



Учреждение образования
«Белорусский государственный медицинский университет»
Система менеджмента качества

УТВЕРЖДЕНО

Приказ учреждения образования
«Белорусский государственный
медицинский университет»

02.12.2021 № 893

СТАНДАРТ
учреждения образования
«Белорусский государственный медицинский университет»

СТУ П 1.03-2021

МАРКЕТИНГ

Редакция 05

Внимание!

Актуальная версия документа только в электронном виде.

Распечатанная бумажная версия документа считается неучтенной и об изменениях не сообщается.

Минск 2021

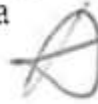
Стандарт разработали:

Первый проректор



И.Н.Мороз

Заведующий сектором менеджмента качества



И.Г.Береснева

СОДЕРЖАНИЕ

1. НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ.....	4
2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ	5
2.1. Республиканские и отраслевые нормативные правовые акты	5
2.2. Технические нормативные правовые акты.....	5
2.3. Локальные нормативные правовые акты.....	5
3. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ.....	6
3.1. Термины и определения.....	6
3.2. Сокращения и обозначения	6
4. ОПИСАНИЕ ПРОЦЕССА	8
4.1. Цель процесса	8
4.2. Руководитель процесса и ответственные исполнители.....	8
4.3. Входные данные и их мониторинг	8
4.4. Выходные данные и их мониторинг	9
4.5. Менеджмент ресурсов.....	10
4.6. Внешние и внутренние коммуникации по процессу	10
4.7. Схема процесса с ответственностью	12
4.7.1 Управление процессом «Маркетинг».....	12
4.7.2 Этапы реализации процесса «Маркетинг»	13
4.8. Оценка и анализ рисков и возможностей.....	17
4.9. Мониторинг	17
4.10. Контрольные (критические) точки	17
4.11. Оценка результативности	17
4.12. Улучшение процесса	18
5. ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ.....	19

1. НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Настоящий стандарт – документ системы менеджмента качества учреждения образования «Белорусский государственный медицинский университет» (далее – стандарт университета) определяет требования по управлению маркетингом, необходимыми для результативного функционирования системы менеджмента качества учреждения образования «Белорусский государственный медицинский университет» в соответствии с требованиями СТБ ISO 9001-2015, а также устанавливает порядок и ответственность при проведении работ по маркетинговым исследованиям рынка образовательных услуг в целях выработки конкретной маркетинговой стратегии, позволяющей улучшить взаимоотношения с потребителями данных услуг и повысить эффективность функционирования системы менеджмента качества

1.2. Настоящий стандарт университета распространяется на деятельность руководства и работников университета в рамках функционирования процесса в соответствии с требованиями СТБ ISO 9001-2015.

2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

2.1. Республиканские и отраслевые нормативные правовые акты

2.1.1. Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13.01.2011 № 243-3;

2.2. Технические нормативные правовые акты

2.2.1. СТБ ISO 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования;

2.2.2. СТБ ISO 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.

2.3. Локальные нормативные правовые акты

2.3.1. СТУ П 1.05 «Довузовская подготовка»;

2.3.2. СТУ П 1.06 «Подготовка специалистов с высшим образованием по специальностям первой ступени высшего образования»;

2.3.3. СТУ П 1.07 «Подготовка специалистов с высшим образованием по специальностям второй ступени высшего образования (магистратуры)»;

2.3.4. СТУ П 1.09 «Научно-исследовательская деятельность»;

2.3.5. СТУ П 1.15 «Международная деятельность».

3. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ

3.1. Термины и определения

Входные данные – данные, необходимые для работы процесса;

Выходные данные – результат выполнения процесса;

Запись – документ, содержащий достигнутые результаты или свидетельства осуществления деятельности;

Контрольные точки – показатели результативности процесса;

Локальный правовой акт – нормативный правовой акт, действие которого ограничено рамками одной или нескольких организаций;

Мониторинг – деятельность, включающая постоянное наблюдение, сбор данных, анализ, оценку функционирования процесса, системы менеджмента качества в целом;

Нормативный правовой акт – официальный документ установленной формы, принятый (изданный) в пределах компетенции уполномоченного государственного органа (должностного лица) или путем референдума с соблюдением установленной законодательством Республики Беларусь процедуры, содержащий общеобязательные правила поведения, рассчитанные на неопределенный круг лиц и неоднократное применение;

Потребители – обучающиеся (слушатели подготовительного отделения, студенты, курсанты, магистранты, аспиранты, соискатели, врачи-интерны, клинические ординаторы), работники, заказчики научно-исследовательских работ, пациенты, покупатели редакционно-издательской продукции;

Процесс – совокупность взаимосвязанных или взаимодействующих видов деятельности, преобразующих входы в выходы;

Руководитель процесса – должностное лицо, наделенное необходимыми полномочиями для управления процессом, несущее ответственность за организацию, надлежащее функционирование и результаты процесса.

3.2. Сокращения и обозначения

зав. – заведующий;

МД – маркетинговая деятельность;

МИ – маркетинговые исследования;

НПА – нормативные правовые акты;

ОДР – отдел договорных работ;

ОДСМК – общесистемные документы системы менеджмента качества;

ОМС – отдел международных связей;

ПО – подготовительное отделение;

РК – Руководство по качеству;

РП – руководитель процесса;

РРГ – руководитель рабочей группы;

РСП – руководитель структурного подразделения;

РЭ – рабочий экземпляр;

Сектор МК – сектор менеджмента качества;

СМК – система менеджмента качества;

СТБ – Государственный стандарт Республики Беларусь;
СТУ Д – стандарт университета, описывающий вид деятельности;
СТУ П – стандарт университета, описывающий процесс;
ТНПА – технические нормативные правовые акты;
УМО – учебно-методический отдел;
УПРК – уполномоченный представитель руководства по качеству.

