

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ**

ПРИКАЗ

«26» февраля 2015 г.

№ 90/05

Санкт-Петербург

О введении в действие документации системы менеджмента качества

В целях совершенствования системы менеджмента качества, повышения эффективности обратной связи с потребителями СПбУУиЭ, его региональных институтов и филиалов

ПРИКАЗЫВАЮ

1. Ввести в действие документ системы менеджмента качества (далее – СМК) СПбУУиЭ СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015 «Анкетирование потребителей, анализ и мониторинг в СПбУУиЭ» (Приложение 1).

2. Директорам институтов СПбУУиЭ, директорам обособленных подразделений СПбУУиЭ – региональных институтов и филиалов, руководителям структурных подразделений ознакомить уполномоченных по качеству, иных лиц, ответственных за функционирование СМК в структурном подразделении, за организацию и проведение анкетирования различных групп потребителей с содержанием указанного документа СМК под личную подпись каждого.

3. Контроль за исполнением приказа оставляю за собой.

Ректор



О.Г. Смешко

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по учебной работе



Е.А. Торгунаков

Проректор по научной работе



Г.А. Костин

Директор по персоналу

А.В. Богомолов

Начальник юридического отдела



Ю.В. Коновалова

*Без подписи А.В. Богомолова верно.
Торгунаков*

Исполнитель:
руководитель службы качества Т.А. Борсова
Тел.: (812) 313-02-39,
Вн.: 420.

Приложение
к приказу от «26» февраля 2015 г.
№ 30/05



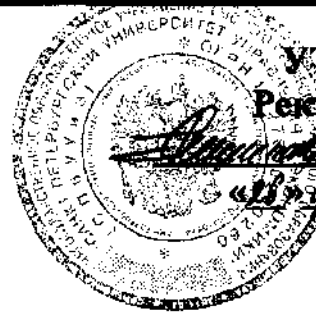
Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУиЭ

ОДОБРЕНО
Ученым советом СПбУиЭ
« 25 » февраля 2015 г.
Протокол № 5/14



УТВЕРЖДАЮ
Ректор СПбУиЭ
О.Г. Смешко
«25» февраля 2015 г.

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

СТАНДАРТ ОРГАНИЗАЦИИ

АНКЕТИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ,

АНАЛИЗ И МОНИТОРИНГ В СПбУиЭ

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

Вводится впервые

Дата введения: «26» марта 2015 г.

Санкт-Петербург
2015

	Должность	Ф.И.О./ Подпись	Дата
Разработал	Руководитель службы качества	Борисова Т.А. <i>Т.А. Борисова</i>	
Проверил	Проректор по учебной работе	Торгунаков Е.А. <i>Е.А. Торгунаков</i>	
Согласовано	Проректор по научной работе	Костин Г.А. <i>Г.А. Костин</i>	
Согласовано	Директор по персоналу	Богомолов А.В. <i>А.В. Богомолов</i>	
Согласовано	Начальник юридического отдела	Ковалова Ю.В. <i>Ю.В. Ковалова</i>	25.02.15



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

СОДЕРЖАНИЕ

№	Наименование разделов	Страницы
	Перечень сокращений и обозначений; термины и определения	3
1	Назначение и область применения стандарта организации «Анкетирование потребителей, анализ и мониторинг в СПбУУиЭ, региональных институтах и филиалах»	3
2	Процедура анкетирования потребителей и использование результатов	4
3	Ответственность и полномочия	10
4	Приложения	11
	Приложение А Примерная форма заявки на проведение анкетирования	12
	Приложение Б Примерная структура отчета об анкетировании потребителей	13
	Приложение В Форма титульного листа отчета об анкетировании потребителей	14
	Приложение Г Общие требования к оформлению, структуре и содержанию	15
	Приложение Д Требования к анкетам, применяемым с использованием СДО «Гиперметод»	17



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

Перечень сокращений и обозначений

ВО – высшее образование;
ДО – дополнительное образование;
НИР – научно-исследовательская работа;
ООП – основные образовательные программы;
ППС – профессорско-преподавательский состав;
РФ – Российская Федерация;
СМК – система менеджмента качества;
СПО – среднее профессиональное образование;
СТО – стандарт организации;
ФГОС ВО – Федеральные Государственные образовательные стандарты высшего образования.

