

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор СГУ

Л.Ю. Коссович

« 14 »

2012 г.



Дополнительная профессиональная образовательная программа
повышения квалификации

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ВУЗА
КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ РИСКАМИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Руководители разработки программы:

1. Голуб Ю.Г. – доктор исторических наук, профессор, директор Института дополнительного профессионального образования
2. Поздняков А.Н. – доктор исторических наук, доцент, заместитель директора Института дополнительного профессионального образования
3. Вакулич Н. Р. – кандидат философских наук, доцент, начальник учебного и научного отдела Института дополнительного профессионального образования
4. Акинфиева Н.В. – доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента в образовании Института дополнительного профессионального образования

Разработчики программы:

1. Акинфиева Н.В. – доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента в образовании Института дополнительного профессионального образования
2. Черемисинов Г.А. – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента в образовании Института дополнительного профессионального образования
3. Куприянчук Е.В. – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента в образовании Института дополнительного профессионального образования
4. Вешнева И.В. – кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента в образовании Института дополнительного профессионального образования

Саратов – 2012

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Категории слушателей, на обучение которых рассчитана программа повышения квалификации:

- действующий руководящий состав образовательных учреждений высшего профессионального образования (ОУ ВПО),
- действующие руководители и заместители руководителей структурных подразделений ОУ ВПО.

1.2. Сфера применения слушателями полученных профессиональных компетенций, умений и знаний:

- профессиональная деятельность, связанная с реализацией руководящих функций инновационного развития вуза и его подразделений;
- профессиональная деятельность, связанная с оценкой эффективности вуза в целом, каждого его подразделения, и определением путей повышения конкурентной позиции вуза.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДГОТОВКИ ПО ПРОГРАММЕ

2.1. Нормативный срок освоения программы – 108 часов.

2.2. Режим обучения – 4-6 аудиторных часов в неделю, самостоятельная работа слушателей.

2.3. Форма обучения – с частичным отрывом от работы (или дистанционно).

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Слушатель, освоивший программу, должен:

3.1. Обладать профессиональными компетенциями, включающими в себя способность:

ПК 1. Проводить анализ конкурентной позиции вуза с использованием основных методик стратегического менеджмента.

ПК 2. Адаптировать методы стратегического анализа конкурентных позиций к практике управления национальным исследовательским университетом.

ПК 3. Разрабатывать системы показателей оценки достижения поставленных целей и задач в области реализации миссии и стратегических целей вуза.

3.2. Владеть:

- навыками оценки и анализа конкурентных позиций вуза;
- методами отраслевого и конкурентного анализа;
- навыками управления корпоративным имиджем;
- навыками диагностики качества обучения студентов.

3.3. Уметь:

- анализировать роль вузов в формировании кластеров конкурентоспособных отраслей;
- оценивать компетенций студентов вузов;
- применять основные инструменты публичных отношений;
- оценивать имидж руководителя вуза и самого вуза.

3.4. Знать:

- концепцию конкурентных преимуществ;
- специфику конкурентных отношений в сфере высшего профессионального образования;
- критерии оценки качества высшего образования;
- содержание основных нормативных документов, определяющих приоритеты и качество высшего образования;
- ключевые факторы успеха национального исследовательского университета;
- аспекты проведения обобщенного отраслевого и конкурентного анализа;
- основные характеристики имиджа вуза.

4. СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

Программа повышения квалификации рассчитана на 108 учебных часов. Формирование программы основано на модульном принципе, предполагающем дидактическую целостность и завершенность каждого модуля.

Таблица 1

Структура программы

№ пп	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе:		
			Лекции	Практические занятия (семинары), лабораторные работы, выездные занятия	Самостоятельная работа
1	Модуль 1. Формирование конкурентных преимуществ вуза в сфере профессионального образования	27	6	12	9
2	Модуль 2. Стратегический анализ конкурентных позиций национального исследовательского университета	27	12	6	9
3	Модуль 3. Оценка качества образования в контексте новых ФГОС ВПО	27	6	12	9
4	Модуль 4. Имидж вуза как средство повышения конкурентоспособности на рынке образовательных услуг	27	8	10	9
Итоговая аттестация:		выпускная квалификационная работа			
Итого:		108	32	40	36