4. ОПИСАНИЕ ПРОЦЕССА

4.1. Цель процесса

Таблица 1

Цель процесса	Показатели достижения цели
Обеспечить выполнение государственного и социального заказа на подготовку выпускаемых университетом специалистов	Выполнение плана приема абитуриентов на бюджетную форму обучения
	Выполнение плана приема абитуриентов на платную форму обучения
	Распределение выпускников университета бюджетной формы обучения
	Результативность мероприятий по предупреждению рисков и реализации возможностей

4.2. Руководитель процесса и ответственные исполнители

Таблица 2

Руководитель процесса	Ответственный исполнитель
Первый проректор	Проректор по международным связям
	Деканы факультетов
	Ответственный секретарь приемной комиссии

4.3. Входные данные и их мониторинг

Таблица 3

Входные данные	Лицо, проводящее мониторинг	Поставщик данных (должностное лицо или процесс)	Периодичность мониторинга
Цели в области качества, проект плана работы университета на учебный год	Ректор, УПРК	Все процессы	Один раз в три года
Годовой утвержденный план работы университета	Ректор, первый проректор	Все процессы	Ежегодно
Разделы планов факультетов и подразделений по МИ	Первый проректор, проректор по международным связям	Деканы, заведующий ПО, начальник ОМС	Ежегодно
Отчеты от структурных подразделений	Первый проректор	РСП	Ежегодно
Сводный анализ	Первый проректор	Деканы, заведующий ПО, начальник ОМС	Ежегодно

4.4. Выходные данные и их мониторинг

Таблица 4

Н	Лицо, проводящее мониторинг	Потребитель данных (должностное лицо или процесс)	Периодичность мониторинга
Годовой утвержденный план работы университета на учебный год	Ректор, первый проректор	Все процессы	Ежегодно
Разделы планов факультетов и подразделений по МИ	Деканы, заведующий ПО, начальник ОМС	Первый проректор, проректор по международным связям	Ежегодно
Информационная база МИ специальностей БГМУ	Первый проректор	Все процессы	Ежегодно
Сводный анализ	Ректорат	Деканы, заведующий ПО, начальник ОМС	Ежегодно
Отчет по проведенному анализу	Деканы, заведующий ПО, начальник ОМС	Первый проректор	Ежегодно
Плановая стратегия маркетинга образовательных услуг БГМУ	Первый проректор, начальник ОДР	Все процессы	Ежегодно
Отчет о выполнении МИ и МД	Деканы, зав. ПО, начальник ОМС	Первый проректор, зав. сектором менеджмента качества	Ежегодно
План мероприятий по улучшению	Деканы, зав. ПО, начальник ОМС	Первый проректор	Ежегодно

4.5. Менеджмент ресурсов

Таблица 5

Наименование ресурсов	Должностное лицо, обеспечивающее и осуществляющее мониторинг ресурсов	Ссылки на документы, регламентирующие порядок обеспечения и мониторинга ресурсов
1. Персонал	Ректор Начальник ОК	СТУ П 1.16
2. Инфраструктура (здания, сооружения, оборудование, в т.ч. программное обеспечение, транспорт, связь, информационные системы)	Проректор по административно-хозяйственной работе Первый проректор Проректор по научной работе	СТУ П 1.23 СТУ П 1.20 СТУ П 1.21 СТУ Д 1.28
3. Рабочая среда	Проректор по административно-хозяйственной работе	СТУ П 1.23 СНиП 2.04.01 СНиП 2.04.05
4. Финансы	Начальник ПЭУ Главный бухгалтер Начальник ПЭО	СТУ Д 1.29 Бюджет Внебюджет
5. Технологии, методики	Первый проректор Проректор по учебной и воспитательной работе Проректор по научной работе Проректор по международным связям Проректор по лечебной работе	Действующие ТНПА СТУ П 1.04 СТУ П 1.05 СТУ П 1.06 СТУ П 1.07 СТУ П 1.08 СТУ Д 1.32 СТУ П 1.12 СТУ П 1.13 СТУ П 1.14 СТУ П 1.15 СТУ П 1.17 СТУ Д 1.24 СТУ Д 1.25 СТУ П 1.10 СТУ П 1.11
6. ТНПА НПА	Начальник юридического отдела Директор библиотеки	СТУ Д 1.30 СТУ П 1.18
7. Научные информационные ресурсы	Первый проректор Проректор по научной работе Директор библиотеки	СТУ П 1.09 СТУ П 1.18 СТУ П 1.19 СТУ П 1.20

4.6. Внешние и внутренние коммуникации по процессу

Процессы обмена информацией при функционировании процесса осуществляются при взаимодействии с внешними и внутренними сторонами.

Обмен информацией с внешними и внутренними заинтересованными сторонами осуществляется при функционировании процесса СМК в ходе получения входов процесса и при передаче выходов процесса.

Коммуникации и консультирование осуществляется при менеджменте рисков и возможностей.

К внешним заинтересованным сторонам, с которыми осуществляется обмен информацией, относятся потребители, поставщики, партнеры.

К внутренним заинтересованным сторонам относятся процессы поставляющие входы и ресурсы для функционирования процесса, а также получатели выходов из процесса.

Для различных сторон, с которыми осуществляется взаимодействие при функционировании процесса используются разные методы коммуникации, включая обмен официальными документами (в бумажной и электронной форме), а также при непосредственном контакте при официальных и рабочих встречах, при общении по телефону и с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Схема взаимодействия процессов представлена в Руководстве по качеству БГМУ приложение 2.