Термины и определения

Заказчик – здесь: лицо, выступающее инициатором анкетирования различных категорий внутренних и/ или внешних потребителей СПбУУиЭ с целью получения разносторонней информации о процессах, видах деятельности, услугах.

Потребитель – организация или лицо, получающие продукцию/ услугу (клиент, заказчик, конечный пользователь, покупатель и т.д.). Потребитель может быть внутренним или внешним по отношению к организации. В образовательном учреждении:

- потребители внешние – абитуриенты и их родители, работодатели, организации-партнеры, и др.
- потребители внутренние – преподаватели, образовательного учреждения.

Респондент – участник анкетирования, исследования, выступающий в роли опрашиваемого.

1 НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СТАНДАРТА ОРГАНИЗАЦИИ «АНКЕТИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, АНАЛИЗ И МОНИТОРИНГ»

Настоящий стандарт организации СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015 «Анкетирование потребителей, анализ и мониторинг в СПбУУиЭ» (далее – СТО) устанавливает единый порядок планирования, организации и проведения анкетирования различных категорий потребителей, документального оформления процесса анкетирования, а также использования результатов для совершенствования деятельности в Негосударственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский университет управления и экономики» (далее – СПбУУиЭ), включая его обособленные подразделения – региональные институты и филиалы,

Требования данного СТО обязательны для сотрудников всех структурных подразделений СПбУУиЭ, его региональных институтов и филиалов, участвующих в планировании, проведении и документальном оформлении результатов анкетирования, а также в последующей работе с получаемыми результатами.

Настоящий СТО разработан с учетом требований следующих документов:



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

- Федеральный Закон № 273-ФЗ от 29.12.2013 г. «Об образовании в Российской Федерации», действующее законодательством Российской Федерации;
- действующий Устав СПбУУиЭ;
- ГОСТ ISO 9001-2011 Системы менеджмента качества. Требования (ISO 9001:2008, IDT);
- «Стандарты и рекомендации для гарантии качества высшего образования в европейском пространстве (ENQA)»; а также иных локальных нормативных актов СПбУУиЭ.

2 ПРОЦЕДУРА АНКЕТИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

2.1 Общие положения

СПбУУиЭ, его региональные институты и филиалы стремятся к наиболее полному удовлетворению требований своих потребителей и предвосхищению их ожиданий, к формированию устойчивой обратной связи со всеми группами потребителей. Соответственно, целями проведения анкетирования потребителей является исследование:

- уровня качества подготовки обучающихся;
- уровня качества профессиональной подготовки персонала (профессорско-преподавательского состава и сотрудников);
- уровня востребованности выпускников на рынке труда регионов;
- уровня востребованности предоставляемых СПбУУиЭ, его институтами/ филиалами образовательных и/ или научно-исследовательских услуг;
- исследование иных процессов, видов деятельности в СПбУУиЭ, институтах/ филиалах, предусмотренных Уставом;
- разработка практических рекомендаций для руководства СПбУУиЭ, институтов/ филиалов по улучшению деятельности и принятию актуальных управленческих решений.

Для достижения заданной цели осуществляются следующие виды деятельности:

- планирование процедуры анкетирования;
- проведение анкетирования;
- использование результатов анкетирования;
- хранение информации.

2.2 Планирование и организация процедуры анкетирования потребителей

Процедура анкетирования потребителей в СПбУУиЭ, его институтах и филиалах может быть как плановой, так и внеплановой.

Плановое анкетирование потребителей проводят в соответствии с планом работы структурного подразделения, задействованного в осуществлении данной процедуры. Для организации процедуры анкетирования руководитель структурного подразделения, по необходимости, готовит соответствующий проект приказа/ распоряжения ректора, проректора по учебной работе (директора института/ филиала), который согласовывается, утверждается и



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

издается согласно действующим требованиям документационного обеспечения управления СПбУУиЭ (регионального института/ филиала).

