия			
			Дата	Результат	Подпись лица, проводившего ревизию	Ф.И.О.
1.	2	3	4	5	6	7
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						
19.						
20.						
21.						
22.						
23.						
24.						
25.						
26.						
27.						
28.						
29.						
30.						

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ изменения	Дата внесения изменения, дополнения и проведения ревизии	Номер листов	Шифр документа	Краткое содержание изменения, отметка о ревизии	Ф.И.О., подпись
1	2	3	4	5	6
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					
11.					
12.					
13.					
14.					
15.					
16.					
17.					
18.					
19.					
20.					
21.					
22.					
23.					
24.					
25.					
26.					
27.					
28.					
29.					
30.					

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Наименование подразделения	Должность	Ф.И.О	Подпись	Дата
1	2	3	4	5	6
1.	Ректорат	Первый проректор - проректор по учебной работе	Машков Г.М..		27.11.14
2.	Юридическая служба	Начальник	Яровая Е.Б.		27.11.14
3.	УКиМ	Начальник	Барabanов В.В.		27.11.14
4.	Отдел качества	Начальник	Омельянчук С.В.		27.11.2014

## ЛИСТ РАССЫЛКИ

№ п/п	Наименование подразделения	Должность	Количество экземпляров
1	2	3	4
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			