4.7. Схема процесса с ответственностью

4.7.1 Управление процессом «Маркетинг»

Маркетинговые исследования в УО «БГМУ» осуществляется в соответствии с Блок-схемой 1.

Блок-схема 1

Банк входных данных	Этапы	Взаимодействующие подразделения	Ответственный	Банк запуска процедуры	Банк выходных данных
1	2	3	4	5	6
Цели в области качества, проект плана работы университета на учебный год		Факультеты и подразделения университета, приемная комиссия, ПО, ОМС.	Первый проректор	Ноябрь текущего года	
Годовой утвержденный план работы университета		Факультеты и подразделения университета, приемная комиссия, ПО, ОМС.	Первый проректор, деканы, заведующий ПО, проректор по международным связям, начальник ОДР	Ноябрь текущего года	
Разделы планов факультетов и подразделений по МИ		Факультеты и подразделения университета, приемная комиссия, ПО, ОМС.	Первый проректор, проректор по международным связям, начальник ОДР, заведующий ПО, деканы факультетов	Декабрь-февраль	
Отчеты в произвольной форме от структурных подразделений		Факультеты и подразделения университета, приемная комиссия, ПО, ОМС.	Первый проректор, проректор по международным связям, начальник ОДР	Февраль	
Информация МИ специальностей БГМУ		Приемная комиссия, ПО, ОМС.	Ректор, первый проректор, проректор по международным связям, начальник ОДР	Март	

1	2	3	4	5	6
Сводный анализ	7. Разработка рекомендаций	Факультеты и подразделения университета, приемная комиссия, ПО,ОМС.	Ректор, первый проректор, начальник ОДР	Последняя декада марта	Отчет по проведенному анализу
Отчет по проведенному анализу	8. Разработка маркетинговой стратегии	Ректорат и ОМ	Первый проректор, проректор по международным связям, начальник ОДР	Апрель	Плановая стратегия маркетинга образовательных услуг БГМУ
Отчеты структурных подразделений	9. Анализ и выполнение плана МД и МИ	Факультеты и подразделения университета, приемная комиссия, ПО,ОМС.	Первый проректор, начальник ОДР	Май	Отчеты о выполнении МИ и МД
Отчет о выполнении МИ и МД	10. Корректировка и улучшение деятельности	Ректорат, начальник ОДР	Ректорат, начальник ОДР		Мероприятия по улучшению
	11. Конец процесса				

4.7.2 Этапы реализации процесса «Маркетинг»

Таблица 6

Этапы реализации процесса	Порядок выполнения
2. Реализация целей, поставленных руководством БГМУ	Процесс управления МД вуза подразделяется на несколько этапов. С учетом ценностей и миссии университета руководством формируются цели дальнейшего развития, на основании которых формируется и утверждается годовой план работы.
3. Разработка и утверждение плана МИ	С учетом поставленных перед начальником ОДР целей развития университета, разрабатываются Разделы планов факультетов и подразделений по МИ, которые направлены на формирование и структуризацию информационной базы внутренней и внешней среды университета. Данная информационная база впоследствии ложится в формирование маркетинговой стратегии университета.
4. Выполнение МИ	<p>Проведение МИ является исходным этапом в рамках организации МД университета. МИ рынка образовательных услуг, рынка труда и рынка научных услуг осуществляются для изучения рыночной ситуации на рынке труда и прогнозирования изменений в структуре спроса и предложения в сфере образовательных услуг. Конечной целью данных исследований является прогноз спроса на специальности, по которым ведется обучение студентов.</p> <p>Данные исследования проводят следующие функциональные подразделения университета: ПО, ОМС, приемная комиссия, все факультеты университета.</p> <p>Система маркетинговых исследований включает следующие составляющие этапы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявление проблемы и формулировка целей исследования; – отбор источников информации; – сбор информации;

Этапы реализации процесса	Порядок выполнения
	<ul style="list-style-type: none"> – анализ собранной информации; – предоставление результатов исследования.
4.1 МИ ПО	<p>Сотрудники ПО и все факультеты университета в марте - мае и в сентябре – ноябре проводят маркетинговое исследование потребностей учащейся молодежи (учащихся УО области, средних профессиональных медицинских и фармацевтических УО) в дополнительных образовательных услугах; профессиональных намерений учащихся УО.</p> <p>Основные задачи маркетинговых исследований в области довузовской подготовки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -исследование потребностей учащихся УО области, средних профессиональных медицинских и фармацевтических УО в дополнительных образовательных услугах; - изучение профессиональных намерений учащихся УО Республики; - увеличение доли рынка сбыта платных услуг БГМУ; - увеличение спроса на предлагаемые услуги (за счет расширения спектра образовательных услуг).
4.2 МИ ОМС	<p>Маркетинговые исследования в области международного планирования проводятся сотрудниками ОМС в течение всего календарного года и заключаются в оценке многонациональной внешней среды, определении будущих глобальных возможностей и угроз и в формулировании глобальных целей и стратегии университета с учетом оценки внешних условий и ее внутренних сильных и слабых сторон. Оно включает формулирование краткосрочных и долгосрочных целей и задач и распределение ресурсов – человеческих, денежных, технологических, информационных – в международном масштабе с целью достижения глобальных целей вуза.</p> <p>МИ определяются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы сбора информации (наблюдение, опрос); - средства исследования; - план выборки; - способы установления контактов с целевой аудиторией (потенциальными слушателями факультета).
4.3 Сбор информации по МИ	<p>Проводится сбор информации сотрудниками ПО, ОМС, приемная комиссия, факультеты университета. Из всех источников сбора информации наиболее простым и эффективным способом выступает наблюдение. Лица, проводящие маркетинговые исследования, могут наблюдать за реакцией клиентов на появление рекламного объявления о наборе слушателей на различные специальности, в газетах, интернете, на телевидении и т.д. Наблюдение также позволяет выявить наиболее эффективное рекламное средство распространения информации и в дальнейшем ему предпочтение при выборе источника распространения информации.</p> <p>Опрос - это очень удобный способ получения необходимой информации относительно предпочтений студентов университета.</p>