Плановое анкетирование обучающихся проводится с периодичностью:

- по программам ВО, СПО – не реже одного раза в календарном или учебном году;
- по программам ВО – аспирантура – не реже одного раза за весь период обучения (в начале обучения);
- по программам дополнительного, дополнительного профессионального образования – не реже одного раза за весь период обучения.

Плановое анкетирование выпускников СПбУУиЭ проводится по плану работы Управления по организации набора, не реже одного раза в календарном или учебном году.

Плановое анкетирование работодателей, выпускников школ и средне-специальных учебных заведений (абитуриентов) проводится по плану работы Управления по организации набора.

Внеплановое анкетирование потребителей проводится на основании приказа/ распоряжения ректора СПбУУиЭ, проректора по учебной работе, директоров региональных институтов/филиалов. Приказом/ распоряжением о проведении анкетирования определяются структурные подразделения и сотрудники, ответственные за проведение работ, а также структурные подразделения и сотрудники, предоставляющие необходимое обеспечение (программное, техническое, финансовое, обеспечение человеческими ресурсами и т.д.) данной процедуры.

Инициировать внеплановое анкетирование потребителей (выступить Заказчиками исследования) могут руководители структурных подразделений СПбУУиЭ, региональных институтов/ филиалов на основании результатов, полученных в процессе:

- внутренних и/ или внешних аудитов СМК;
- общественно-профессиональной аккредитации образовательных программ;
- аттестации персонала;
- мониторинга рынка образовательных услуг региона;
- внешней экспертизы образовательной деятельности;
- иных результатов внутренних и/ или внешних проверок деятельности образовательного учреждения.

Внеплановое анкетирование проводится структурными подразделениями в сроки, определяемые приказом/ распоряжением высшего руководства, но не ранее, чем через 2 недели с момента их издания и в согласовании с иными приоритетными направлениями работы СПбУУиЭ.

При организации планового и/ или внепланового анкетирования и издания соответствующего приказа/ распоряжения в *тексте* данного документа указываются:

- лицо, назначаемое ответственным за проведение анкетирования в СПбУУиЭ (институте/ филиале);
- лица, назначаемые ответственными за проведение анкетирования в структурных подразделениях СПбУУиЭ (института/ филиала) или требования о назначении таких лиц ру-



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

ководителями соответствующих подразделений (директором института/ филиала, начальником управления, отдела, и т.д.).

При организации планового и/ или внепланового анкетирования и издании соответствующего приказа/ распоряжения в приложениях к данному документу приводятся:

- информация о техническом задании (заявке) на осуществление процедуры, в котором указывается цель анкетирования, конкретные задачи исследования, объект исследования, категории респондентов, а также предполагаемое использование результатов анкетирования. Примерная форма технического задания (заявки) представлена в Приложении А.
- образец предлагаемой анкеты.

По результатам анкетирования руководитель структурного подразделения, ответственного за проведение процедуры, либо лицо, назначенное ответственным за координацию работ по анкетированию (согласно приказу, распоряжению ректора, проректора по учебной работе, руководителя подразделения, директора института/филиала) формирует отчет. Примерная структура отчета представлена в Приложении Б.

По объектам исследования процедура может быть подразделена на анкетирование, проводимое среди:

- персонала СПбУУиЭ, института/ филиала;
- обучающихся (всех форм, программ обучения);
- абитуриентов и/ или их родителей;
- выпускников СПбУУиЭ, его института/ филиала;
- учащихся и/ или выпускников общеобразовательных учреждений, учреждений среднего профессионального образования города, региона;
- работодателей, заказчиков, партнеров;
- других заинтересованных сторон.

2.3 Порядок проведения анкетирования потребителей

Порядок анкетирования потребителей определяется целями и задачами конкретной процедуры, а также категориями выбранных респондентов. Методы проведения опроса выбираются, исходя из целей и задач, руководителем соответствующего подразделения, либо лицом, назначенным ответственным за ее проведение. Используемые методы могут быть качественными или количественными.