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Таблица 2

5.1. Учебно-тематический план программы

№ пп	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе:		
			Лекции	Практические занятия (семинары), лабораторные работы, выездные занятия	Самостоятельная работа
1	Модуль 1. Формирование конкурентных преимуществ вуза в сфере профессионального образования	27	6	12	9
1.1	Тема 1. Концепция конкурентных преимуществ	6	4	-	2
1.2	Тема 2. Роль вузов в формировании кластеров конкурентоспособных отраслей	4	2	-	2
1.3	Тема 3. Практикум: Специфика конкурентных отношений в сфере высшего профессионального образования	6	-	4	2
1.4	Тема 4. Практикум: Участие вуза в формировании региональных кластеров отраслей	5	-	4	1
1.5	Тема 5. Практикум: Оценка и анализ конкурентных позиций вуза	6	-	4	2
2	Модуль 2. Стратегический анализ конкурентных позиций национального исследовательского университета	27	12	6	9
2.1	Тема 1. Содержание и методы отраслевого и конкурентного анализа	6	2	2	2
2.2	Тема 2. Определение доминирующих в отрасли экономических характеристик	4	3	-	1
2.3	Тема 3. Анализ микросреды организации (анализ конкурент-	5	3	-	2

	ных сил и анализ портфеля продукции)				
2.4	Тема 4. Оценка конкурентных позиций и возможных действий соперничающих организаций	4	2	-	2
2.5	Тема 5. Определение ключевых факторов конкурентного успеха и обобщение отраслевого и конкурентного анализа	8	2	4	2
3	Модуль 3. Оценка качества образования в контексте новых ФГОС ВПО	27	6	12	9
3.1	Тема 1. Сравнительный анализ критериев оценки качества высшего образования	7	2	2	3
3.2	Тема 2. Нормативные основания оценки качества высшего образования в России	9	2	4	3
3.3	Тема 3. Оценка компетенций студентов вузов (в соответствии с ФГОС ВПО)	11	2	6	3
4	Модуль 4. Имидж вуза как средство повышения конкурентоспособности на рынке образовательных услуг	27	8	10	9
4.1	Тема 1. Имидж организации: структура и психологические факторы эффективности	11	4	4	3
4.2	Тема 2. Социокультурные и теоретические предпосылки формирования представления об имидже вуза	7	2	2	3
4.3	Тема 3. Инструменты публичных отношений в работе с имиджем вуза	9	2	4	3
Итоговая аттестация:		выпускная квалификационная работа			
Итого:		108	32	40	36

5.2. Учебная программа по модулям

№ п/п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
1	Модуль 1. Формирование конкурентных преимуществ вуза в сфере профессионального образования	
1.1	Тема 1. Концепция конкурентных преимуществ	Параметры конкуренции в отрасли, межстрановые сравнения конкурентоспособности, государственная политика в сфере конкуренции.
1.2	Тема 2. Роль вузов в формировании кластеров конкурентоспособных отраслей	Концепция инновационного развития экономики, понятие кластера отраслей, локальные конкурентные преимущества, роль сфер науки и образования в создании конкурентных преимуществ различных уровней экономики.
1.3	Тема 3. Практикум: Специфика конкурентных отношений в сфере высшего профессионального образования	Подготовка аналитического обзора о специфике конкуренции в высшем профессиональном образовании.
1.4	Тема 4. Практикум: Участие вуза в формировании региональных кластеров отраслей	Разработка проекта участия вузов региона в формировании кластерной структуры региональной экономики.
1.5	Тема 5. Практикум: Оценка и анализ конкурентных позиций вуза	Разработка собственного проекта системы показателей (критериев) или анализ существующей практики составления рейтинга конкурентных позиций вузов (университетов).
1.6	Практические занятия	1. Специфика конкурентных отношений в сфере высшего профессионального образования 2. Участие вуза в формировании региональных кластеров отраслей 3. Оценка и анализ конкурентных позиций вуза
1.6	Самостоятельная работа	Сравнительные конкурентные преимущества экономики России. Участие российских вузов в инновационном развитии отечественной экономики.

1.7	Используемые образовательные технологии	При изучении теоретического материала используются объяснительно-иллюстративная лекция и лекция с элементами дискуссии. Выполнение практических заданий в формате практикума.
1.8	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Абрамкина А.А. Оценка конкурентоспособности образовательных услуг вузов. Автореферат дисс. на соискание уч. ст. канд. эконом. наук. Омск, 2011. 2. Андриянов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения, 2006. 3. Асаул А.Н., Капаров Б. М. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики под ред. д.э.н, проф. А. Н. Асаула – СПб.: «Гуманистика», 2007. 4. Екшиев Т.К. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества вуза // Проблемы современной экономики. 2009. № 4 (32). 5. Конкуренция вузов на российском образовательном рынке // Вузовский вестник. 2010. № 7 (103). 6. Корчагова Л.А., Оценка конкурентоспособности вуза. // http://referent.mubint.ru/security/8/5490/1 7. Оболенский В. Внешняя торговля России: темпы сверхвысокие, товарное наполнение прежнее // Мировая экономика и международные отношения. 2006. № 1. 8. Райнерт Э.С. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. М., 2011. 9. Россия в полицентричном мире /Под. ред. А.А. Дынкина, Н.И. Ивановой. М.: Весь Мир, 2011. 10. Специфика экономических отношений на рынке образовательных услуг. // Проблемы современной экономики. 2011. № 2 (38).
2	Модуль 2. Стратегический анализ конкурентных позиций национального исследовательского университета	
2.1	Тема 1. Содержание и методы отраслевого и конкурентного анализа	Стратегический анализ и его цели. Стратегический анализ для национального исследовательского университета. Анализ внешней среды и анализ внутренней среды