Этапы реализации процесса	Порядок выполнения
	<p>Изучение нормативно-правовых документов – позволяет определить потребность в повышении квалификации специалистов различного профиля, работать на опережение;</p> <p>Анкетирование – получить наиболее точную информацию, характеризующую изучаемое явление.</p> <p>Этап сбора информации включает непосредственно сбор информации одним из вышеперечисленных способов и обработку полученных результатов.</p> <p>Осуществляется анализ собранной информации и последующее представление результатов исследования в наглядном виде с помощью таблиц, графиков, диаграмм и т.д. Результаты маркетинговых исследований сотрудники ПО, ОМС и деканы факультетов оформляют в виде отчетов в произвольной форме.</p>
5. Формирование информационной базы маркетинговых исследований по специальностям БГМУ	На основании полученных данных происходит формирование информационной базы маркетинговых исследований БГМУ.
6. Анализ и обработка данных	<p>На основании данной информации первый проректор проводит общий анализ и обработку данных, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализируются социальные перемены с целью отслеживания емкости и динамики рынка образовательных услуг; – анализируется зарубежный и отечественный опыт деятельности на рынке образовательных услуг; – изучается качество правовой базы (систематически и комплексно), регулирующей развитие сферы образования.
6.1 Анализ внешнего окружения вуза	При анализе внешнего окружения изучается динамика изменений макро- и микросреды, позволяющая сделать прогноз тенденций развития рынка образовательных услуг.
6.2. Макроокружение	<p>Макроокружение (макросреда) создает общие условия существования учреждения образования и определяется следующими факторами: экономическими, демографическими, социально-культурными, природными, политико-правовыми, научно-техническими.</p> <p>При исследовании макросреды учитываются следующие особенности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – все факторы макроокружения взаимосвязаны и взаимозависимы, поэтому их анализ осуществляется системно; – степень воздействия отдельных факторов на различные ВУЗы не одинакова и зависит от размеров учреждений образования, их территориального расположения, сферы образовательной деятельности и других факторов.
6.3. Микроокружение	<p>Микроокружение (микросреда) представлено факторами, оказывающими непосредственное влияние на деятельность вуза. К ним относят функционирование конкурирующих ВУЗов, поставщиков ресурсов (учебная мебель, оборудование, программное обеспечение, канцелярские товары и т. п.), потребителей образовательных услуг, государственных органов управления, регулирующих деятельность учреждений образования.</p>

Этапы реализации процесса	Порядок выполнения
6.4. Анализ конкурентной среды.	<p>Одной из особенностей рыночной среды является нарастание конкуренции за ограниченные ресурсы между вузами. Ситуация осложняется рядом факторов: сокращение контингента выпускников школ из-за демографических проблем, ограничение финансирования из средств республиканского бюджета.</p> <p>Исследование конкуренции предусматривает сбор и обработку информации о конкурентах, показателях их деятельности, целях и стратегиях. Все вузы работают в условиях сильной конкуренции: абитуриенты и студенты имеют большой выбор схожих специальностей, а выпускаемые специалисты конкурируют с выпускниками других учреждений образования на рынке труда.</p> <p>В рамках анализа внешней конкурентной среды вуза проводится:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение основных ВУЗов-конкурентов и оценка угрозы с их стороны; – анализ содержания и качества образовательных программ университета и его конкурентов; – анализ материально-технического обеспечения процессов обучения и научных исследований вуза и конкурентов; – анализ конкурирующих специальностей, по которым ведется подготовка специалистов в других ВУЗах; – анализ научно-образовательного потенциала вуза для создания научной и инновационной продукции относительно основных конкурентов; – опрос мнения абитуриентов; – выявление тенденций на рынке труда и оценка потенциального спроса на специальности, преподаваемые в вузе.
6.5. Анализ внутренней среды вуза	<p>При исследовании внутренней среды изучаются все сферы деятельности учреждения образования, обеспечивающие его нормальную работу и позволяющие усовершенствовать процессы обучения студентов, НИЧ и НИР кафедр.</p> <p>Внутренняя среда анализируется по следующим группам факторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды и качество образовательных услуг; – управление; – экономика и финансы; – проведение НИР; – качество оказываемых услуг; – инновации в обучении и управлении; – система менеджмента качества; – формирование культуры отношений.
7. Разработка рекомендаций	<p>Результаты исследований и прогнозов оформляются в виде сводного анализа</p>
8. Разработка маркетинговой стратегии	<p>На основании сводного анализа происходит разработка рекомендаций и предложений по формированию маркетингового планирования, которая осуществляется проректорами по учебной и научной работе совместно с деканами факультетов и заведующими кафедр. На данном этапе процесса реализуются такие мероприятия как сегментирование рынка образо-</p>

Этапы реализации процесса	Порядок выполнения
	вательных услуг, обоснование перспективной стратегии развития, совершенствование структуры управления маркетингом, рекламно-информационная деятельность, стимулирование сотрудников. Все мероприятия вносятся в отчет по проведенному анализу.
9. Анализ и выполнение плана МД и МИ	Составляется отчет о выполнении МИ и МД, который основывается на анализе выполнения плана. Данный отчет формируется при участии всех факультетов и подразделений университета, приемной комиссии, ПО, ОМС.
10. Корректировка и улучшение деятельности	Затем проходит оценка и контроль эффективности МД. Руководство университета и его структурные подразделения ежегодно подводят итоги МД и оценивают эффективность мероприятий по продвижению образовательных услуг. На данных этого анализа проходит корректировка и улучшения деятельности МД.

4.8. Оценка и анализ рисков и возможностей

Оценка и анализ рисков и возможностей проводится в соответствии с п.б. Руководства по качеству БГМУ.

4.9. Мониторинг

Мониторинг входных и выходных данных процесса проводится в соответствии с таблицами 3 и 4, ресурсов – в соответствии с таблицей 5, в критических точках – с таблицей 7.

4.10. Контрольные (критические) точки

Таблица 7

Контрольная точка	Кто осуществляет мониторинг	Предполагаемые меры по обеспечению деятельности процесса
1. Оценка потенциальных потребителей (работодателей) для сегментации по признакам, определяющим степень заинтересованности в выпускниках	Деканы факультетов, первый проректор	Анкетирование, опрос, интернет-мониторинг
2. Определение потребности в выпускниках в разрезе специальностей	Деканы факультетов, первый проректор	Анкетирование, опрос, интернет-мониторинг, учет статистики
3. Анализ научно-образовательного потенциала вуза для создания научной и инновационной продукции относительно основных конкурентов	НИС, ПО	Осуществление исследований и разработок научного потенциала вуза, интернет-мониторинг, учет статистики

4.11. Оценка результативности

Для определения результативности функционирования процесса «Маркетинг» используются фактические значения целевых показателей по отношению к плановым.

Мониторинг достижения основных показателей процесса осуществляется в соответствии с процедурой, приведенной в п. 4.9.5 СТУ П 1.02 «Стратегическое и оперативное планирование, анализ СМК и постоянное улучшение».

Анализ и оценка результативности процесса проводится ежегодно не позднее 15 января года, следующего за отчетным. Оценку результативности осуществляет руководитель процесса.

Результаты оценки результативности процесса «Маркетинг» включают в годовой отчет о функционировании процесса.

Кроме оценки результативности процесса, отчет должен содержать предложения по совершенствованию процесса «Маркетинг».

Данные отчета являются объектом анализа со стороны высшего руководства.

4.12. Улучшение процесса

Текущее улучшение процесса проводится постоянно в течение года.

По результатам анализа результативности процесса разрабатываются мероприятия по устранению причин возникновения несоответствий (при их наличии).

Планирование постоянного улучшения процесса осуществляется посредством разработки мероприятий по улучшению деятельности, направленной на удовлетворение требований и ожиданий потребителей, совершенствование системы менеджмента качества после оценки результативности процесса.

В соответствии с требованиями СТУ П 1.02 ежегодно руководитель процесса представляет представителю руководства по качеству предложения (мероприятия) по улучшению процесса, которые служат информацией для составления Плана мероприятий по улучшению на планируемый год, утверждаемый Ректором до 25 декабря текущего года.

5. ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ

Перечень документов, оформляемых в результате выполнения требований данного СТУ, приведен в таблице 8.

Таблица 8

Наименование или описание документа (группы документов)	Форма документа	Кто оформляет документ	Кому представляют документ	Место хранения документа	Срок хранения документа
Анкета абитуриента	Приложение 1	Потребители	УПРК, Ректору	Приемная комиссия	1 год
Анкета студента по оценке учебной дисциплины	Приложение 2	Потребители	УПРК, Ректору	Сектор менеджмента качества	1 год
Анкета студента по оценке учебного процесса	Приложение 3	Потребители	УПРК, Ректору	Сектор менеджмента качества	1 год
Анкета по оценке удовлетворенности потребителя специалистами из числа выпускников	Приложение 4	Потребители	УПРК, Ректору	Сектор менеджмента качества	1 год
Анкета по удовлетворенности сотрудников работой в университете	Приложение 5	Работники	УПРК, Ректору	Сектор менеджмента качества	1 год

Приложение 1**Примерная структура отчета по маркетинговым исследованиям и маркетинговой деятельности****Приложение 1****Анкета абитуриента****Образование абитуриента**

общее среднее

профессионально-техническое с общим средним

среднее специальное

неоконченное высшее

высшее

В каком году Вы предполагаете поступать в ВУЗ?

2012

2013

2014

2015 или позже

не планирую

Где Вы постоянно проживаете?

Минск

Минская обл.

Брестская обл.

Витебская обл.

Гомельская обл.

Гродненская обл.

Могилевская обл.

Российская Федерация

Другая страна

Ваш средний балл за последний учебный год

от 9 до 10 / от 4,5 до 5,0

от 7 до 9 / от 4,0 до 4,5

от 6 до 7 / от 3,5 до 4,0

от 4 до 6 / от 3,0 до 3,5

ниже 4 / ниже 3,0

Какую специальность Вы выбрали

Лечебное дело

Фармация

Стоматология

Педиатрия

Медико-профилактическое дело

Лечебное дело (военно-медицинское дело)

Что из нижеперечисленного является наиболее важным при выборе Вами в качестве будущей профессии врача (провизора)?

интерес к профессии

перспективы трудоустройства, развития

совет родителей, знакомых

продолжить семейную династию врачей (провизоров)

универсальность, актуальность специальности

низкий проходной балл

интересное название

желание иметь диплом о высшем образовании

реклама медицинской специальности при проведении Дня открытых дверей

материальная заинтересованность

Почему Вы выбираете БГМУ?

высокий профессиональный уровень знаний, грамотные преподаватели

престижность университета, хорошая репутация

в университете перспективные, востребованные специальности

возможность хорошо устроиться на работу

возможность бесплатного поступления и бесплатного обучения

близость университета к дому

возможность проявить себя как творческую и социальную личность (спорт, КВН и т.д.)

в этом университете обучались мои родители, родственники

в этот университет поступают мои друзья

выбор случаен

наличие подготовительных курсов

возможность получить второе высшее образование

Можно выбрать несколько флажков, поэтому сумма процентов может превышать %.

Каковы, с Вашей точки зрения, минусы нашего университета

Если Вы не будете учиться в БГМУ, какое учебное заведение выберете?

Если Вы не поступите в БГМУ, планируете ли Вы продолжить подготовку для поступления в следующем году?

Да, буду заниматься с репетитором

Да, займусь самоподготовкой

Да, на дневном подготовительном отделении БГМУ

Нет, больше в БГМУ поступать не буду

Да, на вечерних или заочных подготовительных курсах БГМУ

Нет, заниматься не буду

Да, на подготовительном отделении/курсах других учебных заведений

Нет, больше не буду поступать в вузы

Можно выбрать несколько флажков, поэтому сумма процентов может превышать.

Что Вам понравилось в организации «Дня открытых дверей» и что не устроило?

Из каких источников Вы получили информацию о правилах и порядке приема в БГМУ?

сайт университета

сайт приемной комиссии университета

справочник для поступающих в вузы

средства массовой информации

Дни открытых дверей в университете

выездные Дни открытых дверей

по телефону

Other

Можно выбрать несколько флажков, поэтому сумма процентов может превышать 100%.

Из каких источников Вы бы хотели получать информацию приемной комиссии БГМУ?

сайт университета

сайт приемной комиссии университета

справочник для поступающих в вузы

средства массовой информации

Дни открытых дверей в университете

выездные Дни открытых дверей

по телефону

Можно выбрать несколько флажков, поэтому сумма процентов может превышать 100%.

Оцените по десятибалльной шкале, насколько полной и понятной является информация, предоставляемая приемной комиссией

Примерные анкеты студента по оценке учебной дисциплины

ПРИМЕРНАЯ АНКЕТА по изучению организации образовательного процесса на кафедрах и в лаборатории практического обучения

Уважаемый респондент! Просим Вас ответить на вопросы, касающиеся образовательного процесса на кафедрах и в лаборатории практического обучения. Пожалуйста, выберите в таблице то количество баллов, которое отражает Ваше мнение и Ваш опыт по нижеперечисленным вопросам. Ваши индивидуальные ответы огласке не подлежат, мы гарантируем полную анонимность. Будут использованы только обобщенные результаты статистической обработки данных.

Укажите Ваш факультет _____ и курс обучения _____

Очень доволен – 5 баллов	Доволен - 4 балла	Скорее доволен – 3 балла	Скорее недоволен – 2 балла	Недоволен – 1 балл
-------------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------

1. Удовлетворены ли Вы

	Кафедра _____ Дисциплина _____				
1.1. Условиями для проведения учебных занятий:					
на кафедре.	5	4	3	2	1
в лаборатории практического обучения.	5	4	3	2	1
1.2. Условиями для получения и отработки практических навыков:					
на кафедре.	5	4	3	2	1
в лаборатории практического обучения.	5	4	3	2	1
1.3. Содержанием и проведением практических занятий:					
на кафедре.	5	4	3	2	1
в лаборатории практического обучения.	5	4	3	2	1
1.4. Содержанием и проведением лекций					
на кафедре.	5	4	3	2	1
1.5. Содержанием электронных материалов (методическими рекомендациями, пособиями, видеоматериалами и т.д.), размещенных на сайте университета, их соответствием современным требованиям профессии					
на кафедре.	5	4	3	2	1
1.6. Содержанием электронных учебно-методических комплексов (ЭУМК) для подготовки к занятиям по данной дисциплине					
на кафедре.	5	4	3	2	1
1.7. Обеспечением данной дисциплины учебно-методической литературой:					
в библиотеке	5	4	3	2	1
в сети интернет	5	4	3	2	1
1.8. Организацией технического доступа к электронным учебным материалам					
на кафедре.	5	4	3	2	1
1.9. Расписанием занятий					
на кафедре.	5	4	3	2	1
1.10. Организацией и прохождением учебных/производственных практик					
на кафедре.	5	4	3	2	1
1.11. Социально-бытовой инфраструктурой университета:					
общезитием	5	4	3	2	1
организацией питания (работой столовой, буфетов и пр.)	5	4	3	2	1
спортивными залами, площадками	5	4	3	2	1
территорией университета	5	4	3	2	1

2. Используют ли преподаватели имеющиеся ресурсы IT-технологий для проведения занятий?

(отметьте один вариант ответа)

Дисциплина	Постоянно	Редко	Очень редко	Не используют вообще

4. Использовали ли Вы ЭУМК для подготовки к практическим занятиям во время семестра (отметьте один вариант ответа)

Дисциплина	Постоянно	Редко	Очень редко	Не используют вообще

5. Использовали ли Вы ЭУМК для подготовки к сессии (отметьте один вариант ответа)

Дисциплина	Да	Нет

6. Достаточно ли работы непосредственно с пациентами? (отметьте один вариант ответа)

Дисциплина	Достаточно	Недостаточно	Не было возможности работать с пациентом самостоятельно

7. Достаточно ли самостоятельного выполнения манипуляций? (отметьте один вариант ответа)

	Кафедра	Дисциплина	
на кафедре	Достаточно	Недостаточно	Не было возможности выполнять манипуляции самостоятельно
в лаборатории практического обучения	Достаточно	Недостаточно	Не было возможности выполнять манипуляции самостоятельно

8. Оцените Ваш уровень освоения

	Кафедра	Дисциплина	
5.1. теоретических знаний по дисциплине	Основательные	Достаточные	Недостаточные
5.2. практических навыков после изучения дисциплины:			
на кафедре	Основательные	Достаточные	Недостаточные
в лаборатории практического обучения	Основательные	Достаточные	Недостаточные

6. Укажите Ваши замечания и предложения, связанные с организацией образовательного процесса на кафедрах и/или в лаборатории практического обучения

**ПРИМЕРНАЯ АНКЕТА
по оценке учебной дисциплины**

Уважаемый респондент! Просим Вас ответить на вопросы, касающиеся образовательного процесса на кафедре. Пожалуйста, выберите в таблице то количество баллов, которое отражает Ваше мнение и Ваш опыт по нижеперечисленным вопросам. Ваши индивидуальные ответы огласке не подлежат, мы гарантируем полную анонимность. Будут использованы только обобщенные результаты статистической обработки данных.

1. Название дисциплины _____
2. ФИО преподавателя _____
3. Текущий курс обучения (подчеркните): 1 2 3 4 5 6

ОЦЕНИТЕ по 10-и балльной шкале

Лекции по дисциплине

Оцените насколько

11. Лекции поддерживаются аудиовизуальными средствами информации.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

12. Посещение лекций ведет к существенному приобретению знаний.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13. Курс лекций - прикладной, проблемно ориентирован.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

14. Курс лекций современен, раскрывает перспективные направления науки.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15. Лекции способствуют развитию критического мышления.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

16. Объяснения лектора просты для понимания.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

17. На лекциях раскрывается практическое значение излагаемых теоретических положений.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

18. Лектор компетентен, знаком с практической стороной предмета.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

19. Лекционный материал был ясным.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

20. Преподаватель обращается со студентами с уважением.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

21. Лектор имеет адекватный темп речи.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Практические занятия по дисциплине

Оцените насколько

22. Есть методические указания для подготовки и выполнения всех практических занятий.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23. Преподавание (обратная связь с преподавателями и т.д.) в практической части этого курса было хорошим.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

24. Применяемого технического оборудования, муляжей, фантомов, таблиц достаточно.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

25. Каждый студент имеет достаточную возможность для выполнения упражнений.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

26. Использование компьютеров в этом курсе было полезным.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

27. Оцените Ваш уровень освоения практических навыков.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Мнение о дисциплине в целом

Оцените на сколько

28. Рабочая нагрузка соответствует содержанию курса.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

29. Цели и задачи курса ясны.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

30. Фактическое содержание совпадает с установленными целями курса.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

31. Методы преподавания подходили изучению целей.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

32. Имеется научная и научно-методическая литература по курсу в достаточном объеме

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

33. Этот курс хорошо увязывается с тем, что Вы уже знали.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

34. Научное содержание (глубина, связь с практическим исследованием) было достаточным.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

35. Нет перекрытий (повторов тем) с другими курсами

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

36. Экзамен отражает уровень и содержание курса.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

37. Оцените степень усвоения Вами материала данного курса.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Ваши персональные замечания, критика, пожелания

Примерная анкета студента по оценке учебного процесса

Уважаемый респондент! Просим Вас ответить на вопросы, касающиеся образовательного процесса на кафедре. Пожалуйста, выберите в таблице то количество баллов, которое отражает Ваше мнение и Ваш опыт по нижеперечисленным вопросам. Ваши индивидуальные ответы огласке не подлежат, мы гарантируем полную анонимность. Будут использованы только обобщенные результаты статистической обработки данных.

Факультет _____ **Курс** _____

ОЦЕНИТЕ по 10-и балльной шкале

1. Уровень качества проведения лекций.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. Уровень качества проведения практических занятий.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. Уровень использования новых информационных технологий в образовательном процессе.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. Обеспеченность учебного процесса учебной литературой.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. Расписания занятий.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. Расписания экзаменационных сессий.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. Оснащенность лекционных аудиторий.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. Оснащенность учебных комнат.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9. Уровень качества полученных Вами знаний

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Ваши замечания и предложения.

*АНКЕТА***по оценке удовлетворенности потребителя специалистами из числа выпускников
УО «Белорусский государственный медицинский университет»**

Уважаемый коллега!

Просим Вас высказать своё мнение об удовлетворенности профессиональными и деловыми качествами
врачей-специалистов выпускников нашего университета, работающих в Вашем учреждении здравоохранения

_____.
наименование учреждения здравоохранения

Результаты анкетирования будут использованы для совершенствования деятельности университета в
сфере предоставления образовательных услуг.

Ответы отмечаются по 10-ти балльной системе (1-соответствует самому низкому уровню, 10-
соответствует наивысшему уровню).

Будем признательны Вам за дополнительные комментарии и пожелания по теме анке-
ты.

1. Оцените качество фундаментальной подготовки выпускников нашего университета.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Если вы поставили оценку меньше 5 баллов, то укажите, какие причины на это повлияли.

2. Оцените качество практической подготовки выпускников нашего университета.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Если вы поставили оценку меньше 5 баллов, то укажите, какие причины на это повлияли.

3. Оцените морально-этические качества выпускников нашего университета.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Если вы поставили оценку меньше 5 баллов, то укажите, какие причины на это повлияли.