Качественные методы предполагают сбор информации по интересующей проблеме в свободной форме; они фокусируются не на статистических измерениях, а опираются на понимание, объяснение и интерпретацию эмпирических данных, являются источником формирования гипотез и продуктивных идей. Задача методов качественных исследований – получить разведочные данные, а не количественное распределение мнений. Качественные методы могут применяться при опросах учащихся общеобразовательных и иных учебных заведений, абитуриентов и их родителей, работодателей, организаций-партнеров и т.д.



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

Количественные методы подразумевают проведение различных опросов, основанных на использовании вопросов закрытого типа, на которые отвечает большое число респондентов. Главной задачей количественных исследований является получение численной оценки состояния рынка или реакции респондентов на некое событие, процесс, вид деятельности в СПбУУиЭ, институте/ филиале. Подобные методы применяются тогда, когда необходимы точные численные данные.

Количество и содержание вопросов в обоих случаях определяется поставленными целями и задачами опроса (см. также п. 2.4 данного СТО). Размер исследований в отдельно взятых институтах, в иных структурных подразделениях, в региональных институтах/ филиалах определяется общей численностью потенциальных респондентов данной структуры.

Сроки проведения опросов устанавливаются соответствующим приказом/ распоряжением ректора, проректора, директора регионального института/ филиала, либо распоряжением руководителя структурного подразделения, инициировавшего и проводящего опрос.

Анкеты заполняются респондентами анонимно, если иное не предусмотрено специальными требованиями Заказчика, и не указано в приказе/ распоряжении о проведении анкетирования.

Анкета предоставляется респондентам на бумажном носителе либо в электронном виде.

Электронные версии анкет предоставляются при опросах в СПбУУиЭ посредством использования программной оболочки «Гиперметод», при осуществлении технической поддержки Института электронного обучения СПбУУиЭ.

При организации анкетирования в системе «Гиперметод» Института электронного обучения:

- конвертирует анкеты;
- импортирует анкеты в электронную оболочку;
- выдает логины и пароли организатору анкетирования для авторизации респондентов;
- получает и передает организатору анкетирования отчет о результатах анкетирования.

При использовании электронных версий, после определения организаторами круга респондентов, специалист Института электронного обучения выдает респондентам на бумажном либо электронном носителе логины и пароли для доступа на именную страницу и работы с анкетой, а также инструкцию по работе в указанной программной оболочке.

Заполнение анкеты в системе «Гиперметод» производится путем авторизации респондента, его ответа на вопросы в режиме он-лайн и последующей автоматической обработки результатов. Общий отчет по результатам конкретного исследования формируется по завершении анкетирования всех заявленных респондентов. Электронная версия отчета предоставляется специалистом Института электронного обучения лицу, ответственному за проведение анкетирования.

Требования к оформлению анкет для импорта в оболочку «Гиперметод» представлены в Приложении Д (см. также п. 2.4 данного СТО).

При использовании электронных версий анкет, проведение опросов возможно дистанционно: респондент получает доступ к анкете из любой удобной для него точки, имеющей доступ в Интернет. Сроки работы респондентов с анкетами, в данном случае, устанавливаются и указываются в соответствующем приказе / распоряжении и не должны превы-



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

шать 3-х календарных дней для каждой категории потребителей (например: не более 3-х дней для опроса обучающихся по программам ВО, для опроса профессорско-преподавательского состава и т.д.).

При использовании анкет на бумажных носителях проведение опросов организуется: для обучающихся – в аудиториях СПбУУиЭ, института/ филиала, для персонала – непосредственно на рабочих местах, для иных категорий респондентов – в соответствии с условиями их учебной, профессиональной занятости (например, посредством рассылки анкет по электронной почте, при проведении вечеров-встреч выпускников и т.п.).

По завершении опроса анкеты на бумажных носителях собираются ответственным за проведение анкетирования в структурном подразделении (руководителем структурного подразделения, заместителем директора, иным лицом, назначенным ответственным за мероприятие) и передаются для обработки сотруднику (ам), согласно приказу/ распоряжению о проведении анкетирования.

Сроки обработки результатов, полученных на бумажных носителях устанавливаются соответствующим приказом/ распоряжением, но должны составлять не менее 1 календарного месяца со дня завершения анкетирования в случаях, когда опрос проводится более, чем в одной категории потребителей.

В случаях, когда анкетирование проводится среди одной категории потребителей (например, анкетирование студентов-первокурсников очной формы обучения, всех направлений подготовки), срок обработки результатов устанавливаются не менее 14 календарных дней.

К проведению анкетирования (в зависимости от его целей и задач) могут быть привлечены студенты (учащиеся) обучающиеся в СПбУУиЭ (института/ филиала) (например, обучающиеся по направлениям подготовки «Социальная работа», «Реклама и связи с общественностью», «Психология», «Менеджмент» и др.). Привлечение обучающихся проводится соответствующим приказом/ распоряжением ректора, проректора, директора института/ филиала (или – в СПбУУиЭ – личным распоряжением директора соответствующего института).

2.4 Порядок использования результатов анкетирования

Результаты анализа данных *по итогам планового анкетирования* оформляются в виде отчета или аналитической записки о проведенном исследовании на электронном и бумажном носителях. Примерная структура отчета приведена в Приложении Б. Печатная и/или электронная версия результатов исследования предоставляется в виде аналитической записки, отчета или данных для презентации Заказчику, копия на бумажном носителе – ректору СПбУУиЭ, директору института/ филиала, проректорам по направлениям деятельности, заместителям директоров институтов/ филиалов и/или руководителям иных структурных подразделений по их требованию.

Результаты анализа данных *по итогам внеплановых опросов*, инициированных ректором, проректорами, директорами институтов/ филиалов оформляются в виде отчета на электронном и бумажном носителях. Отчет на бумажном носителе также может быть представлен в приложении к соответствующему приказу/ распоряжению ректора, проректора,



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

декана факультета, директора института/ филиала о результатах анкетирования потребителей и мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности образовательного учреждения/ структурного подразделения.

Результаты анализа данных *по итогам внеплановых опросов*, инициированных иными руководителями структурных подразделений оформляются в виде отчета на электронном и бумажном носителях и предоставляются Заказчику.

Сроки предоставления отчетов во всех случаях определяются соответствующими документами – приказами, распоряжениями, служебными записками и т.д.

Доступность результатов опросов для внешних потребителей и всех заинтересованных сторон оговаривается с лицом, инициирующим опрос (Заказчиком), обуславливается целями и задачами процедуры и оговаривается в заявке на анкетирование, равно как и исключительное право Заказчика на самостоятельное использование результатов исследования.

Результаты опросов могут быть использованы:

- высшим руководством СПбУУиЭ, регионального института/ филиала для анализа различных сфер деятельности вуза, для подготовки к аттестации персонала и т.д.;
- руководителями структурных подразделений СПбУУиЭ, регионального института/ филиала для анализа деятельности подразделения.

Результаты опросов должны быть использованы:

- в индивидуальной работе заведующих кафедрами с профессорско-преподавательским составом;
- в индивидуальной воспитательной работе сотрудников и преподавателей с обучающимися;
- в деятельности управления по организации набора студентов;
- в деятельности отдела по воспитательной работе;
- в деятельности иных структурных подразделений (должностных лиц);

о чем в обязательном порядке делаются записи в соответствующих документах (протоколы заседаний кафедр, методических советов, советов институтов и т.п.)

За сохранность и обеспечения конфиденциальности полученной в результате анкетирования информации отвечают должностные лица, назначаемые ответственными за проведение анкетирования согласно приказу/ распоряжению/служебной записке.

Порядок хранения информации

Документы о проведенном анкетировании хранятся в структурном подразделении, назначенным ответственным за проведение анкетирования соответствующим приказом/ распоряжением, в течение 5 учебных лет, включая год проведения, с соблюдением условий конфиденциальности.

В перечень документов, относящихся к анкетированию, входят:

- приказ/распоряжение/служебная записка о проведении анкетирования и заявка (техническое задание);



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

- образы анкет;
- заполненные анкеты (на бумажных носителях или электронных носителях);
- отчет о проведенном анкетировании потребителей;
- иные документы, подтверждающие работу с результатами анкетирования (приказы/распоряжения/служебные записки, издаваемые по итогам анкетирования, протоколы, выписки из протоколов и др.).

Протоколы заседаний кафедр, советов институтов СПбУУиЭ, методического совета СПбУУиЭ хранятся в соответствующих структурных подразделениях согласно действующей номенклатуре дел.

Порядок хранения информации в региональных институтах/филиалах определяется директором/ заместителем директора, в зависимости от организационной структуры и должностных обязанностей персонала.

III ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПОЛНОМОЧИЯ

Анкеты для обучающихся по ООП ВО СПбУУиЭ разрабатывают директора институтов СПбУУиЭ совместно с кафедрами, директора региональных институтов/филиалов совместно с руководителями иных структурных подразделений регионального института/ филиала (исходя из текущих потребностей данных подразделений, общих целей и задач работы института/филиала), служба качества СПбУУиЭ, руководители иных структурных подразделений (исходя из текущих потребностей данных подразделений, общих целей и задач вуза).

Анкеты для обучающихся по ОП аспирантуры разрабатывают директор института подготовки кадров высшей квалификации совместно с начальником отдела аспирантуры и докторантуры, службой качества.

Анкеты для обучающихся по программам СПО и ДО разрабатывают руководители структурных подразделений, задействованных в реализации данных программ (при необходимости – совместно со службой качества, исходя из текущих потребностей данных подразделений), в региональных институтах/ филиалах – директора региональных институтов/филиалов совместно с руководителями иных структурных подразделений регионального института/ филиала (исходя из текущих потребностей данных подразделений, общих целей и задач работы института/филиала),

Анкеты для лиц, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, разрабатывают сотрудники Института электронного обучения, директора региональных институтов/филиалов совместно с руководителями иных структурных подразделений регионального института/ филиала (при необходимости – совместно со службой качества СПбУУиЭ, исходя из текущих потребностей данного подразделения).

Анкеты для выпускников, работодателей разрабатывает Управление по организации набора студентов (при необходимости совместно с директором по персоналу, исходя из текущих потребностей данных подразделений), директора региональных институтов/филиалов совместно с руководителями иных структурных подразделений регионального института/ филиала. Анкеты для работодателей могут также разрабатываться совместно с методическими отделами СПбУУиЭ, региональных институтов/ филиалов, исходя из текущих потребностей данных подразделений, и в соответствии с требованиями ФГОС, ФГОС+ ВО в части обеспечения обратной связи с работодателями по качеству реализуемых ООП.



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

Анкеты для абитуриентов, родителей, учащихся общеобразовательных и средних профессиональных учебных заведений разрабатывает Управление по организации набора студентов, а также иные структурные подразделения, исходя из текущих потребностей данных подразделений.

Анкеты для профессорско-преподавательского и учебно-вспомогательного состава разрабатывает служба качества СПбУУиЭ, при участии проректора по учебной работе, директоров институтов СПбУУиЭ и, при необходимости, руководителей иных структурных подразделений, а в региональных институтах/ филиалах – директора региональных институтов/филиалов совместно с руководителями иных структурных подразделений регионального института/ филиала (при необходимости – совместно со службой качества СПбУУиЭ, исходя из текущих потребностей данного подразделения).

Анкеты для иных категорий персонала СПбУУиЭ разрабатывает директор по персоналу, исходя из текущих потребностей СПбУУиЭ.

Анкеты для иных категорий потребителей в региональных институтах и филиалах СПбУУиЭ разрабатывают руководители структурных подразделений, исходя из текущих потребностей данных подразделений.

IV ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А – Примерная форма заявки (технического задания) на проведение анкетирования

ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Примерная структура отчета о проведенном анкетировании потребителей

ПРИЛОЖЕНИЕ В – Форма титульного листа отчета об анкетировании потребителей

ПРИЛОЖЕНИЕ Г – Общие требования к оформлению, структуре и содержанию анкет

ПРИЛОЖЕНИЕ Д – Требования к анкетам для организации анкетирования в электронной образовательной среде, с использованием СДО «Гиперметод»



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

ПРИЛОЖЕНИЕ А

**Примерная форма заявки (технического задания) на проведение анкетирования
(прилагается к приказу, распоряжению, служебной записке)**

ЗАЯВКА (ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ)

на проведение анкетирования

1. Наименование темы анкетирования.
2. Цели и задачи анкетирования.
3. Объект (ы) исследования (категория(и) респондентов).
4. Предполагаемое использование результатов анкетирования.
5. Предполагаемая доступность результатов анкетирования (только Заказчик/ только Заказчик и внутренняя среда СПбУУиЭ (регионального института/ филиала)/ возможность публичного использования результатов и т.п.).

« ____ » _____ 20__ г.

должность, Ф.И.О., подпись



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Примерная структура отчета о проведенном анкетировании потребителей

1. Титульный лист с указанием тематики исследования и Заказчика исследования.
2. Содержание (оглавление) отчета.
3. Описание целей, задач, объекта, предмета анкетирования, процедур и этапов, категорий респондентов, а также сроков его проведения.
4. Краткая характеристика исследуемой проблемы (с указанием работ, проводившихся в данной области до момента проведения анкетирования – при наличии таковых выполняемых работ; либо с указанием предшествующего анкетирования аналогичной тематики или т.п.);
5. Выводы и предложения по результатам анкетирования (при необходимости, например, предложения по реализации корректирующих/ предупреждающих действий).
6. Приложения (при необходимости, например диаграммы, таблицы и т.п.).

« ____ » _____ 20 ____ г.

(должность, Ф.И. О., ответственного за организацию (проведение) и обработку результатов анкетирования)



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Форма титульного листа отчета об анкетировании потребителей



Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский университет управления и эконо-
мики»

Отчет

СМК-ОР-7.2-8.2.-20__

*Процессы, связанные с потребителями/
Удовлетворенность потребителей*

УТВЕРЖДАЮ

«__» _____ 20 г.

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

ОТЧЕТ ОБ АНКЕТИРОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

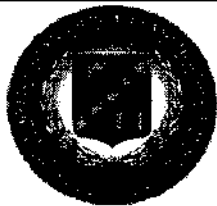
(наименование отчета)

(период анкетирования)

СМК-7.2-8.2.-20_____
(текущий год)

Санкт-Петербург
20__

	Должность	Фамилия/ Подпись	Дата
Составитель			
Проверил	Данный пункт включается только при необходимости!		
Согласовано	Данный пункт включается только при необходимости!		



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Общие требования к оформлению, структуре и содержанию анкет

Общие требования к оформлению анкет

Текстовый редактор – Microsoft Word.

Формат страницы – А4, параметры страницы, поля:

верхнее – 20 мм

нижнее – 20 мм

левое – 25 мм

правое – не менее 10 мм.

Шрифт – 12 или 14 пт, Times New Roman.

Начертание шрифта – обычный.

Межстрочный интервал – 1,5.

Интервал между словами – 1 знак.

Абзацный отступ – 1,25 одинаковый по всему тексту документа.

Выравнивание текста – по ширине.

Выравнивание заголовков – по центру.

Перенос слов – автоматический.

Номер страницы на первом листе не проставляется, но включается в общую нумерацию страниц документа.

Иллюстрации, таблицы и другой графический материал, расположенный на отдельных страницах, включается в общую нумерацию страниц.

Нумерация страниц документа и всех приложений, входящих в его состав – сквозная.

Сокращения слов – общепринятые.

Возможно сокращение слов по решению авторов документа, которое допускается после первого упоминания в тексте с обязательным приведением полного и сокращенного названия.

Текст документа разделяют, при необходимости, также на разделы и подразделы.

Разделы, подразделы должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами.

Нумерация второй и последующих страниц выполняется арабскими цифрами в нижнем колонтитуле. Нумерация страниц документа сквозная, включая содержание и приложения.

Общие требования к структуре и содержанию анкет

Анкета должна состоять из следующих разделов:

- 1) Введение (ознакомление респондентов с целями анкетирования).
- 2) Реквизитная часть (сведения, касающиеся респондентов, сроков проведения опроса, при необходимости – состав лиц, проводящих анкетирование).
- 3) Информационная часть (собственно вопросы анкеты, которые призваны дать необходимую информацию).
- 4) Классификационная часть (социально-демографические, профессионально-квалификационные и/или иные сведения о респондентах).



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

5) Заключительная часть (благодарность респондентам за участие в опросе).

Общие правила составления вопросов

Количество и содержание вопросов в обоих случаях определяется поставленными целями и задачами опроса. Вопросы в анкете стоит располагать по принципу «от простого к сложному». При разработке основной (информационной) части анкеты вопросы группируются по следующим тематическим блокам.

Вопросы, различающиеся по содержанию:

- о фактах сознания (направленные на выявление мнений, пожеланий, суждений, планов);
- о фактах поведения (направленные на выявление поступков, результатов деятельности, поведения).

Вопросы, различающиеся по форме (по аналогии с тестовыми заданиями):

- закрытые (к которым дается перечень вариантов ответов);
- открытые (к которым не прилагаются варианты ответов, респондент формулирует ответы самостоятельно);
- полукрытые (сочетают возможность выбора предложенных вариантов ответа с возможностью самостоятельно сформулировать ответ, обычно в графе «Другое/ прочее»).

Общие требования к вопросам анкет

- вопросы не должны быть двусмысленными;
- формулировка вопроса должна быть короткой и ясной;
- следует употреблять только те слова, смысл которых заведомо хорошо известен респондентам (не специальные термины или аббревиатуры и т.п.);
- не следует использовать «пристрастные» вопросы, которые «подсказывают» респонденту ответ, отвечающий интересам проводящего опрос;
- вопросы не должны провоцировать у респондентов отрицательных эмоций, давать негативные установки на выполнение каких-либо действий и т.п.

Целесообразно принять к сведению рекомендации профессионалов-социологов относительно вопросов, которые не следует задавать. Например, недостаточно сформулировать вопрос «удовлетворены ли Вы своей работой» (необходимо уточнить значение употребленного слова «работа»: условия или процесс труда, состояние рабочего места, работа=предприятие и т.п.).

Каждый тип анкеты (в том числе, для выпускников, работодателей, обучающихся) рекомендуется составлять с общим и вариативным элементом в информационной части (в зависимости от направления подготовки: экономика и управление, юриспруденция, гуманитарные и социальные науки и т.д.).

При формировании вопросов классификационной части анкет необходимо предусмотреть такие варианты возможного трудоустройства выпускников как:

- малоквалифицированная занятость;
- частичная занятость (например, у женщин);
- трудоустройство, которое открывает прямой путь к полноценной профессиональной карьере.



НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет
управления и экономики»

Стандарт организации

*Анкетирование потребителей,
анализ и мониторинг в СПбУУиЭ*

СТО-СМК-7.2-8.2-67-2015

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

**Требования к анкетам для организации анкетирования
в электронной образовательной среде, с использованием СДО «Гиперметод»**

Анкета оформляется в формате doc/docx в соответствии с шаблоном оформления анкеты для конвертации в СДО «Гиперметод»:

Название анкеты.

Пустая строка

1. Текст 1-го вопроса

(!) вариант ответа №1

(!) вариант ответа №2

(!) вариант ответа №3

(!) вариант ответа «n»

Пустая строка

2. Текст 2-ого вопроса

(!) вариант ответа №1

(!) вариант ответа №2

(!) вариант ответа №3

(!) вариант ответа «n»

Примечание: при необходимости возможно добавления вопросов открытого типа, которые оформляются в произвольной форме в формате doc/docx.