		образовательного учреждения. Методы стратегического анализа вуза
2.2	Тема 2. Определение доминирующих в отрасли экономических характеристик	Доминирующие экономические характеристики отрасли. Стратегическая важность отдельных экономических характеристик. Сравнительная характеристика видов анализа доминирующих в отрасли характеристик. PEST-анализ. SWOT-анализ. Пример SWOT-анализа для вуза.
2.3	Тема 3. Анализ микро-среды организации (анализ конкурентных сил и анализ портфеля продукции)	Анализ микросреды вуза и его цели. Типология университетов по типу и качеству продукта деятельности (продуктный подход) и по типу организации высшего учебного заведения (организационный подход). Направления и методы анализа микроокружения. Анализ конкурентных позиций. Этапы определения конкурентного преимущества. Портфельный анализ. Модели «портфельного анализа».
2.4	Тема 4. Оценка конкурентных позиций и возможных действий соперничающих организаций	Изучение конкурентных позиций методом графической группировки. Составляющие целей и стратегий конкурентов. Выделение отличительных признаков вузов на примере рейтинга Webometrics.
2.5	Тема 5. Определение ключевых факторов конкурентного успеха и обобщение отраслевого и конкурентного анализа	Ключевые факторы успеха. Типы ключевых факторов успеха и их составляющие. Обобщающая форма отраслевого и конкурентного анализа: основные экономические характеристики отраслевого окружения, движущие силы, конкурентный анализ, конкурентная позиция основных стратегических групп, конкурентный анализ, ключевые факторы успеха, перспективы отрасли и общая привлекательность
2.6	Практические занятия	1. «Построение диаграммы баланса интересов НИУ». <i>Вопросы для обсуждения:</i> Группы конкурентных сил, воздействующие на НИУ. Заинтересованные стороны НИУ. Вероятность невыполнения требований заинтересованных сторон. Отсутствие рисков при невыполнении требований. Возможность невосдействия на заинтересованную сторону вовремя. Рейтинги сбалансированности сторон и обсуждение результатов. 2. «Определение ключевых факторов успеха»

		НИУ» <i>Вопросы для обсуждения:</i> Стратегия НИУ. Определения ключевых факторов успеха (КФУ) достижения стратегических целей НИУ. Введение ключевых показателей эффективности достижения КФУ.
2.7	Самостоятельная работа	Анализ организационной культуры и процессного подхода к управлению НИУ. Изучение доминирующих в образовательном пространстве характеристик отрасли и областей конкурентного соперничества. Влияние экономики на масштабы рынка образовательных услуг. Стратегические единицы деятельности образовательного учреждения определение их перспектив, стратегии развития и показателей достижения стратегических целей.
2.8	Используемые образовательные технологии	При изучении теоретического материала используются объяснительно-иллюстративная лекция и лекция с элементами дискуссии. Мультимедийные информационные технологии. Дискуссии. Модерация при проведении дискуссии (по заранее объявленным вопросам для обсуждения). Мозговой штурм. Организация групповой работы.
2.9	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	1. Асаул А.Н., Капаров Б.М. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики /Под ред. д.э.н, проф. А. Н. Асаула – СПб.: «Гуманистика», 2007. 2. Вешнева И.В. Математические модели, основанные на нечеткой логике, в системе управления качеством высшего образования: Монография /И.В. Вешнева. – Саратов: Саратовский источник, 2010. 3. Ильшев А.М., Ильшева Н.Н, Селевич Т.С. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России - М. : Финансы и статистика: Инфра-М, 2010. 4. Попов С.А. Актуальный стратегический менеджмент : учеб.-практ. пособие - М.: Юрайт : ИД Юрайт, 2010. 5. Стратегический анализ: эффективные инструменты и техники [Электрон. ресурс]. Режим доступа:

		<p>http://www.freelancer.fromru.com/pest.htm.</p> <p>6. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования = Basic Marketing Research / Г. А. Черчилль, Т. Дж. Браун ; пер. с англ. под ред. Г. Л. Багиева. - 5-е изд. - М. ; СПб. [и др.] : Питер, 2010.</p>
3	Модуль 3. Оценка качества образования в контексте новых ФГОС ВПО	
3.1	Тема 1. Сравнительный анализ критериев оценки качества высшего образования	Рейтинг лучших университетов мира от Quacquarelli Symonds, рейтинги Times Higher Education лучших университетов, Шанхайский ТОП-500, «Деловой рейтинг высшего образования», рейтинги агентства «РейтОР», Министерства образования и науки РФ. Критерии определения рейтинга вузов, сравнительный анализ подходов к определению рейтинга университета.
3.2	Тема 2. Нормативные основания оценки качества высшего образования в России	Содержание основных нормативных документов, определяющих приоритеты и качество высшего образования: Федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования; Федеральная целевая программа развития образования на 2011-2015 годы, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2011 г. № 61; Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, раздел 3.3. «Развитие образования».
3.3	Тема 3. Оценка компетенций студентов вузов (в соответствии с ФГОС ВПО)	Отличия компетентностного подхода к обучению студентов от знаниевого подхода. Ключевые ценности оценивания компетенций. Квалиметрический инструментарий оценки компетенций.
3.4	Практические занятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дискуссия «Почему в международных рейтингах российские университеты занимают низкие позиции?» 2. Практикум: Формирование перечня критериев оценки качества образования в вузе в соответствии с основными приоритетами современной образовательной политики 3. Практикум: Разработка контрольно-измерительных материалов для оценки общекультурных компетенций

3.5	Самостоятельная работа	<p>Ретроспективный анализ рейтинговых позиций ведущих российских (советских) вузов по данным международных и внутренних рейтингов</p> <p>Экономический анализ элементов деятельности университетов, определяющих конкурентную позицию вуза и его позицию и оценка качества образования в нем.</p> <p>Педагогические теории оценки компетенций человека и их применение в современной практике работ вузовского преподавателя.</p>
3.6	Используемые образовательные технологии	<p>Мультимедийные презентации</p> <p>Дискуссии</p> <p>Практикумы</p> <p>Проблемное изложение</p> <p>Обсуждение научных статей по результатам релевантных исследований</p>
3.7	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Акинфиева Н.В. Миссии российских вузов в современных условиях: назначение и проблемы формирования // Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития образования в России» – Новосибирск: НГТУ, 2012. 2. Архипова Е.Н., Кононова О.В., Крюков В.В., Шахгельдян К.И. Автоматизация рейтинговой оценки деятельности преподавателей // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 5(69). 3. Бадеева Е.А. Разработка внутривузовского инструментария планирования качества // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 5(69). 4. Васильева Е.Ю. Удовлетворенность работодателей качеством подготовки выпускников вузов в высокотехнологичном секторе рынка труда // Университетское управление: практика и анализ. 2010. №4. 5. Вергилес Э., Захарова Т. Управленческая компетентность – основа развития потенциала менеджера высшей школы // Проблемы теории и практики управления. 2010. № 7. 6. Вешнева И.В., Большаков А.А., Мельников Л.А., Перова Л.Г. Применение математического аппарата теории нечетких множеств к задачам

		управления вузом на основе сбалансированной системы показателей. // Системы управления и информационные технологии (Воронеж), 1.1(43), 2011.
Модуль 4. Имидж вуза как средство повышения конкурентоспособности на рынке образовательных услуг		
4.1	Тема 1. Имидж организации: структура и психологические факторы эффективности	<p>Определения имиджа различными авторами. Важное определение, имеющее отношение к проблеме имиджа, - стереотип. Принципиальное свойство стереотипа. Реальность иллюзорного пространства. Характеристики иллюзорного мира. Метафора, герой, знак. Имидж - образ манипулятивный. Основные характеристики имиджа как психического образа, его виды и функции. Типологии имиджа. Имидж организации: основные структурные модели. Внешняя атрибутика. Финансовое благополучие. Личность руководителя и его команды. Имидж персонала. Качество деятельности. Дизайн офисных помещений, продукции. Деловые коммуникации. История организации, традиции. Стоимость товара или услуг. Паблицити, рекламная известность. Некоторые психологические рекомендации по формированию положительного имиджа организации. Психологические требования к названию. Психологические рекомендации для фирменного стиля. Формирования корпоративных отношений в организации.</p>
4.2	Тема 2. Социокультурные и теоретические предпосылки формирования представления об имидже вуза	<p>Имидж российского образования. Определение понятий имидж вуза, имидж образовательной услуги. Разграничение понятий «имидж» и «бренд». Структура имиджа вуза. Имидж потребителей образовательных услуг. Внутренний имидж организации. Имидж ректора вуза и научного совета. Имидж персонала вуза. Социальный имидж организации. Визуальный имидж организации. Бизнес-имидж вуза. Имидж вуза как социокультурный феномен: образовательная парадигма - требование времени. Образность. Индивидуализированность. Двусторонняя симметричная коммуникация.</p>
4.3	Тема 3. Инструменты публичных рилейшнз в	Целевые группы: внешняя, внутренняя. Целевая группа - работники средств массовой ин-