4. Оцените, насколько знания и умения врачей-специалистов выпускников нашего универ-
ситета отвечают требованиям современной практической медицины.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Если вы поставили оценку меньше 5 баллов, то укажите, какие причины на это повлияли.

5. Оцените степень Вашей удовлетворённости врачами-специалистами выпускниками
нашего университета.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. Что бы Вы хотели сообщить дополнительно по исследуемой нами проблеме (коммента-
рии и пожелания)

Благодарим за участие в опросе!

Анкета по удовлетворенности сотрудников работой в университете

Очень доволен – 5 баллов	Доволен - 4 балла	Скорее доволен – 3 балла	Скорее недоволен – 2 балла	Недоволен – 1 балл
-------------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------

	<i>Показатели для оценки удовлетворенности</i>	<i>Балл</i>
1	Участие персонала в управлении университетом	
1.1	Доступность информации в части: - целей, задач и достижений университета - целей, задач и достижений отдела, кафедры - целей и задач, стоящих перед работником	
1.2	Достаточность полномочий для решения целей и задач, стоящих перед работником	
1.3	Возможность участия в принятии управленческих решений: - на уровне университета - на уровне отдела, кафедры	
1.4	Удовлетворенность переменами, происходящими в университете, и их внедрением	
2	Развитие потенциала работников	
2.1	Возможность продвижения по службе и планирование карьеры	
2.2	Удовлетворенность условиями повышения квалификации	
2.3	Удовлетворенность условиями для выполнения научных исследований	
2.4	Удовлетворенность условиями подготовки учебников и учебных пособий	
3	Психологический климат в коллективе	
3.1	Отношение со стороны руководства: - отношение со стороны высшего руководства университета - отношение со стороны непосредственного руководителя - отношение с сотрудниками отдела, кафедры	
3.2	- удовлетворенность взаимоотношением по работе, между подразделениями университета (если 1 или 2 балла, укажите каким отделом и почему) _____ _____	
3.3	Рабочая обстановка: - обеспеченность оргтехникой, средствами связи, в том числе электронной почтой - обеспеченность НПА, ТНПА, периодическими печатными изданиями и научно-технической, учебной литературой и др. - организация выполнения работ (планирование, контроль выполнения, отчетность) - материально-техническим обеспечением	
4	Социальные вопросы	
4.1	Равные возможности для сотрудников	
4.2	Обеспечение справедливости во всех вопросах найма и занятости персонала (деловая оценка персонала, отбор претендентов на вакантную должность и т.д.)	
4.3	Удовлетворенность услугами общественного питания в университете: пользуюсь не пользуюсь, т.к. _____	
4.4	Выполнение социально-трудовых гарантий действующего коллективного договора	
4.5	Охрана труда и безопасность условий труда, в том числе санитарно-гигиенические условия: - на рабочем месте (температура, освещенность, уровень шума, запыленность и др.) - в подразделении	

	- в местах общего пользования и на территории организации	
	- выполнение мероприятий действующего коллективного договора по охране труда	
4.6	Оплата труда и льготы:	
	- уровень заработной платы	
	- мотивация качественного и напряженного труда	
	- поощрение и оказание содействия персоналу, стремящемуся к улучшению своей работы	
5	Общий имидж университета:	
	- удовлетворенность деятельностью руководства университета	
	- удовлетворенность ценностями, миссией, видением, политикой и стратегией развития университета	
	- удовлетворенность ролью университета в жизни общества	

6. Какие из аспектов работы являются для вас самыми важными?

7. Какие на Ваш взгляд университетские проблемы требуют немедленного решения?

Ваши предложения по улучшению работы в университете:

**Анкета по удовлетворенности выпускников по вопросам организации
учебного процесса на кафедрах
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СУБОРДИНАТУРЫ**

1. Как Вы считаете, имеются ли на кафедре:

- хорошие условия для проведения учебных занятий

Кафедра	В полной мере	Частично	Отсутствуют	Затрудняюсь ответить

- хорошие условия для получения и отработки практических навыков

Кафедра	В полной мере	Частично	Отсутствуют	Затрудняюсь ответить

2. Какие проблемы Вы видите в организации учебного процесса?

Кафедра	Проблем нет	Обучают навыкам, которые не востребованы на практике	Не определен перечень практических навыков по дисциплине на кафедре	Избыток теоретического материала при проведении практических занятий

3. Как вы оцениваете профессиональный уровень преподавателей кафедры?

Кафедра	Высокий	Средний	Низкий	Очень низкий	Затрудняюсь ответить

4. Оцените, пожалуйста, качество проведения практических занятий на кафедре

Кафедра	Высокое	Среднее	Низкое	Затрудняюсь ответить

5. Достаточно ли самостоятельной работы с пациентами?

Кафедра	Достаточно	Недостаточно	Не было возможности работать с пациентом самостоятельно

6. Достаточно ли самостоятельного выполнения манипуляций?

Кафедра	Достаточно	Недостаточно	Не было возможности выполнять манипуляции самостоятельно

7. Оцените, пожалуйста, качество электронных материалов для подготовки к занятиям, размещенных кафедрой на сайте университета, их соответствие современным требованиям профессии

Кафедра	Высокое	Среднее	Низкое	Затрудняюсь ответить

9. Оцените, пожалуйста, качество проведения практических занятий лаборатории практического обучения

Высокое	Среднее	Низкое	Затрудняюсь ответить

10. Назовите 3-х лучших, по-Вашему мнению, преподавателей за период обучения в университете:

11. Лекции каких преподавателей Вам запомнились

12. Ваши предложения по улучшению образовательного процесса
Спасибо!