	работе с имиджем вуза	формации. Основные инструменты паблик рилейшнз. Взаимодействия со СМИ как способ формирования паблисити. Использование разных каналов коммуникации. Оригинальность преподносимого о вузе материала. Работа с разными целевыми аудиториями. Использование фирменной сувенирной продукции для журналистов. Событийный маркетинг как способ привлечения внимания и создания гармоничных отношений с общественностью. «Дни открытых дверей». Презентации. Конференции. Круглые столы. Интернет-сайт как способ продвижения вуза. Эффективное использование сайта, как инструмента продвижения вуза. Рекомендации теоретиков и практиков относительно представленности компании в Интернет. Исследовательская работа «Интернет-представительство вуза».
4.4	Практические занятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дискуссия на тему: «Управление индивидуальным имиджем. Манипулятивные технологии в имиджелогии.» 2. Методика: «Оценка имиджа руководителя» 3. Разработка рекомендаций вузу, в котором наблюдается расхождение между декларируемым и реальным корпоративным имиджем (в форме эссе)
4.5	Самостоятельная работа	<p>Функциональные характеристики имиджа</p> <p>Формирование имиджа в различных профессиональных средах (экономической, политической и шоу-бизнесе)</p> <p>Понятие и типы имиджмейкинга</p> <p>Управление индивидуальным имиджем</p> <p>Управление корпоративным имиджем</p> <p>Имидж продукта и пользования продуктом</p> <p>Имиджевый самоконтроль поведения вуза и эффективность</p> <p>Роль связей с общественностью в формировании имиджа</p> <p>Соотношение репутации и имиджа вуза</p> <p>PR-деятельность вуза и в вузе</p> <p>Формирование имиджа преподавателя</p> <p>Влияние имиджа Вуза на имидж преподавателя</p>
4.6	Используемые образо-	Лекции, дискуссии, позволяющие освоить тео-

	вательные технологии	ретические основы имиджелогии. Рефлексивные: осмысление своего поведения и поведения коллег, руководителей.
4.7	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дагаева Е.А. Имидж российского вуза в «зеркале» печатной рекламы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 4. 2. Добрякова А. Имидж выпускника государственного вуза в структуре имиджа вуза // PR в образовании. 2008. № 2. 3. Зуева Е.И. Подходы к формированию имиджа образовательного учреждения // http://aeli.altai.ru/nauka/sbornik/2002/zueva.html (24.02.09) 4. Лазаренко И.Р. «Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество» http://www.interpedagogika.ru/ (24.02.09) 5. Николаева В.И. Каналы распространения рекламы высших учебных заведений // PR в образовании. 2007. № 3. 6. Щербаков А.В. Имидж образовательного учреждения // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. № 9.

6. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Таблица 4

Формы и методы контроля и оценки результатов освоения модулей

Наименование модулей	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Модуль 1. Формирование конкурентных преимуществ вуза в сфере профессионального образования	Подготовка аналитического обзора о специфике конкуренции в высшем профессиональном образовании. Разработка проекта участия вузов региона в формировании кластерной структуры региональной экономики.	Индивидуальные аналитические доклады Защита проекта
Модуль 2. Стратегический анализ конкурентных позиций национального исследовательского университета	Сформированы списки групп конкурентных сил, воздействующих на НИУ Определены ключевые факторы успеха в достижении стратегических целей НИУ	Дискуссионное обсуждение результатов выполнения практических заданий
Модуль 3. Оценка качества образования в контексте новых ФГОС ВПО	Разработанная система критериев оценки качества образования в вузе Сформированный комплект КИМ для оценки общекультурных компетенций	Защита индивидуальных предложений Принятие группой разработанных КИМ
Модуль 4. Имидж вуза как средство повышения конкурентоспособности на рынке образовательных услуг	Умение применять освоенные технологии в практических деловых ситуациях, рассматриваемых на занятиях	Выступление докладчиков-представителей групп и дискуссионное обсуждение результатов
Итоговая аттестация	Сформированность заявленных компетенций, умений и знаний	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы